

ORGANIZADORES

**FLÁVIA DE ALMEIDA MOURA  
MARCOS FÁBIO BELO MATOS  
RAMON BEZERRA COSTA  
ROSINETE DE JESUS SILVA FERREIRA**

**PRODUÇÃO DE SENTIDOS  
E TECNOLOGIA:  
estudos contemporâneos  
em Comunicação**



**EDUFMA**

## **ORGANIZADORES**

FLÁVIA DE ALMEIDA MOURA

MARCOS FÁBIO BELO MATOS

RAMON BEZERRA COSTA

ROSINETE DE JESUS SILVA FERREIRA

# **PRODUÇÃO DE SENTIDOS E TECNOLOGIA: estudos contemporâneos em Comunicação**

**São Luís**



**EDUFMA**

**2018**

Copyright © 2018 by EDUFMA

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO

Profa. Dra. Nair Portela Silva Coutinho

Reitora

Prof. Dr. Fernando Carvalho Silva

Vice-Reitor

EDITORA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO

Prof. Dr. Sanatiel de Jesus Pereira

Diretor

CONSELHO EDITORIAL

Prof. Dr. Esnel José Fagundes

Profa. Dra. Inez Maria Leite da Silva

Prof. Dr. Luciano da Silva Façanha

Profa. Dra. Andréa Dias Neves Lago

Profa. Dra. Francisca das Chagas Silva Lima

Bibliotecária Tatiana Cotrim Serra Freire

Prof. Me. Cristiano Leonardo de Alan Kardec Capovilla Luz

Prof. Dr. Jardel Oliveira Santos

Profa. Dra. Michele Goulart Massuchin

Prof. Dr. Ítalo Domingos Santirocchi

Revisão

Equipe de Organizadores

Projeto Gráfico

Carlos Andrade

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Produção de sentidos e tecnologia: estudos contemporâneos em comunicação / Organizadores: Flávia de Almeida Moura [et.al]. — São Luís: EDUFMA, 2018.

194 p.

ISBN: 978-85-7862-804-8

Título: Produção de sentidos e tecnologia: Estudos Contemporâneos em comunicação

Tipo de Suporte: E-book

Formato Ebook: EPUB

1. Comunicação social. 2. Comunicação contemporânea. 3. Sentidos – Produção. 4. Tecnologia. I. Moura, Flávia de Almeida. II. Matos, Marcos Fábio Belo. III. Costa, Ramon Bezerra. IV. Ferreira, Rosinete de Jesus Silva

CDD 302.2

CDU 316.77



## Carxs Leitorxs:

Este livro se constitui a segunda produção coletiva do Núcleo de Estudos e Estratégias da Comunicação (NEEC), fruto de um percurso realizado pelos pesquisadores que efetivam suas práxis no campo da Comunicação Social, da Universidade Federal do Maranhão e de outras instituições de Ensino Superior.

Os trabalhos aqui enfeixados se conectam às quatro linhas de pesquisa que o NEEC reúne, a saber: (1) Estratégias Audiovisuais na Comunicação; (2) Discurso, Poder e Mudança Social; (3) Comunicação, Movimentos Sociais e Políticas Públicas; e (4) Mídia, Espaço Público e Sociabilidades.

Em cada artigo, está o registro de diferentes olhares sobre o vasto campo de investigação, que é o da Comunicação, além de uma interlocução com diversas correntes teóricas, novas e já consolidadas metodologias de pesquisa e distintas escolas de formação, de onde advêm os integrantes do NEEC. O que une tais textos é a preocupação em (re)pensar estratégias de comunicação – pois, sem estratégia, a comunicação, qualquer que seja, não se potencializa.

O livro está estruturado em onze artigos, que se destinam aos pesquisadores da Comunicação e a tod@s @s que se interessam pelas temáticas aqui abordadas. Falar de comunicação é dialogar sobre as novas formas de produção e mediação, nas quais estamos envolvidos na contemporaneidade (quer como usuários de dispositivos, quer como produtores e consumidores de informação multissemiótica, quer ainda como estudiosos desses fenômenos que orbitam a comunicação contemporânea) e tal perspectiva pode ser vista nestes textos.

Dessa forma, os leitores e leitoras que por aqui aportarem poderão ter uma noção – multifacetada, teoricamente diversa, sobre muitos objetos de pesquisa – do trabalho que é feito, hoje, no âmbito do NEEC e um espelho – partido ou caleidoscópico – do que se tem feito em termos de pesquisas comunicacionais – aqui e alhures.

Sejam todos (as) bem-vindos (as) à nossa plataforma conceitual. Naveguem como melhor lhes aprouver – como nos mais modernos serviços de streaming.

*Os (as) organizadores (as).*



## Apresentação

O livro consiste em uma coletânea de artigos de pesquisadores (as) do campo da Comunicação e áreas afins, membros efetivos ou parceiros do Núcleo de Estudos e Estratégias em Comunicação (NEEC). A diversidade de objetos e abordagens, características do NEEC e evidenciadas neste livro, tem em comum a busca criteriosa pela excelência nos estudos da comunicação e o fato de pensar a produção de sentido nas sociedades contemporâneas perpassadas por instrumentos sociotecnológicos de mediação.

A comunicação, área de estudo dos(as) autores(as) deste livro, é compreendida aqui como uma experiência vinculatória que constrói o mundo no qual vivemos. Nesse sentido, os estudos aqui publicados atentam para a dimensão da produção de sentidos pelas práticas, discursos e formas de ser e de estar no mundo.

Não obstante, é fundamental lembrarmos que a comunicação enquanto experiência de produção de sentido é essencialmente sócio técnica uma vez que os objetos técnicos funcionam como uma espécie de mediadores entre a natureza e o humano, conforme propôs o filósofo francês Gilbert Simondon. Então, falar em técnica ou tecnologia não diz respeito somente à digitalização, mas à utilização de instrumentos outros, não humanos, para produzir sentidos.

Assim, os artigos desta coletânea concentram-se na produção de sentidos a partir de relações construídas entre pessoas e objetos técnicos. Essa perspectiva está presente nos estudos deste livro de diversas formas. Daniele Aragão e Fátima Régis refletem sobre o consumo, que acontece por meio de aplicativos e conectam vizinhos através do empréstimo de objetos. Já Rosinete Ferreira, Carlos Benalves e Saylon Sousa vão pensar que a partir das formas técnicas de captação de áudio pode-se produzir sentidos e sensações distintas; entre muitas outras relações.

Observamos ainda com Lourdes Silva a necessidade de pensarmos o processo de recepção para melhor compreendermos os usos sociais da mídia, principalmente em tempos de convergência nos quais usuários que se tornam produtores de conteúdos. Já Vera França nos faz pensar sobre o conceito de sociabilidade, desde que entrou mais fortemente em nosso vocabulário acadêmico, com marcações desde

o início dos anos 1990 até os dias atuais, apresentando os movimentos de uso e desuso do conceito além de suas ressignificações em determinados períodos no campo da Comunicação.

Valdirene da Conceição e Maurício Costa fazem uma discussão acerca das novas formas de representar e descrever as informações, apontando para as potencialidades da convergência entre bibliotecas, arquivos e museus. Além disso, refletem acerca dos impactos do processo de representação, recuperação, uso e reuso de dados por esses aparelhos culturais, bem como evidenciamos os benefícios dos novos recursos tecnológicos e convergentes para as áreas das Ciências da Informação.

Ramon Bezerra Costa nos apresenta que a prática do financiamento coletivo pode ser estudada no campo da comunicação a partir do papel das tecnologias digitais de comunicação, em especial da internet, em favorecer as dinâmicas entre pares e a confiança entre desconhecidos que configuram essa prática. José Messias chama a atenção para a cultura dos *games* que, mesmo estando em um contexto mercadológico, despertam desenvolvimento e cultura cognitivas.

Já Flávia Moura discute as relações entre identidades e identificações dos sujeitos a partir da mídia, que nos faz pensar sobre as representações do trabalho escravo na mídia televisiva. Ainda nessa linha reflexiva, Josie Bastos, Mauren Cerveira, Alessandra Martins e Raissa Salles trazem a proposta de pensar o discurso em torno das políticas públicas de internacionalização nas universidades brasileiras que têm cada vez mais ampliado o diálogo acadêmico com instituições estrangeiras em uma perspectiva de troca de conhecimento e cultural. Os estudos do discurso, tratados por Fábio Matos contemplam também uma reflexão sobre o fazer e dizer dos grandes conglomerados econômicos que, em nome do progresso, geram múltiplos sentidos o que nos faz desconfiar sempre do que posto midiaticamente.

Alguns textos deste livro nos proporcionam também reflexões à luz da teoria de Habermas, que através do consenso dialógico propõe um modelo de política democrática deliberativa como alternativa aos modelos de democracia liberal. Neste sentido, Rakel de Castro nos faz refletir sobre relações entre a política deliberativa e a Teoria Construtivista. Os trabalhos aqui apresentados são considerados “contemporâneos” seguindo o entendimento conferido pelo filósofo italiano Giorgio Agamben a essa palavra: não o atual, mas uma relação que o sujeito tem com seu próprio tempo, percebendo discontinuidades que o auxiliam a não se deslumbrar pelo fulgor da novidade, entendendo, assim, o momento em que vive como atravessamentos temporais nos quais passado, presente e futuro podem ser encarados conjuntamente; fazendo com que objetos, teorias e metodologias diversas sejam utilizadas, potencializando as produções de sentido em contextos mediados sociotecnologicamente.

O livro é direcionado não apenas a profissionais, pesquisadores(as) e estudantes de Comunicação, mas também a estudiosos de diversas áreas interessados nas reflexões sobre as atuais configurações do campo da Comunicação e suas interdisciplinaridades.



## Lista de ilustrações e tabelas

<b>Figura 1</b>	- Interfaces da versão 2.0 do aplicativo.....	13
<b>Figura 2</b>	- Técnica de Microfonação A/B ou Par Espaçado.....	33
<b>Figura 3</b>	- Técnica de Microfonação MS (Mid-Side).....	34
<b>Figura 4</b>	- Modelo de Microfonação Mid-Side adaptado para o experimento.....	34
<b>Figura 5</b>	- Técnica de Microfonação XY.....	35
<b>Figura 6</b>	- Técnica de Microfonação Binaural “Parâmetro 04”.....	38
<b>Figura 7</b>	- Técnica de Microfonação Binaural “Parâmetro 02”.....	39
<b>Figura 8</b>	- Técnica de Microfonação Binaural “Parâmetro 03”.....	39
<b>Figura 9</b>	- Técnica de Microfonação Binaural “Parâmetro 04”.....	40
<b>Tabela 1</b>	- Estratégias Audiovisuais.....	42
<b>Quadro 1</b>	- <i>Corpus</i> do trabalho.....	46
<b>Gráfico 1</b>	- Trabalhos por programa de Pós-Graduação.....	52
<b>Quadro 2</b>	- Meios e Programas.....	56
<b>Quadro 3</b>	- Programas e gêneros.....	57
<b>Figura 10</b>	- Informações sobre o projeto no site Institucional da ARI.....	109
<b>Figura 11</b>	- Página no <i>Facebook</i> com informações e divulgação sobre o nosso Projeto.....	110
<b>Figura 12</b>	- Banner com divulgação dos nossos encontros semanais publicados no site da UFMA e no site da ARI.....	110
<b>Figura 13</b>	- Primeiro encontro com os alunos internacionais, professores do Departamento de Comunicação e integrantes do GPEAC e bolsistas do projeto.....	111
<b>Figura 14</b>	- Encontro com o grupo da Liga Acadêmica de Internacionalização da UFMA.....	112
<b>Figura 15</b>	- Encontro com o aluno internacional Anacleto Domingos do Curso de Ciências Econômicas.....	112
<b>Figura 16</b>	- Momento de gravação da primeira peça educativa realizada em agosto de 2017.....	113

<b>Quadro 4</b>	- Instrumentos de representação e organização.....	161
<b>Figura 17</b>	- Processo de conversão.....	164



## Lista de siglas

PPGCom	- Programa de Pós-graduação em Comunicação
Uerj	- Universidade do Estado do Rio de Janeiro
TIC	- Tecnologias Da Informação E Da Comunicação
app	- Aplicativo
TAR	- Teoria Ator-Rede
CAPES	- Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
BDTD	- Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações
G-PEAC	- Grupo de Pesquisa em Estratégias Audiovisuais na Convergência
NEEC	- Núcleo de Estudos de Estratégias em Comunicação
UFMA	- Universidade Federal do Maranhão
3D	- Terceira Dimensão
PFL	- <i>pre-fader listen</i>
ECA	- Estatuto da Criança e do Adolescente
UFRGS	- Universidade Federal do Rio Grande do Sul
CAPES	- Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
OBITEL	- Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva
Intercom	- Estudos Interdisciplinares em Comunicação
FAPEMA	- Fundação de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão
Secom	- Secretaria de Comunicação do Governo do Estado
Ascom	- Assessoria de Comunicação da Prefeitura de Imperatriz
UFPE)	- Universidade Federal de Pernambuco
ALAIC.	- Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación
CsF	- “Ciência Sem Fronteiras”
IFMA	- Instituto Federal do Maranhão
UEMA	- Universidade Estadual do Maranhão
PROCIN	- Programa de Cooperação e Intercâmbio Internacional

ARI	- Assessoria de Relações Internacionais
BRAFITEC	- Brasil França Engenharia e Tecnologia
PROAES	- Pró-reitoria de Assistência Estudantil
PECG	- Programa Estudante Convênio de Graduação
Celpe-Bras	- Certificado de Proficiência em Língua Portuguesa para Estrangeiros
OSU	- Ohio State University
CNPq	- Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
IES	- Instituições de Ensino Superior
GPEAC	- Grupo de Pesquisa em Estratégias Audiovisuais na Convergência
NEEC	- Núcleo de Estudos e Estratégias na Comunicação
PES	- <i>Pro Evolution Soccer</i>
GH	- <i>Guitar Hero</i>
WoW	- <i>World of Warcraft</i>
DotA	- <i>Defense of the Ancients</i>
FPS	- <i>First Person Shooter</i>
MOBA	- <i>Multiplayer Online Battle Arena</i>
GEP-TDE	- Grupo de Estudos e Pesquisa em Tecnologias Digitais na Educação
OPAC	- <i>Open Access e Online Public Access Catalog</i>
AACR2	- Código de Catalogação Anglo-Americano
MARC21	- Machine Readable Catalogin
FRBR	- Requisitos Funcionais para Registros Bibliográficos
FRAD	- Requisitos Funcionais para Dados de Autoridade
FRSAD	- Requisitos Funcionais para Dados de Autoridade Assunto
RDA	- Recurso Descrição e Acesso
ISAAR CPF	- International Standard Archival Authority Record for Corporate Bodies, Persons and Families
ISAD G	- General International Standard Archival Description
CIDOC	- <i>Documentation International Committee for Documentation</i>
CIDOC-	- Cidoc Conceptual Reference Model
CRM	- Conselho Regional de Medicina
DCMI	- <i>Dublin Core Metadata Initiative</i>
IEEE	- <i>Institute for Electrical and Electronics Engineers</i>
LOM	- <i>Learning Object Metadata</i>

XML	- Extensible Markup Language
RDF	- <i>Resource Description Framework</i>
RDF-S	- <i>Resource Description Framework-Schema</i>
OWL	- Web Ontology Language
SPARQL	- <i>SPARQL Protocol and RDF Query Language</i>
RIF	- <i>Rule Interchange Format</i>
RDA	- Recurso Descrição e Acesso
LODLAM	- <i>Linked Open Data in Libraries, Archives and Museums</i>



## Sumário

<b>AS EXPERIÊNCIAS COGNITIVAS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO COLABORATIVO MEDIADAS PELO APLICATIVO TEM AÇÚCAR.....</b>	<b>11</b>
Daniele de Aragão Mendonça e Fátima Regis	
<b>ÁUDIO EM TRÊS DIMENSÕES: EXPERIMENTO E GRAVAÇÃO DE ÁUDIO BINAURAL.....</b>	<b>31</b>
Rosinete de Jesus Silva Ferreira, Carlos Benedito Alves da Silva Júnior e Jefferson Saylon Lima de Sousa	
<b>CONVERGÊNCIA E CONEXÃO NO CONTEXTO DOS ESTUDOS DE RECEPÇÃO TELEVISIVA SERIADA.....</b>	<b>51</b>
Lourdes Ana Pereira Silva	
<b>FINANCIAMENTO COLETIVO, COMUNICAÇÃO E TECNOLOGIA: SOBRE OUTRAS DINÂMICAS PRODUTIVAS.....</b>	<b>70</b>
Ramon Bezerra Costa	
<b>O PAPEL DO PROGRESSO: OPERAÇÕES DE MEDIATEZACÃO SOBRE A IMPLANTAÇÃO DA FÁBRICA SUZANO PAPEL E CELULOSE, NA MÍDIA DE IMPERATRIZ-MA.....</b>	<b>85</b>
Marcos Fábio Belo Matos	
<b>O PARADIGMA CONSTRUTIVISTA E REALIDADE MEDIATEZADA: POLÍTICA, PRAGMÁTICA E DISCURSO.....</b>	<b>102</b>
Patrícia Rakel de Castro Sena	

<b>OLHARES DO BRASIL: UM ESTUDO SOBRE OS ALUNOS INTERNACIONAIS NA POLÍTICA DE INTERNACIONALIZAÇÃO DA UFMA.....</b>	<b>116</b>
Josie Bastos. Maureen Cerveira, Alessandra Martins e Raíssa Salles	
<b>PIRATARIA E GAMBIARRA: AS REDES DE COLABORAÇÃO DO ENTRETENIMENTO E DOS GAMES.....</b>	<b>129</b>
José Messias.	
<b>REPRESENTAÇÕES DO TRABALHO ESCRAVO NA TELEVISÃO: RELATOS DE IDENTIFICAÇÃO E IDENTIDADE DE TRABALHADORES RURAIS MARANHENSES.....</b>	<b>149</b>
Flávia de Almeida Moura	
<b>SOCIABILIDADE: IMPLICAÇÕES DO CONCEITO NO ESTUDO DA COMUNICAÇÃO.....</b>	<b>163</b>
Vera Veiga França	
<b>TECNOLOGIAS DA CONVERGÊNCIA DA INFORMAÇÃO EM BIBLIOTECAS, ARQUIVOS E MUSEUS: APROXIMAÇÕES NECESSÁRIAS.....</b>	<b>174</b>
Valdirene Pereira da Conceição e Maurício José Morais Costa	



## **As experiências cognitivas nas relações de consumo colaborativo mediadas pelo aplicativo tem açúcar**

*Daniele de Aragão Mendonça<sup>1</sup>  
Fátima Regis<sup>2</sup>*

### **1 INTRODUÇÃO**

No centro do debate sobre questões contemporâneas, emergem as transformações do capitalismo geralmente associadas ao mundo do trabalho, incluindo questões relacionadas à subjetividade. Lazzarato e Negri (2001) chamam atenção para o modo como a produção capitalista invadiu a vida cotidiana e superou as barreiras que separam economia, poder e saúde. Para André Gorz (2005), o capitalismo moderno é cada vez mais rapidamente substituído por um capitalismo centrado na valorização de um capital dito imaterial. Esse capital é formado por saberes que fazem parte da cultura do cotidiano, da socialização e da abertura a novos conhecimentos que não se restringem a saberes meramente teóricos e/ou técnicos. Esses conhecimentos se constituem de experiências cotidianas, práticas intuitivas e hábitos, construindo competências sociais, corporais, criativas, entre outras. E são nessas atividades fora do processo de produção, que o sujeito desenvolve sua capacidade de improvisação e de cooperação e cria nova valoração como base da inovação, da comunicação e da auto-organização criativa e continuamente renovada.

O trabalho imaterial aparece como outra qualidade do trabalho, do prazer, outras relações e processos de subjetivação. Estabelece-se um apagamento das fronteiras entre mundo do trabalho e mundo da vida, caracterizado pela mobilidade espacial e a flexibilidade temporal da atividade produtiva. Mais do que arquivos na nuvem que estão disponíveis em qualquer dispositivo e em qualquer tempo, o

---

<sup>1</sup> Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Laboratório de Mídias Digitais PPGCom/Uerj. Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

<sup>2</sup> Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Laboratório de Mídias Digitais PPGCom/Uerj. Rio de Janeiro, RJ, Brasil. Pesquisadora do CNPq e do Prociência (Uerj/Faperj).

trabalhador, inserido nesse “outro capitalismo”, é levado a articular ininterruptamente sua própria vitalidade a serviço da produção.

Com base nas mudanças do sistema econômico, conciliando a produção centrada no dito trabalho imaterial, emergem outros modos de existir potencializados pelas possibilidades de trocas de bens de consumo e serviços. Os fluxos de relacionamento antes mais verticalizados, ou seja, das empresas para o mercado, tornam-se mais horizontais e são evidenciados por meio dos (inter) relacionamentos entre as comunidades potencializadas pelas mídias e redes digitais. Dentro do padrão vertical, tem-se uma comunicação de cima para baixo, sob o controle de empresas e governos. Essa experiência individual é rompida com as Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC), emergindo, assim, as “redes horizontais multimodais”, que segundo Manuel Castells (2015) criam uma unidade e é o ponto de partida e a fonte de empoderamento para a constituição de uma comunidade. Castells (2015, p.50) elucida:

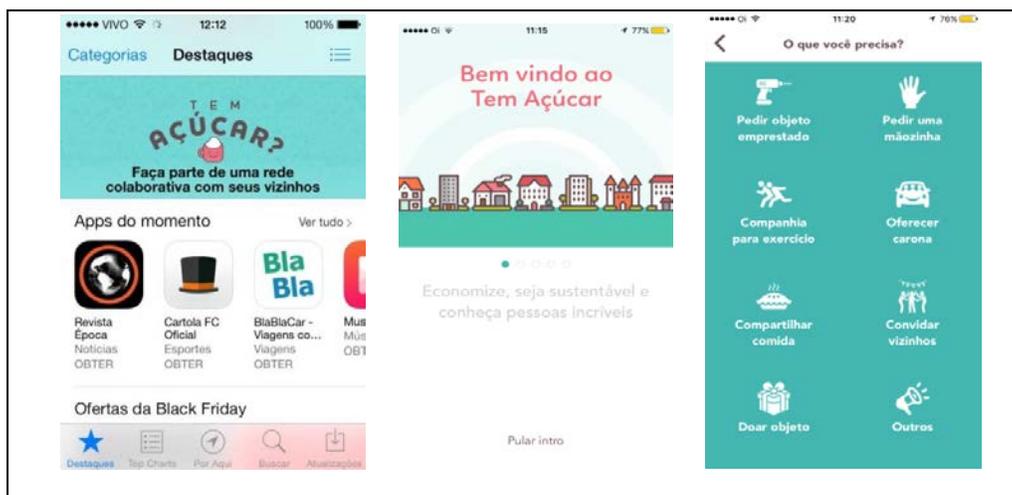
Unidade não é o mesmo que comunidade, uma vez que implica um conjunto de valores comuns, que, dentro do movimento, é algo que está em processo, já que a maior parte dos participantes chega com os seus próprios objetivos e motivações e, então, partem para descobrir o potencial comum na prática do movimento.

Com a inserção do dito trabalho imaterial no sistema econômico e com a emergência das comunidades virtuais, observamos o surgimento de formas diferentes de práticas de produção e de consumo de produtos e serviços. O consumo colaborativo, tema deste texto, é uma delas. Esse modo de consumir traz mudanças na forma de produção, auxilia tanto no desenvolvimento cognitivo quanto no cultural, e aponta diferentes normas e procedimentos nas interações entre as pessoas e as tecnologias de comunicação, favorecendo a construção de uma rede de interação e consumo.

A partir dessa maneira diferente de consumir em rede, as mídias e redes digitais têm papel fundamental, pois além da capacidade de conexão entre as pessoas, potencializam o surgimento de diversos aplicativos em plataformas digitais. Isso possibilita emergir várias perspectivas como possibilidades de organização do espaço de pertencimento das pessoas, e das suas experiências em torno de grupos de afinidades e de interesse, como os laços de vizinhança formados nas diversas redes de relacionamento. No consumo colaborativo, o verbo comprar pode ser substituído por emprestar, trocar, compartilhar, doar, alugar, e dentre várias possibilidades, dá o acesso a bens e serviços sem que haja necessariamente uma transação monetária.

Este texto fez parte de uma pesquisa de mestrado que teve por objetivo geral mapear as experiências cognitivas que emergem nas relações de consumo colaborativo, o qual dá acesso a bens sem que haja necessariamente a troca monetária. Para investigar como e quais experiências cognitivas emergem nas relações de consumo colaborativo, tomaremos como objeto empírico o aplicativo (app) gratuito de empréstimos e doações entre vizinhos *Tem Açúcar* para *smartphones* e tablets. O principal estímulo do app é “economize, seja sustentável e conheça pessoas incríveis” e suas principais funcionalidades são a busca por raio/geolocalização<sup>3</sup>, notificação por e-mail e/ou pelo *smartphone*, *chat*<sup>4</sup> entre os envolvidos nas ofertas e demandas, a avaliação dos usuários, e a opção de reportar um pedido impróprio. Atualmente pelo aplicativo é possível pedir um objeto emprestado, pedir uma “mãozinha”, solicitar e oferecer companhia para exercício, oferecer carona, compartilhar comida, convidar vizinhos e doar objetos (Figura 1).

**Figura 1** – Interfaces da versão 2.0 do aplicativo



Fonte: Registro de tela do aplicativo, s/d.

<sup>3</sup> Segundo André Lemos (2009), mídias de geolocalização (serviços e tecnologias baseadas em localização onde um conjunto de dispositivos, sensores e redes digitais sem fio e seus respectivos bancos de dados agem informacionalmente de forma “atenta” aos lugares) trata-se de uma relação dinâmica entre dispositivos, informação e lugares a partir de trocas infocomunicacionais contextualizadas.

<sup>4</sup> *Chat* é uma relação social eletrônica na qual a conversação se dá sem oralidade ou presença física (LEMOS, 2009).

É importante notar que as práticas do aplicativo *Tem Açúcar* envolvem as dimensões *online* e *off-line*, pois as trocas são concretizadas pessoalmente. Uma característica importante do aplicativo *Tem Açúcar* são as transações sem envolvimento de dinheiro e sem veiculação de publicidade.

Diante disso, a proposta deste texto é pesquisar, de forma exploratória, algumas experiências cognitivas do aplicativo *Tem Açúcar*. Temos como hipótese para a construção do trabalho, o entendimento de que o consumo colaborativo pode ser visto como um processo que pode modular outro valor para as relações de troca, permitindo experiências cognitivas em torno do aprendizado de um novo sujeito. Trata-se da produção de formas de sensibilidade, de pensamentos, de desejo e de ação consigo e com o mundo (KASTRUP, 1999).

Com o termo experiência cognitiva, entendemos, por um lado, experiência, tal como Foucault (1990, p. 10) “a correlação, numa cultura, entre campos de saber, tipos de normatividade e formas de subjetividade”. E por cognitivo, entendemos na esteira de Varela (1990), Varela et al (2001) e Kastrup (1999) que o processo cognitivo não se restringe às habilidades superiores da mente (lógica, representação, tomada de decisão, entre outras), mas que “é corporificado e contextualizado, isto é, depende da experiência concreta do indivíduo e utiliza habilidades sensoriais, afetivas e sociais” (REGIS; MESSIAS, 2012, p. 42). Assim, a experiência cognitiva opera de forma distribuída, uma espécie de rede sociotécnica, envolvendo cérebro/corpo e suas interações com humanos e não-humanos (interações sociais e objetos técnicos) (REGIS; MESSIAS, 2012, p. 42). Assim, se considera no processo cognitivo o contexto, o corpo que em movimento produz mais interações e estimula sensorialidades, dentro de um ambiente onde (agentes humanos e não-humanos) produzem a experiência cognitiva e subjetiva, onde tudo está em processo de transformação/produção contínua (VARELA, 1990).

E por último, que as formas de atuação são ferramentas *online* e ações *off-line*, estimulando o compartilhamento e construção de conhecimento, talento e tecnologia na abertura a novas experiências. Trata-se de uma leitura de mundo como membro de um grupo, que de certa forma se submete ao conjunto de normas e materialidades estipuladas pelo aplicativo, que resultam numa espécie de compromisso com o aprendizado de um “novo fazer” do grupo conectado em rede. É uma reconfiguração da experiência de consumo em que humanos e não-humanos se articulam e produzem de um outro modo, pois o paradigma

que alimenta essa pesquisa é o de que não existe separação ente sujeito e objeto, mente e corpo. Acredita-se que o sujeito está o tempo todo em interação com os objetos técnicos e protocolos culturais. Nesse sentido, sujeito e objeto não são termos já dados em um mundo preexistente. Antes, são termos que se definem um ao outro num processo em que se constitui o mundo.

Com base nessa abordagem teórica, considera-se que nas interações com o ambiente – contato com outras pessoas e objetos técnicos – as pessoas desenvolvem competências cognitivas. Tomaremos por base as cinco categorias de competências (sensorialidade, sociabilidade, logicidade, cibertextualidade e criatividade) investigadas por Regis (2008) para buscar compreender a modulação de outro valor para as relações de troca, permitindo experiências cognitivas em torno do aprendizado de um novo sujeito.

Quanto aos procedimentos de análise, adotamos: (1) pesquisa bibliográfica; (2) a aplicação de questionário *online*, o qual objetivou o delineamento do perfil de seus usuários, suas intenções e atitudes no processo de experiência das relações de consumo colaborativo e (3) análise segundo as competências cognitivas.

O presente texto está dividido em duas partes. Na primeira, apresentamos a perspectiva teórica do texto, explicando redes, colaboração e experiências cognitivas contemporâneas. Na segunda, discutiremos brevemente o conceito de consumo colaborativo. Por fim, apresentaremos alguns resultados preliminares da pesquisa com base nos achados do questionário aplicado.

## **2 REDES SOCIAIS DIGITAIS, COLABORAÇÃO E EXPERIÊNCIAS COGNITIVAS**

### **2.1 Interações sociotécnicas na colaboração**

Destaca-se nesse cenário, a constituição das redes digitais globais de comunicação, fundamental para a compreensão do fenômeno aqui tratado, porque parte da formação de uma sociedade em rede<sup>5</sup> e de uma comunicação horizontal, interativa e em fluxos, que têm como base a internet e a

---

<sup>5</sup> Segundo Castells (2015), com mais de 2,8 milhões de usuários de internet no planeta em 2013 e mais de 6,4 bilhões de usuários de dispositivos de comunicação sem fio, redes horizontais de comunicação digital se tornaram a espinha dorsal de nossas vidas, materializando uma nova estrutura social que o autor identificou anos atrás como sendo a sociedade em rede.

comunicação sem fio. Segundo Castells (2015), as redes de comunicação digital como forma prevalente de interação humana mediada, fornecem o novo contexto, no cerne da sociedade em rede como uma nova estrutura social.

Uma rede é um conjunto de nós interconectados na vida social, são estruturas comunicativas. As redes processam fluxos que são correntes de informação entre nós, que circulam por meio dos canais de conexão entre os nós. Essas redes horizontais possibilitam o surgimento daquilo que Castells (2015) chama de “autocomunicação de massa”, que amplia a autonomia dos sujeitos comunicantes em relação às corporações de comunicação, à medida que os usuários passam a ser tanto emissores quanto receptores de mensagens, aumentando a influência da sociedade civil e de atores sócio políticos não institucionais na forma e na dinâmica das relações (de poder).

O primeiro a usar o conceito de redes sociais foi o antropólogo australiano J.A Barnes em 1954 (FIALHO, 2015). Ele desejava entender qual era o motivo para as pessoas se relacionarem e como isso acontecia, e chegou à conclusão que as relações eram um campo social construído por ligações entre pessoas, que nem sempre se conheciam ou tinham contato fixo. Ou seja, o termo redes sociais já era usado pelas Ciências Sociais antes mesmo de se tornar conhecido por causa da internet. Consideremos assim, que a sociedade em rede é uma “cidade global”, embora isso não signifique que todas as pessoas do mundo estejam incluídas nessas redes.

As tecnologias digitais mudaram a escala e a distância da ação. Defronta-se com os plurais paradigmas e demandas das culturas locais que mantêm a sua singularidade ou difunde concepções conforme outros critérios de valor, e a “autocomunicação de massa” proporciona um engajamento que sinaliza uma perspectiva relacional com os mecanismos de produção de conhecimento, de distribuição e acesso, onde agentes humanos e não humanos são constituintes do ambiente em geral. Dentro dessa visão de mundo, tudo está inter-relacionado, e é por onde circulam os fluxos de recursos materiais e imateriais, e contempla-se o desenvolvimento das comunicações e das relações entre as pessoas e as coisas.

Quanto mais sociais as pessoas são, mais elas usam internet, e quanto mais elas usam a internet, mais elas se beneficiam do aumento de sociabilidade tanto *online* quanto *off-line*, alcançam níveis mais altos de engajamento, e maior intensidade nas relações familiares e de amizade. A sociabilidade facilitada

e dinamizada pela conectividade, e pelas redes sociais na web, não é apenas a amizade ou a comunicação interpessoal, pois as pessoas fazem coisas juntas, compartilham até mesmo entre estranhos e agem exatamente como na sociedade.

Bruno Latour (2012), por meio da Teoria Ator-Rede (TAR), corrobora com a interpretação das diferentes formas de produção e interação. O autor desfaz a divisão moderna entre natureza e cultura ou ainda entre sujeito e objeto. Ele recoloca o lugar da natureza e das coisas, bem como dos humanos e seus artefatos. Ao pensar o fazer da ciência, Latour não quer negar a modernidade enquanto período histórico, ou enquanto produção de conhecimento. O que o autor nega é a adesão ao acordo moderno do fazer científico, um acordo que separa e define o que é objetivo na natureza e o que é subjetivo no mundo social, cristalizando e privilegiando determinadas realidades. Ele destaca que a natureza dada e a sociedade a ser transformada são efeitos de um conjunto de práticas de mediação ao invés de serem causas longínquas e opostas entre si. É neste sentido que Latour afirma:

Os modernos não estavam enganados ao quererem não-humanos objetivos e sociedades livres. Apenas estava errada sua certeza de que essa produção exigia a distinção absoluta e a repressão contínua do trabalho de mediação (LATOURE, 1994, p.138).

A TAR mobiliza uma rede em torno de ações, que atua como mediadora, modificando os fluxos de ação. A tecnologia é participante dos fluxos de ação, de modo a particularizar algumas ações coletivas na cultura contemporânea. Trata-se assim de uma heterogeneidade de humanos e não humanos onde os grupos agem coletivamente com a Internet e estabelece a ideia sociotécnica, onde a maneira como se lida com o mundo exterior e consigo mesmo é afetada pela relação integrada com a tecnologia.

A análise da colaboração pela vertente das interações com a tecnologia implica, forçosamente, uma relação entre sujeitos e objetos. Autores como Don Tapscott e Anthony Williams (2006) destacam que, antes da Internet, a colaboração se dava, em geral, em pequena escala, entre parentes, amigos ou sócios. Raramente a colaboração se aproximava de uma escala de massa, e quando isso ocorria era quase sempre em episódios breves de ação política, como nos protestos contra a guerra do Vietnã, por exemplo. Com o advento da *Internet*, em especial da chamada *Web 2.0*, têm-se, hoje, a colaboração em massa, através da qual “bilhões de indivíduos conectados podem agora participar ativamente da inovação, da

criação de riqueza e do desenvolvimento social de uma maneira que antes era apenas um sonho” (TAPSCOTT; WILLIAMS, 2006, p. 11).

Esse desenvolvimento encontra lugar no ciberespaço<sup>6</sup>, que se constitui como campo fértil para a colaboração por meio do acesso e com possibilidades de envolvimento ativo na produção e circulação do conhecimento e da cultura. Certas experiências concretas baseadas nas mediações proporcionadas pelas plataformas *online* provocam mudanças nas relações entre as pessoas. Como também chama a atenção, as repercussões culturais e materiais, dinamizadas pelas tecnologias de comunicação. E as relações sociais dinamizadas pelos sites e redes sociais fazem parte de um processo de aprendizado dinâmico onde tudo importa para a produção de conhecimento, ou seja, a linguagem, as pessoas, os objetos técnicos e o modo como se vive.

## **2.2 Cognição corporalizada, contextualizada e distribuída**

Sob esse aspecto, parece não ser possível dar conta das realizações cognitivas de nossa espécie fazendo referência ao que está apenas dentro de nossas cabeças. É preciso também considerar as funções cognitivas do mundo social e material. Quando da observação da atividade humana no “habitat natural”, pelo menos três tipos interessantes de processos de distribuição cognitiva tornam-se aparentes segundo Edwin Hutchins (2000): a) os processos cognitivos podem ser distribuídos entre os membros de um grupo social; b) os processos cognitivos podem ser distribuídos no sentido de que a operação do sistema cognitivo envolve a coordenação entre a estrutura interna e externa (ambiental ou material) e; c) os processos podem ser distribuídos através do tempo, de tal maneira que os produtos de eventos anteriores podem transformar a natureza dos eventos posteriores.

Nota-se que os efeitos desses tipos de processos de distribuição são extremamente importantes para a compreensão da cognição humana. A maneira simultânea de sentir, pensar e agir no ambiente está relacionada à cognição ampliada, e a dinâmica entre fatores materiais, sociais e ambientais atua diretamente na experiência cognitiva.

---

<sup>6</sup> Precisamos entender que aquilo que é chamado de ciberespaço não compreende apenas os meios materiais de telecomunicação, mensagens e seres humanos; ele é povoado por “seres estranhos, meio textos, meio máquinas, meio atores, meio cenários: os programas” (LÉVY, 1999, p. 41).

A cognição distribuída também segue, em certa medida, a ciência cognitiva dominante, que caracteriza os processos cognitivos em termos da propagação e transformação das representações (reconhecimento). O que distingue a cognição distribuída de outras abordagens é o compromisso com dois princípios teóricos relacionados: o primeiro diz respeito à delimitação da unidade de análise para a cognição e o segundo refere-se à variedade de mecanismos que podem ser assumidos para participar dos processos cognitivos. Esse processo cognitivo se beneficia de outras habilidades, de maneira que saber e conhecer não é mais resolver problemas. A questão não é apenas cerebral. Aprende-se mais através das experiências e trocas com os outros. Como reforça Hutchins (2000), as ciências cognitivas trabalham o cotidiano, as trocas, o meio, com a cultura e se articula com as tecnologias.

Nessa perspectiva, entende-se que as experiências cognitivas são acopladas ao mundo; as decisões das pessoas são contextualizadas, ancoradas em situações concretas e se apoiam em todos os nossos sentidos e habilidades. E isso não é tudo. Ao postular que conhecimento e comportamento não são resultados de representações do mundo, mas processos emergentes da dinâmica das interações concretas com o mundo, pesquisadores como Donald Norman e Andy Clark incluem no processo cognitivo as interações com outros indivíduos e com os objetos técnicos. E objetos técnicos cognitivos não são apenas computadores e *gadgets* sofisticados. Norman (1993, p. 4) denomina de artefatos cognitivos “qualquer ferramenta que auxilie a mente”, o que inclui tanto artefatos materiais, como o papel, o lápis, a calculadora, o computador, quanto artefatos mentais, como a linguagem, a lógica e a aritmética. Norman destaca ainda a importância da cooperação social para as atividades cognitivas:

As pessoas operam como um tipo de inteligência distribuída, na qual grande parte de nosso comportamento inteligente resulta da interação de processos mentais com os objetos e determinações do mundo e na qual muitos comportamentos ocorrem por meio de um processo cooperativo com outrem (NORMAN, 1993, p. 146).

Andy Clark resume assim os diversos fatores que compõem a complexidade da mente humana:

A ideia central de mente, ou melhor o tipo especial de mente associada com as relações de alto-nível, distintivas da espécie humana, emerge a partir da colisão produtiva de múltiplos fatores e forças – alguns corporais, alguns neurais, alguns tecnológicos e alguns sociais e culturais (CLARK, 2001, p. 141).

### **2.3 Conceito de consumo colaborativo**

O termo consumo colaborativo foi usado pela primeira vez por Marcus Felson e Spaeth Joel (1978), que se referiam às rotinas comunitárias de consumo. Com o passar dos anos, outros autores adotaram concepções diferenciadas ao centrarem as discussões do consumo colaborativo como associadas às práticas de colaboração e consumo por meio do uso da internet. Com a internet houve a potencialização de interações gerando, assim, formas de comunicação de maior proporção, intensificando a possibilidade de vínculos e ações conjuntas entre os interagentes. São identificadas diversas plataformas tecnológicas como sites, redes sociais digitais e aplicativos de troca, empréstimo e doação, que permitem dividir o transporte com outras pessoas desconhecidas, dar uma opinião sobre um estabelecimento, trocar uma peça de roupa em desuso ou que não gosta mais em um bazar *online*, dividir espaços de trabalho, hospedar-se em uma casa de um desconhecido referenciado por outros desconhecidos, dentre muitos outros exemplos. Ao que parece, nesses casos, o acesso é mais importante do que a posse dos bens.

Esse tipo de consumo revela aos consumidores que seus desejos e suas necessidades materiais não precisam estar em conflito com as responsabilidades de um cidadão conectado. Para Jenkins, Green e Ford (2014), a cultura participativa é a cultura em que fãs e outros consumidores são convidados a participar ativamente da criação e da circulação de novos conteúdos. Nesse sentido, o consumo colaborativo permite que os membros auxiliem na criação de conteúdo, na divulgação de plataformas e no seu cotidiano, visando, acima de tudo, o benefício entre os pares e focados na redistribuição de bens.

Em 2007, Ray Algar abordou o consumo colaborativo como sendo a troca de bens e o compartilhamento de experiências pelos consumidores em sites. E mais recentemente, Rachel Botsman e Roo Rogers (2011) classificam o consumo colaborativo em três formas ou sistemas: (1) os sistemas de serviços de produtos - pagamento do benefício de um produto sem a posse material dele, no caso, o compartilhamento ou aluguel, (2) mercados de redistribuição - redes sociais que habilitam a redistribuição, fundamentados na doação e na troca de mercadorias que não são mais de interesse dos proprietários atuais, e (3) estilos de vida colaborativos - rede composta por indivíduos com interesses similares, propensos à organização e compartilhamento de ativos menos tangíveis como tempo, espaço, habilidades e dinheiro. Segundo os autores, a interação indivíduo-indivíduo com geração de valor, sem o produto físico é, geralmente, o foco desta troca.

Acrescenta-se, ainda, a descentralização das transações de consumo, subvertendo as que são comumente centradas na lógica de mercado e nas corporações, a escala das interações é potencializada pelas tecnologias digitais em rede, e a quebra de hierarquias como características desse tipo de consumo. Entre as vantagens desses sistemas estão, segundo Bostman e Rogers (2011), os benefícios ambientais significativos, por meio de aumento da eficiência de uso, a redução de desperdício, o incentivo para o desenvolvimento de produtos melhores, e a absorção do excedente criado pelo excesso de produção e de consumo. A partir disso, há ainda uma provável redução do número total de bens adquiridos pelos consumidores individualmente.

Além disso, vale destacar que para esses autores, o consumo colaborativo compartilha de quatro princípios básicos fundamentais “a massa crítica, a capacidade ociosa, a crença no bem comum e a confiança entre desconhecidos” (BOSTMAN; ROGERS, 2011, p.64), que são características que, ao mesmo tempo em que ajudam a definir o que é o consumo colaborativo, também o promovem.

Segundo Diego Gabbi Azevedo, o consumo colaborativo:

É como um sistema coletivo de práticas ecológicas e socialmente corretas, que ocorre através do compartilhamento, colaboração e cooperação de produtos ou serviços entre usuários (membros) de uma comunidade, com objetivos em comuns e interligados, em grande maioria, por meio de plataformas digitais (AZEVEDO, 2014, p. 48).

Para Russell Belk (2013), o compartilhamento envolve o ato e o processo de distribuir o que é seu aos outros para o uso deles ou o ato e processo de receber ou tomar algo dos outros para seu uso por uma compensação financeira ou alguma outra forma de compensação. Podem ser compartilhados tangíveis ou intangíveis, tais como ideias, valores e tempo. Para Belk (2013), há duas coisas em comum entre o compartilhamento e as práticas de consumo colaborativo: 1) acesso temporário a modelos de não propriedade de mercadorias e serviços; e 2) confiança na *internet 2.0* (possibilitou os usuários a contribuir com conteúdo e conectarem-se uns com os outros).

Desse conceito, Belk (2013) exclui as atividades de compartilhamento que não envolvam uma compensação financeira ou equivalente. O autor acrescenta que nem o conceito de Felson e Spaeth (1978) e, tampouco, o conceito de Bostman e Rogers (2011) sobre consumo colaborativo são adequados. Para ele, o primeiro traz uma aplicação ampla e não há o contexto da aquisição e distribuição do produto,

típico do compartilhamento. Como também, se distingue de Botsman e Rogers, ao determinar que os autores abarquem troca de mercado, dádiva (*gift giving*) e compartilhamento (*sharing*) sob o mesmo conceito. O esforço de Belk em seus trabalhos foi o de trazer o compartilhamento como uma prática mais antiga em essência, a qual não pode ser associada apenas às práticas existentes na era da internet.

Com base nas diferentes perspectivas relativas à compreensão dos aspectos que definem o consumo colaborativo, verifica-se que, as práticas vão além das compensações de ordem estritamente financeira, de forma direta, e podem se centrar no aspecto relacional entre aqueles que participam das mesmas. E por isso, a noção de colaboração é mais bem vista como um conjunto de possíveis relações entre os participantes.

Jeremy Roschelle e Stephanie Teasley (1995) distinguem cooperação e colaboração. O trabalho cooperativo é realizado através da divisão do trabalho entre os participantes, como uma atividade onde cada pessoa é responsável por uma porção da solução do problema, ao passo que a colaboração envolve o empenho mútuo dos participantes em um esforço coordenado para solucionar juntos os problemas, por meio de uma atividade sincrônica, coordenada, que é resultado de uma contínua tentativa de construir e manter uma concepção partilhada (conjunta) de um problema. Segundo a definição encontrada no dicionário mini Aurélio da língua portuguesa, compartilhar significa “ter ou tomar parte em; participar de; dividir, partilhar” (FERREIRA, 2008, p. 249).

O ato de consumir de forma mais responsável, consciente e sustentável, também reforça a prática do consumo colaborativo, pois abre um precedente para interações com um nível de conscientização ou senso de responsabilidade maior por parte dos envolvidos, assim como a emergência do compartilhamento e da troca, ao invés da posse de bens. Por exemplo, os consumidores voltados para o viés da colaboração demonstram maior preocupação com os aspectos sociais do que com as marcas a serem consumidas. Portanto, buscam ser mais sustentáveis, ter relacionamentos mais estreitos com as pessoas, do mesmo modo que também são motivados pela urgência de encontrar maneiras diferentes e eficazes de realizar as suas tarefas diárias, inclusive, economizando dinheiro e tempo.

Portanto, no consumo colaborativo, é como se as pessoas precisassem antes cooperar para que na sequência a colaboração seja concretizada, e o foco no compartilhamento e troca é notado no processo como um todo.

Como documentado por Regina Ornellas (2012, p.52), “O Consumo Colaborativo é colocar um sistema em um lugar onde pessoas podem compartilhar recursos sem sofrerem penalidades por isso, com liberdade ou sacrifício as suas vidas. O conceito de não ser dono ou não ter posse não é recente”.

Atualmente, muito se ouve falar em economia compartilhada e consumo compartilhado. Uma possível justificativa para a escassez de definições teóricas disponíveis sobre ambos os conceitos é o uso dos dois termos como sinônimos de consumo compartilhado, principalmente, pela aplicação empírica por áreas como economia, contabilidade e gestão empresarial<sup>7</sup>, e que por isso, acabam por reforçar a associação ao repertório conceitual pertencente ao campo da administração.

Para a mestre em gestão empresarial Ana Luiza Villanova (2015, p.8),

A economia compartilhada é constituída por práticas de *connected consumption*, que enfatizam a reutilização de produtos, e as conexões *peer-to-peer*<sup>8</sup>, eliminando intermediários, e podendo levar a conexões face a face que estão redesenhando os modelos de negócio da economia tradicional.

De modo geral são inúmeras as abordagens encontradas em livros, sites e matérias no esforço de criar fronteiras, critérios e definições para as interações e experiências em torno dos movimentos do sistema econômico e paradigmas das práticas de consumo e acesso mediadas ou não pela tecnologia digital, com envolvimento ou não de capital monetário.

### **3 ANÁLISE DO APLICATIVO TEM AÇÚCAR**

Foi aplicado um questionário *online* disponibilizado por meio do *Google Drive* junto a 100 pessoas contatadas por *WhatsApp* no período de 1º a seis de agosto de 2017, com 57 repostas coletadas, sendo que dessas, 22 pessoas já haviam utilizado o aplicativo *Tem Açúcar*. Do total, 21 pessoas

---

<sup>7</sup> Pesquisa realizada no período de 19 de abril a 05 de maio de 2016, sobre o assunto ‘consumo colaborativo’ no Portal de Periódicos da CAPES/MEC e na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações – BDTD. (BARROS, 2016).

<sup>8</sup> Através da tecnologia *peer-to-peer* (P2P) qualquer dispositivo pode acessar diretamente os recursos de outro, sem nenhum controle centralizado.

responderam no dia 1º de agosto imediatamente quando a mensagem de *WhatsApp* foi enviada, 27 pessoas responderam ao longo do dia seguinte, e as restantes nos dias subsequentes até o dia seis, quando o questionário foi tirado do ar.

O questionário possuía 26 perguntas, dentre as quais nem todas eram obrigatórias, algumas com opções de múltipla escolha e outras com possibilidade de respostas abertas.

As perguntas foram organizadas de acordo com os seguintes objetivos:

Perguntas 1, 2, 3, 4, 6, 13, 16 e 17: Mapeamento do perfil.

Perguntas 5, 14, 19, 20, 21, 23 e 24: Materialidades / Sensorialidades.

Perguntas 7, 18 e 22: Motivações de consumo.

Perguntas 11 e 12: Valor das marcas de fabricação.

Pergunta 8, 9, 10 e 15: Competências cognitivas e percepções sobre a experiência de uso.

Perguntas finais 25 e 26.

### **3.1 Análises iniciais**

#### **3.1.1 Mapeamento do perfil**

Dos respondentes, 89,5% declarou ser do sexo feminino, enquanto 10,5% declararam ser do sexo masculino. Ou seja, ninguém respondeu “Prefiro não dizer”, e “Outro”.

A maioria dos respondentes, 33,3%, estava na faixa de 35 a 44 anos, enquanto a minoria estava na faixa de 18 a 24 anos. A faixa etária predominante é justificada porque a maioria das pessoas que participou, faz parte do ciclo de conhecidos da autora desta pesquisa, que tem 43 anos de idade.

Mais da metade (56,1%) declarou ser empreendedor ou profissional autônomo e a grande maioria habitava a zona sul da cidade do Rio de Janeiro, distribuídos pelos bairros Humaitá, Botafogo, Laranjeiras, Jardim Botânico e outros.

Dos 57 respondentes, 29,8% já havia utilizado o app. Sendo que 15,8% não tinham utilizado porque consideraram que não precisaram pedir nada. Assim como, com o mesmo percentual de 15,8% declarou esquecer que pode pedir algo pelo app.

Quanto ao acesso à conta do app, 28,6% declararam acessar via *Facebook*, o que permite uma interatividade maior entre esses participantes da rede. E 17,9% preferem acessar por meio de *login* e senha.

Sobre o compartilhamento de produtos em outros *sites*, apps e páginas no *Facebook*, 26,3% afirmaram fazê-lo principalmente em páginas (grupos) do *Facebook*. Quando perguntados sobre quais sites, apps e grupos no *Facebook*, as respostas não foram específicas, embora o site Enjoei.com, Mercado Livre, OLX, o app *WhatsApp* e *Couchsurfing* tenham sido mencionados. A diferença, ou seja, 73,7% dos respondentes declararam não adotar esta prática.

### 3.1.2 Motivações de consumo

Dentre as pessoas que afirmaram usar o aplicativo, 26,3% disseram ter exercitado a colaboração na criação de um ambiente propício para o empréstimo e 22,8% disseram ter praticado maior aproximação com estranhos por meio do aplicativo. Sendo que dentre as motivações de uso do aplicativo *Tem Açúcar*, foi apontado como sendo mais valorizado o “acesso a um produto ao invés de comprá-lo” com 28,8% das respostas, seguido de 26,9% “fortalecimento de laços entre vizinhos”, 25% “consciência ecológica” e 19,2% “economia de dinheiro, espaço e tempo”.

Embora a menor parte dos respondentes (29,8%) já tenha utilizado o app, 64,4% de 45 respostas declarou confiar no *Tem Açúcar*. Enquanto 31,1% declararam “Talvez”, e os restantes responderam “Não confia”. Aqueles que responderam “Talvez” e “Não confia” não usaram o app. E dentre os que responderam que confiam, dois também não tinham usado.

### 3.1.3 Competências cognitivas e percepções sobre a experiência de uso

De forma resumida, podemos definir as competências cognitivas (REGIS, 2008), como:

Cibertextualidade (estímulos a conectar conteúdos de diferentes produtos culturais e contextos);

Logicidade (habilidades ligadas à lógica, percepção de padrões, tomada de decisão);

Criatividade (estímulo à criação e intervenção nos produtos por parte dos usuários);

Sensorialidade (combinar o uso de vários sentidos, percepções, tipos de atenção e mídias simultaneamente);

Sociabilidade (modo como as tecnologias digitais favorecem a produção de conteúdo (individual e coletivo) estimula a formação de comunidades de gosto, parcerias, listas de discussão etc.).

De 22 pessoas que usaram o aplicativo, 50% avalia a experiência como tendo sido “Maravilhosa”. 31,8% como tendo sido “Mais ou menos”. Ninguém respondeu como tendo sido “Péssima”. Dentre as situações bem ou mal sucedidas de solicitações, empréstimos ou trocas, os produtos em questão foram, por exemplo, almofadas, mochila de viagem, colchão inflável, barraca de acampar, furadeira, pistola de cola quente, nebulizador, maca para massagem, máquina de pão, saco de dormir, isolante térmico, roupa de natação no mar, raquete de squash, picotador de papel, cabideiro, bicicleta, revistas, livros, brinquedos, fogão, sofá, impressora, transformador, microfone lapela, hub usb3, panela, vestido de madrinha, milho de pipoca, dentre outros.

O uso do app provocou emoções como: utilidade, companheirismo, praticidade, felicidade de conseguir exatamente o que precisava, satisfação de acessar algo sem ter de pagar, confiança num estranho, gratidão pela troca e disponibilidade das pessoas, alegria, senso do coletivo, senso de comunidade, orgulho da Camila (fundadora do app), surpresa, curiosidade. Uma pessoa respondeu “decepção porque não conseguiu emprestar”.

Dentre as opções de respostas para a experiência de uso do app, que tratou das competências cognitivas praticadas, a maioria declarou ter “exercitado a colaboração na criação de um ambiente propício para o empréstimo”. Isso evidencia o uso de competências sociais. A Sociabilidade também é evidenciada, por meio da segunda resposta mais escolhida “praticou maior aproximação com estranhos por meio do aplicativo”. Outra competência, a Logicidade, pode ser constatada com as respostas empatadas, “exercitou a decisão para pedir ou ofertar algum produto” e “sentiu falta da imagem do produto no app (incluir e/ou visualizar)”. Uma pessoa respondeu que foi surpreendida com a entrega de uma máquina presenteada com um pão dentro, denotando a competência Criatividade.

Já a Sensorialidade pode ser observada também na resposta “sentiu falta da imagem do produto no app (incluir e/ou visualizar)”. Já a Cibertextualidade pode ser observada pela facilidade em manusear o aplicativo, uma vez que o uso de softwares e aplicativos ocorre de uma forma intuitiva e amigável em função de aprendizado de linguagens e textos em experiências anteriores com interfaces e funcionalidades de aplicativos similares.

Do total, 34 respondentes deixaram seu contato por e-mail. E ao serem solicitados a deixarem uma mensagem (crítica, sugestão, elogio etc.) sobre o app, seis pessoas deram sugestões, e a maioria elogiou a iniciativa. “Vocês são demais! Vamos juntos mudar esse mundo!”, “Acho uma mão na roda. E tenho apresentado para vários amigos! Uma alternativa em meio a Cultura do consumo”. “A ideia do serviço é muito bacana, mas creio que precisamos de uma mudança cultural como consumidor para utiliza-lo no dia-a-dia”.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Partimos das transformações nos modos de produção contemporâneos, mostrando como a produção capitalista tem invadido a vida cotidiana, suplantando as barreiras entre a economia e os afazeres cotidianos. Argumentamos que esse capital é formado por saberes que fazem parte da cultura do cotidiano, da socialização e da abertura a novos conhecimentos que não se restringem a saberes meramente teóricos e/ou técnicos.

Com base nas mudanças do sistema econômico e com a emergência das comunidades virtuais surgem outras possibilidades de trocas de bens de consumo e serviços, como o consumo colaborativo.

Apresentamos a análise inicial de um aplicativo de consumo colaborativo, *Tem Açúcar*, que partiu da aplicação de um questionário online respondido por 57 pessoas com o objetivo de investigar de modo exploratório as interações e as experiências cognitivas emergentes nesse ambiente.

Foi possível observar que as pessoas recebem com satisfação iniciativas como a do *Tem Açúcar*. Observa-se também o relato de experiências ricas cognitivamente, abarcando valores e desenvolvimento de competências que incluem a preocupação com a construção de modos de existir mais conectados com a cultura e as diferentes formas de se viver no ambiente global.

## REFERÊNCIAS

- ALGAR, Ray. Collaborative Consumption. **Leisure Report**. Abril, p.16-17, 2007.
- AZEVEDO, Diego G. **O consumo colaborativo na contemporaneidade**: um estudo sobre a fanpage Consumo Colaborativo CC - Brasil; Santa Maria, 2014.
- BARROS, Ana Cirne Paes de. **Consumo Colaborativo**: perspectivas, olhares e abordagens para um conceito em construção, COMUNICON, 2016. Disponível em: [http://anais-comunicon2016.espm.br/GTs/GTPOS/GT1/GT01-ANA\\_BARROS.pdf](http://anais-comunicon2016.espm.br/GTs/GTPOS/GT1/GT01-ANA_BARROS.pdf). Acesso em: 21/08/2017.
- BELK, Russell. **You are what you can access**: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, v. 67, n. 8, p. 1595–1600, 2013.
- BOTSMAN, Rachel; ROGERS, Roo. **O que é meu é seu**. Porto Alegre: Bookman Companhia Editora, 2011.
- CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.
- CLARK, Andy. **Mindware**: an introduction to the philosophy of cognitive science. New York/Oxford: Oxford University Press, 2001.
- FELSON, Marcus; JOEL, Spaeth. **Community Structure and Collaborative Consumption**: a routine activity approach. *American Behavioral Scientist*, n. 21, p. 614–24, mar-abr, 1978.
- FERREIRA, Aurélio B. H. **Miniaurélio**: o minidicionário da língua portuguesa. 7ª ed. Curitiba: Editora Positivo, 2008.
- FIALHO, Joaquim. “Pressupostos para a construção de uma sociologia das redes sociais”. In: **Revista Sociologia**. Porto, Faculdade de Letras da Universidade do Porto, v.29, jun. 2015. Disponível em: [http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0872-34192015000100004](http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0872-34192015000100004). Acesso em: 22, ago., 2018.
- FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade 2**: o uso dos prazeres. 6ª ed. Rio de Janeiro: Graal, 1990.
- GORZ, André. **O imaterial**: conhecimento, valor e capital. São Paulo: Annablume, 2005.

- HUTCHINS, Edwin. **Distributed Cognition**. 2000. Disponível em:  
<http://files.meetup.com/410989/DistributedCognition.pdf>. Acesso em: 22, ago., 2018.
- JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da Conexão**. São Paulo: Aleph, 2014.
- KASTRUP, Virgínia. **A invenção de si e do mundo**. Uma introdução do tempo e do coletivo no estudo da cognição. Belo Horizonte: Autentica 1999.
- LATOUR, Bruno. **Reagregando o social**. Salvador: Edufba; Bauru, São Paulo: Edusc, 2012.
- \_\_\_\_\_. **Jamais Fomos Modernos**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1994.
- LAZZARATO, Maurizio; NEGRI, Antônio. **Trabalho imaterial**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.
- LEMOS, André. Cultura da Mobilidade. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, nº 40, dez. 2009.  
Disponível em:  
<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/6314/4589>. Acesso em:  
09, fev., 2018.
- \_\_\_\_\_; CUNHA, Paulo (orgs). **Olhares sobre a Cibercultura**. Sulina, Porto Alegre, 2003.
- LEVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.
- NORMAN, Donald. **Things that make us smart**. Cambridge: Perseus Books, 1993.
- ORNELLAS, Regina da Silva. **O consumo colaborativo de transporte individual carsharing e o processo decisório do consumidor do consumidor na cidade de São Paulo**. São Paulo: USP, 2012. 151f. Dissertação (Administração). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, 2012.
- REGIS, Fátima. Tecnologias de comunicação, entretenimento e competências cognitivas na cibercultura. In: **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 37, p. 32-37, dez. 2008.
- \_\_\_\_\_.; MESSIAS, José. “Comunicação, tecnologia e cognição: rearticulando homem, mundo e pensamento”. In: REGIS, Fátima; ORTIZ, Anderson; AFFONSO, Luiz Carlos; TIMPONI, Raquel. **Tecnologias de Comunicação e Cognição**. Porto Alegre: Sulina, 2012.
- ROSCHELLE, Jeremy and TEASLEY, Stephanie. **The construction of shared knowledge in collaborative problem solving**. In O’Malley, C. E., (ed.), Computer Supported Collaborative learning. Pages 69-97. Springer-Verlag, Heidelberg, 1995.
- TAPSCOTT, Don e WILLIAMS, Anthony D. **Wikonomics: como a colaboração em massa pode mudar o seu negócio**. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 2006.

VARELA, Francisco. **Conhecer, as Ciências Cognitivas, Tendências e Perspectivas.**  
Lisboa: Instituto Piaget, 1990.

\_\_\_\_\_. et., al, **A Mente Corpórea:** ciência cognitiva e experiência humana. Lisboa: Instituto Piaget, 2001.

VILLANOVA, Ana Luiza Ilha. **Modelo de negócio na economia compartilhada:** uma investigação multi-caso. Rio de Janeiro: FGV, 2015. 125 f. Dissertação (Gestão Empresarial) - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Centro de Formação e Pesquisa, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2015.



## **Áudio em três dimensões: Experimento e gravação de áudio binaural**

*Rosinete de Jesus Silva Ferreira<sup>9</sup>  
Carlos Benedito Alves da Silva Júnior<sup>10</sup>  
Jefferson Saylor Lima de Sousa<sup>11</sup>*

### **1 INTRODUÇÃO**

No presente texto apresentam-se os resultados dos experimentos realizados pela equipe da Linha de Pesquisa em Estratégias Audiovisuais na Convergência (G-PEAC), vinculada ao Núcleo de Estudos de Estratégias em Comunicação (NEEC), pertencente ao Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão (UFMA).

Tais experimentos foram realizados no primeiro semestre de 2017, após período de leituras e debates iniciado no segundo semestre de 2016, no G-PEAC, sobre o universo do Áudio Imersivo (binauralidade ou Áudio 3D, como é denominado por pesquisadores e desenvolvedores). Nesse ínterim, o grupo realizou diversas leituras sobre o arcabouço teórico-técnico dessa tecnologia ainda timidamente difundida no âmbito acadêmico das Ciências da Comunicação. O Áudio Imersivo, que passaremos a denominar apenas como Áudio Binaural, é um conceito e prática pertinente aos campos do Cinema, Audiovisual, Games e Música sendo por muitas vezes estudado no campo das Engenharias (Elétrica e Acústica ou de Som) na perspectiva de seu aporte técnico e materiais.

---

<sup>9</sup> Profa. Dra. do Curso de Comunicação Social da UFMA e Coordenadora do Núcleo de Estudos e Estratégias na Comunicação – NEEC/G-PEAC. E-mail: roseferreira@uol.com.br

<sup>10</sup> Prof. Ms. do Curso de Comunicação Social da UFMA e Integrante do Núcleo de Estudos e Estratégias em Comunicação – NEEC/G-PEAC. E-mail: carlos\_benalves@hotmail.com

<sup>11</sup> Bacharel em Comunicação Social – Rádio e Televisão e Técnico Responsável pelo Laboratório de Rádio do Curso de Comunicação Social – UFMA. Integrante do Núcleo de Estudos e Estratégias em Comunicação – NEEC/G-PEAC. E-mail: jeffersonsaylor@hotmail.com

A pesquisa iniciada tem como objetivo apresentar aportes teóricos que sustentem a construção de produções sonoras/audiovisuais no campo da Comunicação Social, através de experimentos técnico-científico para o uso do Áudio Binaural na produção de peças sonoras/audiovisuais. Nossa perspectiva é apresentar um referencial que não se limite ao aparato tecnológico, mas que ofereça subsídios para a construção de sentido (narrativa) nas diversas produções audiovisuais.

Constituem-se como objetivos específicos nessa primeira etapa da pesquisa: a) compreender os conceitos pertinentes ao som e suas aplicações no campo técnico-teórico da Comunicação. b) desenvolver técnica de gravação do Áudio Binaural a partir de equipamentos existentes no Laboratório de Rádio da Universidade Federal do Maranhão.

Nesse primeiro momento, buscou-se confirmar se é possível realizar a produção desse tipo de áudio por meio de equipamentos convencionais presentes em um estúdio de gravação de pequeno porte (como é o caso do Laboratório de Rádio da UFMA). Um total de dezessete tentativas foram realizadas, cada uma delas utilizando configurações de microfonação distintas a fim de alcançar o melhor resultado possível. Após a fase de testes os pesquisadores fizeram apontamentos a respeito de cada um dos áudios produzidos e partiram para o contraponto da técnica como a teoria já estudada até então.

O Áudio Binaural é um recurso de gravação sonora muito utilizado por produtores de mídia que atuam no ramo do entretenimento tais como games, filmes, séries, música e até *audiobooks* (COSTA; SOUSA; FERREIRA, 2018). Estes últimos, por sua vez, estão entre as produções mais corriqueiras onde o usuário pode encontrar essa técnica sendo aplicada. Por meio de um jogo de caixas acústicas dispostas em uma sala isolada (*Surround 5.1* ou *7.1*), ou através de um fone de ouvido (sinal binaural) o ouvinte consegue captar o áudio da mesma maneira que ouvido humano, isto é, em três dimensões: “altura (se a fonte sonora está acima ou abaixo de você), distância (se a fonte sonora está próxima ou distante) e profundidade (intensidade do som)” (FORTE; VARELA JÚNIOR, 2011, p.37).

O ser humano é capaz de ouvir em 180° em cada ouvido. A movimentação da cabeça permite-lhe cobrir um campo maior fazendo assim que escute em 360° (SAIEVICZ, 2010). Essa capacidade permite ao homem identificar a origem/localização do som e a sua distância em relação ao seu posicionamento, estando ele em repouso ou não. Com isso, a intensidade de um som varia conforme essas duas

características o que permite definir com certa precisão – desde que em condições favoráveis – de que direção se ouve a buzina de um carro, o som de um gato miando ou o quão próximo está à pessoa com quem se fala.

Através de técnica de gravação (ou de edição em softwares especializados no som) o áudio gerado pode simular essa mesma sensação de tridimensionalidade no ouvinte. Para tanto, o áudio captado/editado deve obedecer aos requisitos das três dimensões do som [direção, profundidade e distância] em relação ao ouvido humano. Gunzi (2008) defende que para a obtenção virtual de um áudio em três dimensões deve-se considerar o Sistema de Coordenadas Polares Interaural para simular o som conforme ouvido pelo ser humano:

[...] o Sistema de Coordenadas Polares Interaural é comumente utilizado no contexto do áudio 3D. Tal sistema descreve a localização de um ponto qualquer em relação a um determinado ouvinte. Os Planos de Referência com relação ao ouvinte são os planos coordenados aos quais cada ponto no espaço é referenciado. Os principais planos de referência são os planos horizontal, mediano e frontal [...]. O centro do sistema de coordenadas é coincidente com o centro do segmento de reta que liga as duas orelhas. O plano horizontal é o que passa pelo centro da cabeça, pelo nariz e pelas orelhas do indivíduo. O plano mediano é o que passa pelo centro da cabeça e pelo nariz do indivíduo e é perpendicular ao plano horizontal. O plano frontal passa pelo centro da cabeça e pelas orelhas do indivíduo e é perpendicular aos outros dois planos [...]. Um ponto qualquer numa esfera pode ser descrito por dois ângulos: azimute e elevação. O azimute refere-se ao ângulo no plano horizontal, com azimute zero na direção do nariz do indivíduo. A elevação refere-se ao ângulo no plano que passa pelo centro da cabeça e pelo ponto onde se localiza a fonte e é perpendicular ao plano horizontal, arbitrando-se elevação zero à posição no plano horizontal. O azimute é positivo no lado direito da cabeça, e a elevação é positiva acima do plano horizontal. (GUNZI, 2008, p.16)

As Coordenadas Polares Interaural (Plano Horizontal, Plano Mediano e Plano Frontal) estão relacionadas às três dimensões do áudio [daí o nome *Áudio 3D*]. O áudio gravado deve ter respostas que ativem esses três planos tornando a audição do som o mais próximo do som real.

O *Áudio Binaural* vem sendo usado desde o século XIX. Seu experimento mais antigo que se tem registro é o *Téâtrophone*, que entre 1881 e 1932 era usado pelos franceses para transmitir por meio da telefonia peças teatrais e shows de ópera para as residências de assinantes que acompanhavam as exibições através de um jogo de headphones ligados ao aparelho telefônico que simulavam a ambientação semelhante aos teatros. (COSTA; SOUSA; FERREIRA, 2018).

Outros experimentos com o Áudio 3D (sinal binaural) foram feitos a partir de então, mas acabaram sendo esquecidos inicialmente pela radiodifusão, que se vê fascinada pela facilidade do som estéreo e o som multicanal (*Surround*). É a indústria fonográfica que se apropria inicialmente das possibilidades da binauralidade e algumas bandas – principalmente do universo do rock utilizam a técnica em suas produções.

No fim da década de 70, por exemplo, Lou Reed gravou três álbuns com essa técnica: “Street Hassle”, “Live: Take No Prisoners” e “The Bells”.

Além de Reed, a banda Pink Floyd também chegou a usar a mesma técnica no disco “The Final Cut”, de 1983. Na faixa “Get Your Filthy Hands Off My Desert”, uma explosão 3D é ouvida pelo usuário.

Mais recentemente, a técnica foi empregada em algumas canções de “Binaural”, álbum gravado em 2000 pela banda Pearl Jam. Entre elas está a música “Of the Girl”, que foi trilha do filme “Onde os fracos não têm vez”. (ARRUDA, 2016).

Além dos exemplos citados, o casal de brasileiros Lucas Mayer e Iris Fuzaro desenvolvem o projeto musical *Le Tour do Monde* que trata da realização de viagens e gravações de canções com ambientação livre nas paradas feitas ao longo da viagem em áudio binaural disponibilizando suas faixas em sites como *YouTube*, *Spotify* e produzindo uma série de TV para o canal *TLC Discovery* (*LE TOUR DU MONDE*, 2017).

Outras mídias que se apropriaram do uso da binauralidade foram os games e os *audiobooks*. *Start-ups* como *Koob<sup>TM</sup>* e *Binaulab<sup>TM</sup>* (respectivamente dos Estados Unidos e do Brasil) são exemplos do uso da tecnologia na gravação de dramas e livros em formato de áudios. No mundo dos games, jogos como *Crysis 2*, da desenvolvedora *Crytek*, e *Spinter Cell*, da *Ubisoft*, (FORTES; VARELA JÚNIOR, 2011) ou *Corpse Party*, da *Sony* no portátil *PlayStation Portable*, e os games *Papa Sangre 1 e 2*, famosos por ter sua jogabilidade baseada no áudio de forma que a visão do jogador não lhe sirva muito dentro do espaço ambientado (GONÇALVES, 2017), são exemplos de games que utilizam da tecnologia da binauralidade a partir do sistema de caixas acústicas para criar a noção de imersão em seus jogadores.

Levando isso em consideração, a utilização dessa técnica de gravação e reprodução de áudio é enxergada pela pesquisa como uma prática cheia de potencialidades para a elaboração de outros conteúdos midiáticos que atendam demandas como o jornalismo imersivo ou em ações afirmativas para

portadores de deficiências visuais no processo de educomunicação. Por isso, de início, devido à fragilidade de equipamento adequado para a realização desse tipo de técnica busca-se, por meio de experimentos, descobrir maneiras de se produzir em laboratório o áudio binaural através da aplicação da panoramização do áudio, que se configura por meio de acertos manuais da captação do microfone diante o mixer de som.

## 2 MATERIAIS E MÉTODOS

Para a realização dos experimentos sobre gravação em Áudio Binaural os equipamentos pertencentes ao Laboratório de Rádio do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão foram utilizados. Ao todo foram usados:

- 1) Estúdio de Gravação com:
  - a) Quatro microfones modelo *Shure SM 58* do tipo Dinâmico (cardioide direcional);
  - b) Um microfone modelo *Sony C-48* do tipo Condensador com formas de captação variáveis podendo ser: direcional, bidirecional e omnidirecional;
  - c) Três microfones modelo *Sony 1-542-296- ECM-NV1 Shotgun* (condensador supercardioide direcional);
  - d) Uma Mixer de Áudio (mesa de som) modelo *Yamaha Mg124cx* com 12 canais;
  - e) Uma interface de áudio (placa de áudio externa) modelo *AudioBox PreSonus 2x2 USB Recording System*;
  - f) Um computador convencional equipado com o software de gravação/edição de áudio *Sony Sound Forge 11*;
  - g) Dois monitores de áudio modelo *Yamaha MSP7 STUDIO*;
  - h) Um *headphone* modelo *Lycy DJ 1000 Mk2*.

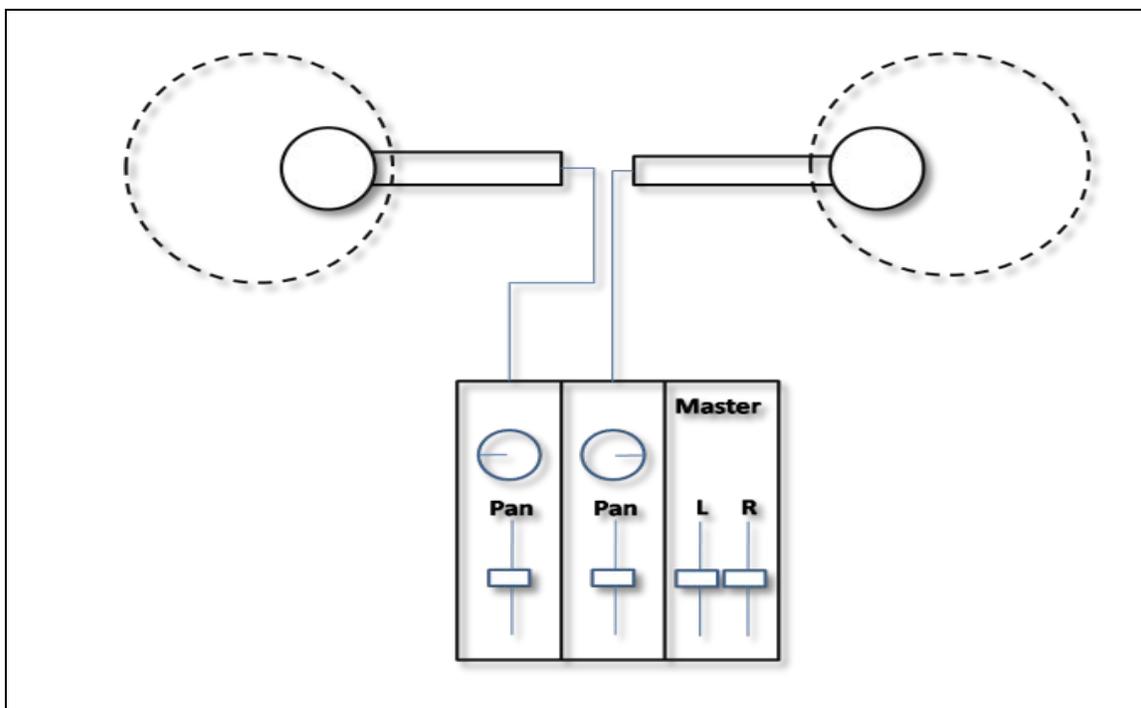
A utilização desse aparato tecnológico se deve à falta de um microfone binaural estéreo<sup>12</sup> (*Dummy Head*) que é recomendado para gravações do tipo que busquem simular a noção de três dimensões

---

<sup>12</sup> “Possui diretividade diferente dos microfones convencionais por se aproximar das características de percepção do ouvido humano. Dois microfones omnidirecionais são instalados dentro dos “ouvidos” de um manequim. Por razões físicas microfones de pressão possuem tanto equalização de campo difuso quanto de campo livre. A equalização de campo difuso

sonoras. Como o estúdio em questão não faz uso de nenhum exemplar que se encaixe na descrição foi necessário adaptar a gravação fazendo uso de técnicas de gravação como a técnica A/B, também conhecida como par espaçado (Figura 02):

**Figura 02** - Técnica de Microfonação A/B ou Par Espaçado



Fonte: os autores (2018)

Chamada de par espaçado utiliza dois microfones cardioides ou omnidirecionais espaçados em torno de 1 a 3 metros. Esta distância varia de acordo com o tamanho da fonte sonora. Um deles é endereçado ao canal esquerdo e o outro ao direito. A desvantagem desta técnica é a probabilidade de cancelamentos de fase dos sinais nos microfones. Isto se deve à distância relativa entre eles e o tempo de chegada do sinal em cada um. Para conferir estes cancelamentos e/ou somatórias, compara-se o sinal estéreo com o mono. (COSTA, 2017, p. 14).

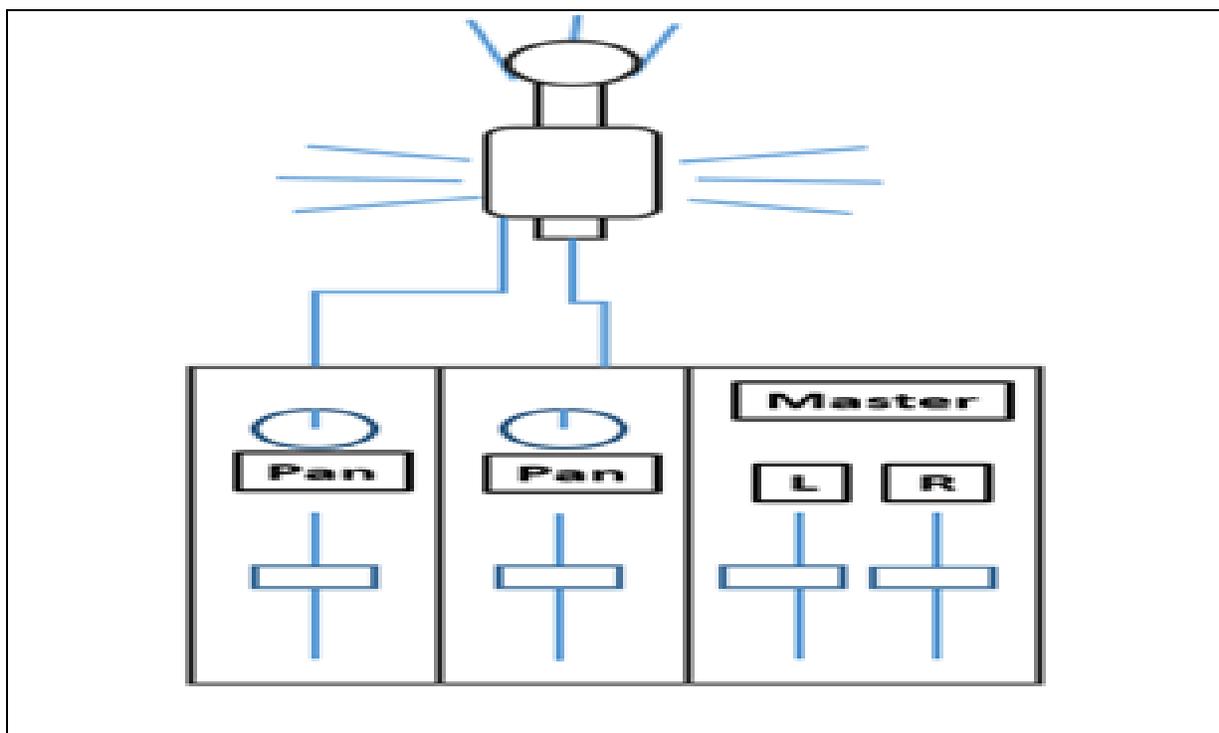
Ao longo das experimentações essa técnica foi adaptada junto a um terceiro microfone (inicialmente um terceiro dinâmico com captação cardioide similar aos dois já usados e em seguida com um microfone condensador junto aos dois cardioides dispostos um para esquerda outro para direita e ele

---

faz com que o microfone tenha resposta plana para sons gerados a sua volta e apresente reforço nas frequências existentes nos sons gerados a sua frente. A equalização de campo livre apresenta resposta plana para os sons gerados à frente do microfone e apresenta perda nas altas frequências geradas ao seu redor” (COSTA, 2017, p.11).

ao centro se revezando nas funções bidirecional e omnidirecional). A essa segunda técnica faz-se referência ao modelo de gravação MS (*Mid-Side*) (Figura 03):

**Figura 03** - Técnica de Microfonação MS (*Mid-Side*)

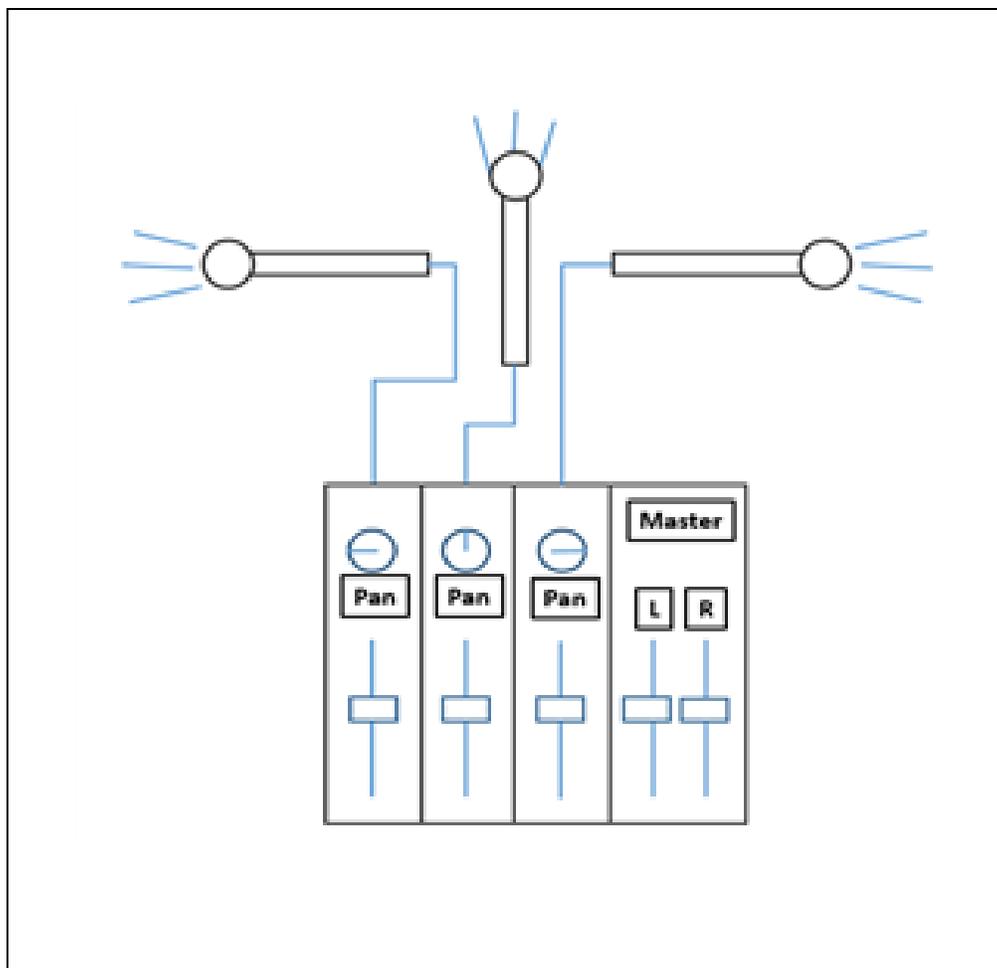


Fonte: os autores (2018)

Esta técnica utiliza um microfone cardioide e um microfone bidirecional, geralmente montados em um mesmo suporte em um arranjo coincidente. O microfone cardioide (*Mid*) fica direcionado para o eixo da fonte sonora e o bidirecional é montado direcionado para as laterais esquerdo, e direito, desta fonte. Existem microfones estéreo já com esta configuração interna. Os dois sinais são misturados para se obter a imagem estéreo. Variando-se os níveis entre os dois microfones altera-se a imagem, tornando-a estreita ou larga sem que se movam os microfones. Esta técnica é completamente compatível com o sinal somado (mono) e é muito aplicada em broadcasting e filmagens. (COSTA, 2017, p.15).

Cabe ressaltar que diferente da proposta inicial da técnica MS (figura 2) nós utilizamos o posicionamento invertido dos microfones. O microfone que assumiu a função *Mid* foi o condensador e os dois dinâmicos fizeram a função *Side*, um para a direita e um para a esquerda (Figura 04).

**Figura 04** – Modelo de Microfonação *Mid-Side* adaptado para o experimento

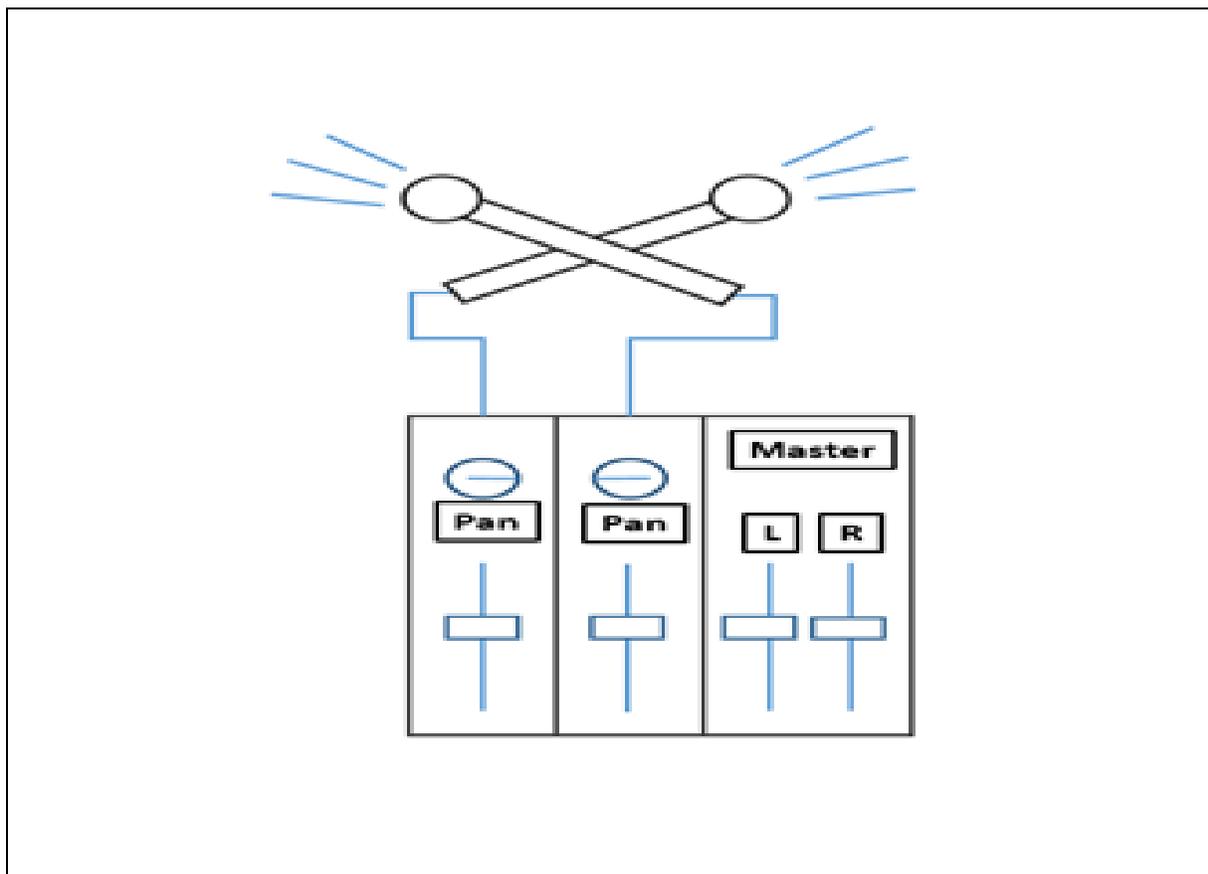


Fonte: os autores (2018)

Ainda nesta mesma proposta de gravação os microfones dinâmicos cardioides e o microfone condensador bidirecional/omnidirecional foram substituídos por três microfones condensadores cardioides direcionais (os *shotguns*). As gravações utilizando essa técnica com a configuração de microfones apresentadas na Figura 03 foram repetidas ao longo do experimento.

Uma terceira técnica de gravação foi aplicada durante os experimentos. A técnica de gravação XY ( Figura 05):

**Figura 05** – Técnica de Microfonação XY



Fonte: os autores (2018)

Esta técnica utiliza dois microfones cardioides de mesma marca e modelo, montados o mais próximo possível um do outro e angulados entre 95 e 130 graus. Este ângulo irá variar em função do tamanho da fonte sonora. Também nesta configuração cada um dos microfones será endereçado para um lado (esquerdo/direito). Como as cápsulas estão muito próximas, os sinais de áudio chegam praticamente ao mesmo tempo às duas, minimizando os problemas de fase. Se a fonte de sinal for muito larga a separação do estéreo pode ser afetada. (COSTA, 2017, p. 15).

Para essa fase de testes utilizou-se as seguintes configurações de microfones: a) dois cardioides dinâmicos; b) três cardioides dinâmicos; c) e três supercardioides condensadores (*shotguns*). Numa tentativa de adaptação da técnica citada em resposta aos resultados de experimentos anteriores.

Para definir as posições direita e esquerda na gravação usou-se o recurso do *Panning* (Panorâmica) disponível no Mixer de Áudio. Constatou-se que esse recurso, denominado Panoramização do Áudio é o princípio para a gravação executada no Laboratório de Rádio, pois se refere “à técnica de

processar um sinal monoaural de forma a convertê-lo em binaural, de modo a projetar o áudio numa determinada posição virtual, criando a ilusão de tridimensionalidade”(GUNZI, 2008, p.16).

De maneira explícita: “[...] o termo monoaural refere-se ao estímulo apresentado em apenas um ouvido. Dicótico refere-se ao estímulo que é diferente nos dois ouvidos, diótico é o estímulo que é igual nos ouvidos, e binaural é qualquer estímulo dicótico ou diótico” (GUNZI, 2008, p.17).

Para que isso seja compreendido na prática, Faria (2005) classifica os níveis de imersão sonora de 0 a 5 a partir das técnicas de gravação utilizadas. Estes níveis por sua vez se adequam de acordo com os estímulos recebidos por cada ouvido separadamente ou os dois juntos. Logo uma gravação anecóica (seca) corresponderia a um sinal monoaural, uma frequência que estimula somente um dos ouvidos. O nível de imersão seria nulo (0). Em sequência os demais níveis de imersão propostos pelo som apresentariam a seguinte classificação: no nível (1) percebe-se ambiência e espacialidade em gravações com ecos e reverberações sendo o estímulo sentido diferente em cada orelha [sinal dicótico]; No nível (2) há a percepção de movimento e direção do som a partir de estereofonia ou captação multicanal [sinal binaural]; Já no nível (3) é possível identificar localização correta das regiões sonoras a partir da panoramização por amplitude [holofonia]; e nos níveis (4 e 5) é possível perceber os campos sonoros em 2D ou 3D a partir de técnicas perifônicas ou auralização do som com estímulos diferentes em cada orelha [sinais dicóticos ou binaurais].

Considerando que a técnica proposta para esse experimento visa à conversão de sinais monoaurais em sinais binaurais leva-se em conta que o nível de imersão inicialmente buscado foi o de classificação (2).

Assim, com as técnicas definidas optamos por gravar usando o *Sony Sound Forge 11* na configuração estéreo (*stereo*) e conectamos o headphone para o monitoramento das gravações diretamente ao Mixer de Áudio por meio do recurso PFL (*pre-fader listen*, literalmente escutar antes do *fader*).

### **3 DESCRIÇÃO DO PROCESSO E RESULTADOS**

Ao todo dezessete testes foram feitos ao longo do experimento em três dias. Os realizadores do

experimento (que denominaremos como locutor 01 e locutor 02<sup>13</sup>) alternaram entre as funções de locução (voz) e técnica (operação de áudio) de modo que os dois pudessem criar uma percepção do momento da gravação dos dois pontos de vista. Para cada dia de testes um resultado obtido foi eleito o melhor e referenciado como parâmetro para avaliação. A seguir serão destacados cada um dos testes aprovados considerando o nível de imersão sonora de classificação 2 (FARIA, 2005) que se buscava alcançar:

### **Parâmetro 01**

No primeiro dia de testes alcançou-se, no quinto experimento, resultado satisfatório quanto ao nível de imersão sonora de classificação 2 a partir da disposição de dois microfones dinâmicos em conjunto com o microfone condensador na função bidirecional e posicionando, com a cápsula de captação de som (cabeça), as bobinas apontadas uma para o Norte e uma para o Sul.<sup>14</sup> A noção de binauralidade é alcançada devido à intensidade de captação proporcionada pelo microfone condensador que preenche os vazios entre os espaços dos microfones dinâmicos e não interferem neles, pois seu posicionamento não modifica o som produzido pela captação dos microfones dinâmicos. Assim, no quinto teste o Áudio 3D começa a se configurar e ao se fazer a monitoria do áudio observa-se uma variação de altura e distância no som produzido durante o deslocamento do locutor 01 dentro do estúdio sem que isso apresente falhas perceptíveis.

Esse resultado foi o melhor do primeiro dia de experimentações de configurações de microfonação para obter a binauralidade no processo de captação do som. Por isso, passaremos a tratá-lo como Parâmetro 01 (Figura 05). Deve-se considerar que o elemento técnico da equalização não foi colocado em execução, logo todos os microfones foram gravados na mesma altura (volume) e com a

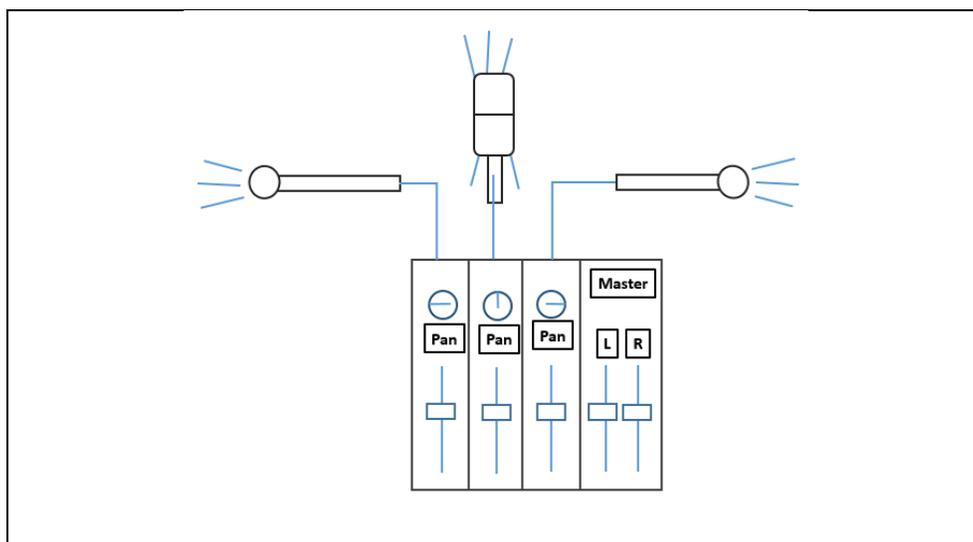
---

<sup>13</sup> Para locutor 01 nos referiremos a Carlos Benedito da Silva Alves Júnior. Para locutor 02 nos referiremos a Jefferson Saylor Lima de Sousa.

<sup>14</sup> Aqui é preciso entender que o locutor deve criar uma noção imaginária de localização dentro do estúdio de gravação onde a sala acústica tem seu Norte apontado para a sala de edição onde ficam os equipamentos como mixer e computadores. Pensando nesse referencial para o microfone bidirecional, a bobina que aponta para o Sul seria aquela que está mais próxima do locutor.

frequência (timbres – *high/agudo*, *mid/médio* e *low/grave*) em *flat*, ou seja, plano. Sem ênfases em nenhuma região específica de frequências.

**Figura 06** – Técnica de Microfonação Binaural “Parâmetro 04”



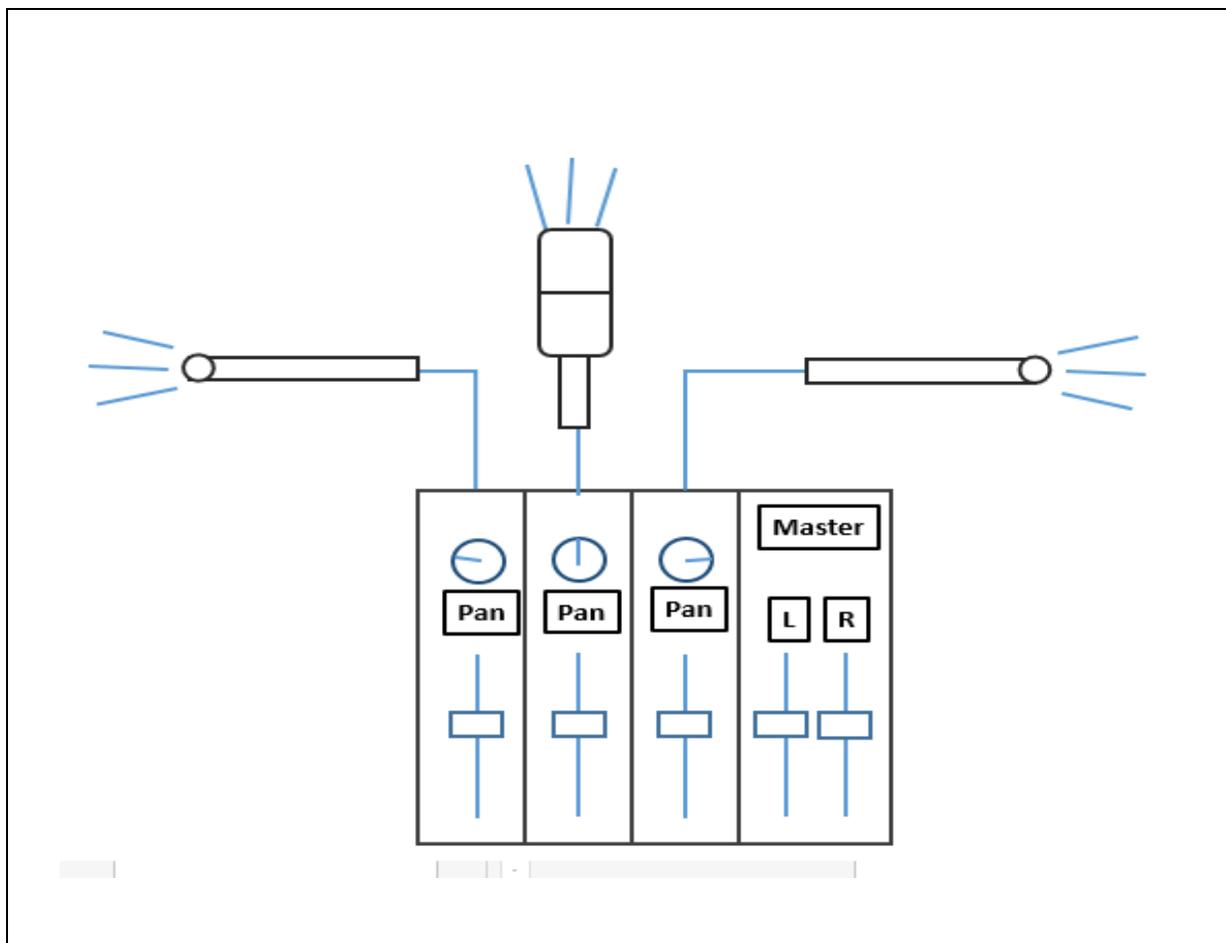
Fonte: os autores (2018)

## Parâmetros 02

No segundo dia de testes, no nono experimento, o locutor 01 modifica a configuração dos microfones trocando o microfone supercardioides condensador (*shotgun*) posicionado no centro pelo microfone cardioides condensador com a captação bidirecional de forma muito semelhante aos experimentos anteriores [Parâmetro 01]. O locutor 01 busca captar a binauralidade de elementos dentro do estúdio. A binauralidade volta a se fazer presente no resultado deste experimento, mas a transição entre as laterais (direita e esquerda) não apresenta sutileza. O microfone central acaba que interferindo um pouco na zona de captação dos supercardioides condensadores (que estão angulados em 130°).

Nessa rodada de testes o nono experimento foi identificado como Parâmetro 02 (Figura 07) que se refere à presença de binauralidade apenas nas laterais (direita e esquerda).

**Figura 07** – Técnica de Microfonação Binaural “Parâmetro 02”



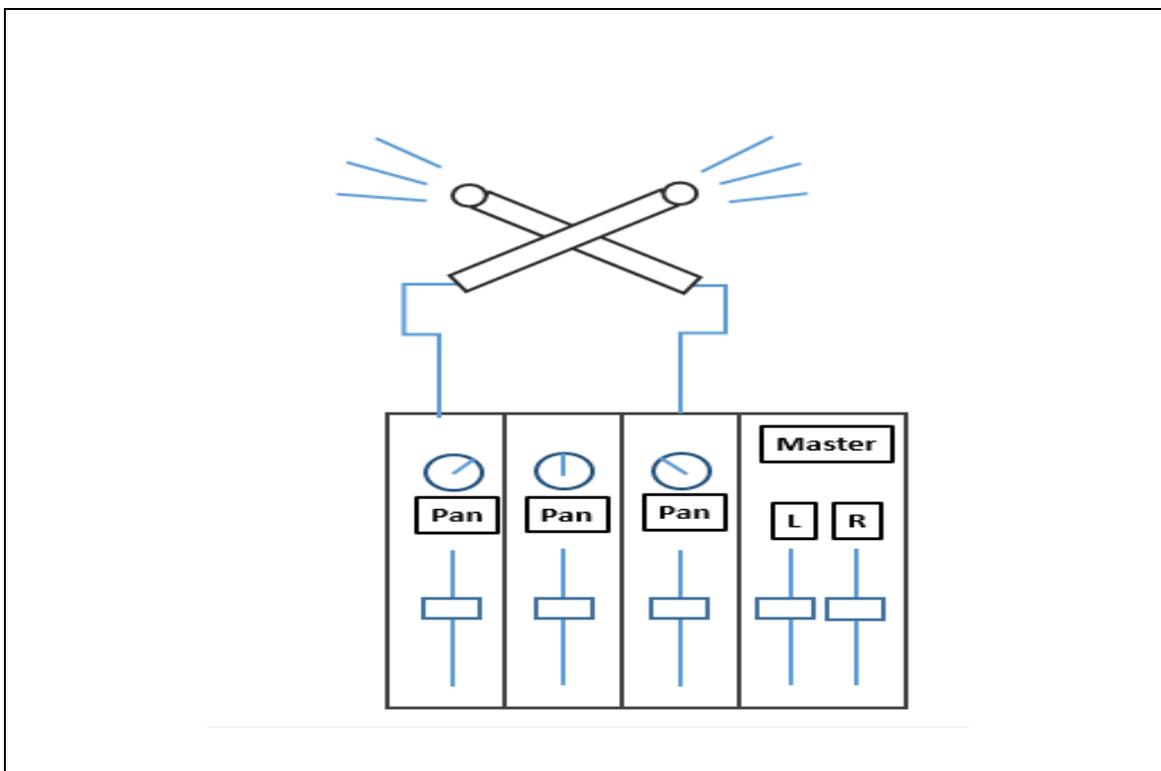
Fonte: os autores (2018)

### Parâmetro 03

Já no décimo terceiro experimento (o último do segundo dia) uma nova configuração foi usada. Aplicando a técnica de gravação XY os microfones laterais foram dispostos com suas bobinas de forma cruzada invertendo assim a disposição da panoramização dos áudios na captação. O resultado do experimento não apresentou binauralidade.

Esse resultado é considerado o Parâmetro 03 (Figura 08) que tem como afirmativa a rejeição da técnica XY para a noção de binauralidade, pois o áudio não apresenta variação quanto a sua amplitude nas laterais ou região central do áudio.

**Figura 08** – Técnica de Microfonação Binaural “Parâmetro 03”



Fonte: os autores (2018)

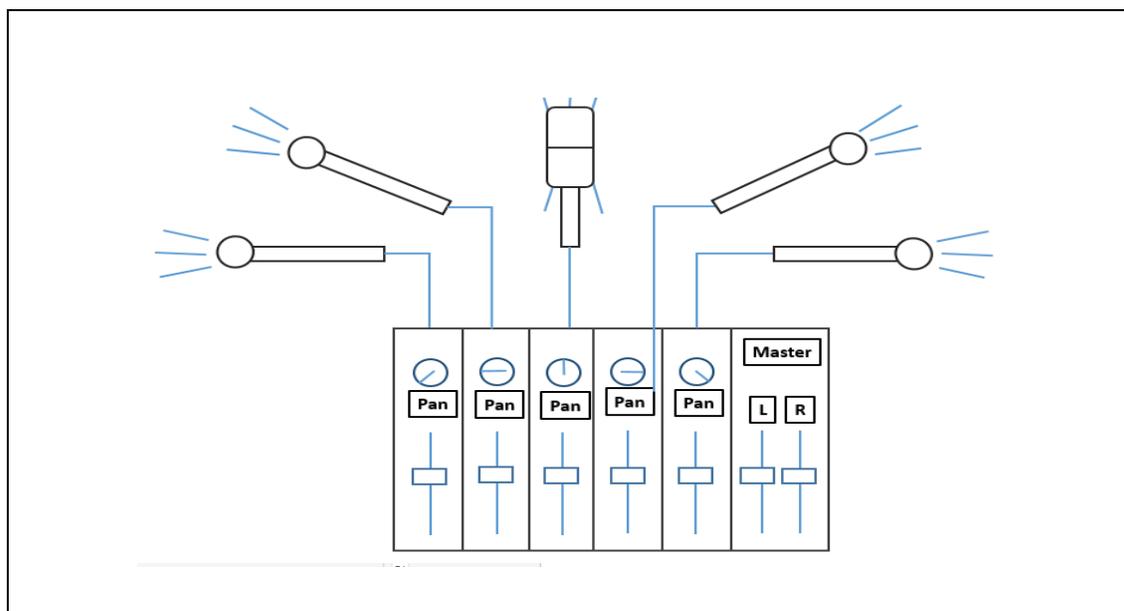
#### Parâmetro 04

No décimo quinto experimento – já no terceiro dia de testes – o Parâmetro 01 é mais uma vez executado com base em uma escolha dos pesquisadores que buscaram confirmar a eficiência desse modelo de gravação quanto à apresentação de um áudio binaural. O resultado é satisfatório.

No décimo sexto teste o locutor 01 propõe uma nova configuração de microfones. A partir do Parâmetro 01 mais dois microfones dinâmicos cardioides são adicionados ao sistema. Dessa vez no mixer de áudio as configurações de panoramização são modificadas. O microfone condensador bidirecional permanece na posição, mas os demais dinâmicos cardioides são posicionados de forma diferente. Dois ocupam a direita separados por um espaço de aproximadamente 35cm entre si com a configuração de *panning* do mixer sendo de 50% para a direita para o microfone mais próximo do captador condensador e 100% para o mais distante. O mesmo vale para os equipamentos posicionados à esquerda. A

binauralidade obtida é muito parecida com o resultado do Parâmetro 01, mas há mais suavidade entre as transições de posição da fonte sonora. Definiu-se esse experimento como Parâmetro 04 (Figura 09).

**Figura 09** – Técnica de Microfonação Binaural “Parâmetro 04”



Fonte: os autores (2018)

Para o décimo sétimo teste os locutores 01 e 02, com o auxílio de uma terceira voz, aplicam mais uma vez o recém-obtido Parâmetro 04, que é mantido para captar a leitura conjunta de um texto onde cada leitor está posicionado em uma extremidade do estúdio (direita-centro-esquerda) a fim de obter diferenças quanto à localização e distância de cada um no áudio final. Percebeu-se que com a panoramização de áudio seguindo o modelo de distribuição do som no mixer de áudio nos seguintes valores: Direita 100% - Direita 50% - Centro (em flat) – Esquerda 50% - Esquerda 100%, permitiu-se que as vozes (conforme sua disposição em diferentes pontos do estúdio) e demais elementos sonoros captados tendem a ser melhor ouvidos de um lado do headphone do que do lado oposto de onde esse é gerado. Assim constatou-se que a binauralidade acontece no Parâmetro 04.

Ao fim do experimento definiu-se quatro parâmetros de gravações para se pensar e trabalhar o Áudio 3D em um estúdio sem a presença do Dummy Head. O Parâmetro 01 constitui-se no modelo básico para a gravação de um sinal binaural já que os microfones utilizados simulam o mesmo campo de

captação de uma cabeça humana quanto aos seus valores de azimute e elevação considerando o Plano de Coordenadas Polares Interaurais usados para compreender a localização e distância de um áudio em relação ao ouvido humano (GUNZI, 2008, p.04). Contudo o Parâmetro 01 só permite a identificação dos Planos Horizontal e Mediano, logo o áudio – embora aparente a binauralidade nas laterais – fica confuso em determinados momentos onde deveria haver a interseção das zonas de captação dos microfones.

O Parâmetro 02, por sua vez só permite a identificação do Plano Horizontal. Isso porque a captação do microfone supercardioide acaba que interferindo na interseção entre as zonas de captação dos microfones cardioides nas laterais eliminando assim a elevação do áudio, que promove a noção de distância.

Entre os experimentos elencados, o Parâmetro 03 é aquele que não apresenta de forma alguma a binauralidade. Isso porque o cruzamento das zonas de captação dos microfones mistura as ondas sonoras e impede que o ouvido humano identifique com precisão o azimute do áudio, logo fica impossível definir de que lugar ele parte se tornado um sinal diótico como uma gravação monoaural ou estéreo.

Por fim, o Parâmetro 04, onde as zonas de captação recebem uma panoramização mais equilibrada para cada um dos cinco microfones permite que os padrões obtidos no Parâmetro 01 se tornem completos, pois o Plano Frontal – que é perpendicular aos planos Horizontal e Mediano – fica evidente e assim é nítido ao ouvido humano a localização (azimute) e distância (elevação) do áudio em cada parte do estúdio.

Quanto ao nível de imersão sonora percebeu-se que cada um dos quatro parâmetros se apresenta com um valor específico de acordo com a classificação de Faria (2005). Para os Parâmetros 01 e 02 o estímulo acontece de forma diferente nas duas orelhas, mas a percepção alcançada só permite definir a ambiência e espacialidade do estúdio (nível de imersão 01). O Parâmetro 03, ao utilizar a técnica XY e não promover a binauralidade fica sem a percepção e com estímulo igual nas duas orelhas, portanto um sinal diótico e com imersão nula (0). Por fim, no Parâmetro 04, é possível a percepção bem definida dos movimentos e a direção do som ao longo da gravação. Assim alcançando o nível de imersão 02, conforme proposto no início dos testes. Para facilitar o entendimento da relação entre estímulos e técnicas em busca de classificar o nível de imersão propõe-se a seguinte tabela:

**Tabela 1 - Estratégias Audiovisuais**

<b>NÍVEL DE IMERSÃO</b>	<b>ESTÍMULO</b>	<b>SINAL DE ÁUDIO (TÉCNICAS E MÉTODOS)</b>	<b>PERCEPÇÃO (RESULTADOS)</b>
0	Em apenas uma orelha ou igual nas duas orelhas	Monaural Estéreo Diótico (anecóico)	Imersão Nula
1	Diferentes nas duas orelhas	Estéreo Dicótico Reverberação e Ecos	Imersão a partir da ambiência e espacialidade
2	Diferente nas duas orelhas	Áudio Binaural Panoramização de Áudio Multicanais Surround	Imersão que possibilita a identificação de movimentos e as direções do som
3	Diferente nas duas orelhas	Holofonia Panorama por Amplitude (SVPA)	Imersão com localização precisa e em regiões limitadas
4	Diferente nas duas orelhas	HRTF, auralização, técnicas perifônicas  (Ambisonics, WFS, Ambiphonics)	Campo sonoro 2D estável
5	Diferente nas duas orelhas	HRTF, auralização, técnicas perifônicas  (Ambisonics, WFS, Ambiphonics)	Campo sonoro 3D estável

Fonte: Linha de Pesquisa em Estratégias Audiovisuais na Convergência (G-PEAC)

Dessa forma chega-se ao fim dos testes com a definição do Parâmetro 04 como a melhor maneira de se fazer uma gravação de áudio binaural, No experimento, alcançamos a imersão sonora, pois foi possível a localização e identificação dos movimentos e direções somente com o uso dos equipamentos do estúdio de gravação de áudio do laboratório de rádio da UFMA.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao fim deste experimento as primeiras constatações feitas são sobre a veracidade de se conseguir captar o áudio binaural a partir de adequações de aparato técnico e da teoria. O Parâmetro 04, apontado como o modelo de captação que obteve o melhor resultado de binauralidade, nos mostra que a disposição de microfones panoramizados distintamente considerando as direções (direita e esquerda) segue o mesmo princípio aplicado nos equipamentos de gravação específicos para este fim (neste caso nos referimos ao Dummy Head como exemplo) e assim proporciona-nos entender como um estúdio de gravação deve ser adequado para que obtenha áudios que simulem as três dimensões do som.

O experimento também nos leva a considerar que a binauralidade - como recurso de produção do áudio - requer um bom conhecimento das técnicas de microfonação e dos tipos de equipamentos disponibilizados no mercado, pois sem esse conhecimento o produtor de áudio/sonoplasta não conseguirá replicar sons binaurais e acabará cometendo erros que neste experimento estão retratados com os Parâmetro 02 e Parâmetro 03 onde a qualidade do áudio gravado é influenciada pelo jogo de microfones usados e isso, por consequência, influencia no resultado das dimensões do som em sua reprodução (considerando seu Plano Polares Interaurais Frontal, Horizontal e Mediano).

Dito isso, ponderamos que o experimento serve como proposta embrionária para a produção técnica de áudio binaural por parte do Laboratório de Rádio da Universidade Federal do Maranhão, mas que isso não elimina a necessidade de aquisição e utilização dos equipamentos específicos para a captação de áudio em três dimensões.

Sabendo que o áudio binaural é um recurso já utilizado em muitas narrativas e mídias como games, música e cinema, o Grupo de Pesquisa em Estratégias Audiovisuais na Convergência (G-PEAC) se propõe a analisar e aplicar a binauralidade na produção de novos formatos narrativos que façam uso deste recurso. Num primeiro momento vislumbramos a possibilidade de produção de áudio binaural a partir dos parâmetros apresentados com aplicação em produções radiofônicas de caráter jornalístico e educativo. Contudo, todo o conjunto da produção sonora e audiovisual pode fazer uso da binauralidade e assim expandir seus horizontes narrativos e de produção de sentido.

## REFERÊNCIAS

ARRUDA, Felipe. **Áudio Binaural**: Efeitos 3D em fones de ouvido estéreo. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/fone-de-ouvido/11683-audio-binaural-efeito-3d-em-fones-de-ouvido-estereo.htm>. Acesso em: 24 set., 2018.

BINAULAB. **Binaulab**: Áudio 3D – Produções e Tecnologia. Disponível em: <https://www.binaulab.com/>. Acesso em: 24 set., 2018.

COSTA, Bruna Rafaella A. da. SOUSA, Jefferson Saylon L. de. FERREIRA, Rosinete de Jesus S. O Áudio 3D como elementos para práticas educacionais. II SIMPÓSIO INTERNACIONAL INTERDISCIPLINAR EM CULTURA E SOCIEDADE DO PGCult (II SIICS - 2017). **Anais...** São Luís: EdUFMA, 2018. p. 583-599. Disponível em: <https://pgcultufma.wixsite.com/2siics/trabalhos-completos>. Acesso em: 20 mar., 2018.

COSTA, Denio G. **Microfones**: características e aplicações. DGC Audio - Apostila Digital (pdf). Disponível em: [https://dgcaudio.com.br/wp-content/uploads/2016/06/microfones\\_-\\_caracteristicas\\_e\\_aplicacoes.pdf](https://dgcaudio.com.br/wp-content/uploads/2016/06/microfones_-_caracteristicas_e_aplicacoes.pdf). Acesso em: 12 abr., 2018.

FARIA, R. R. A. **Auralização em ambientes audiovisuais imersivos**. Tese de Doutorado defendida na Escola Politécnica da Universidade de São Paulo para obtenção do grau de Doutor em Engenharia, 2005. Disponível em: [http://www.lsi.usp.br/~regis/FariaRRA\\_AuralizacaoAmbientesImersivos\\_Tese\\_Rev\\_web.pdf](http://www.lsi.usp.br/~regis/FariaRRA_AuralizacaoAmbientesImersivos_Tese_Rev_web.pdf). Acesso em 14 abr., 2018.

FORTE, Cleberson Eugenio. VARELA JÚNIOR, David Blanco. **Áudio 3D em Jogos**. Artigo baseado em Trabalho e Conclusão de Curso (TCC) desenvolvido em cumprimento à exigência curricular do Curso Superior de Tecnologia em Análise de Sistemas e Tecnologia da Informação da Faculdade de Tecnologia de Americana, depositado no 2º semestre de 2011. Disponível em: [fatec.br/revista\\_ojs/index.php/RTecFatecAM/article/download/10/15](http://fatec.br/revista_ojs/index.php/RTecFatecAM/article/download/10/15). Acesso em: 05 jun., 2018.

GONÇALVES, Pauline. **A Tecnologia de Áudio Binaural e o Futuro dos Jogos Com Áudio em 3D**. Disponível em: <http://www.jogosonline.net/checkpoint/a-tecnologia-de-udio-binaural-e-o-futuro-dos-jogos-com-udio-em-3d/?t=1395431068>. Acesso em: 28 maio, 2018.

GUNZI, Arnaldo Saturo. **Som Tridimensional:** métodos de geração e modos de reprodução. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação de Engenharia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2008. Disponível em: <http://www.pee.ufrj.br/index.php/pt/producao-academica/dissertacoes-de-mestrado/2008-1/2008030702-2008030702/file>. Acesso em: 07 abr., 2018.

LE TOUR DU MONDE. **Le Tour du Monde**. Disponível em: <https://www.letourdumonde.com.br/>. Acesso em: 28 maio, 2018.

SAEIVICZ, Emilio Antonio. **Estudo de aplicação de um áudio binaural em uma videoconferência**. Monografia apresentada para a obtenção do diploma de Tecnólogo em Sistemas de Telecomunicações pelo Instituto Federal de Santa Catarina, 2010. Disponível em: [https://wiki.sj.ifsc.edu.br/wiki/index.php/Estudo\\_da\\_aplica%C3%A7%C3%A3o\\_do\\_audio\\_binaural\\_a\\_uma\\_videoconfer%C3%Aancia](https://wiki.sj.ifsc.edu.br/wiki/index.php/Estudo_da_aplica%C3%A7%C3%A3o_do_audio_binaural_a_uma_videoconfer%C3%Aancia). Acesso em: 28 maio, 2018.



## **Convergência e conexão no contexto dos estudos de recepção de ficção televisa seriada**

*Lourdes Ana Pereira Silva<sup>15</sup>*

### **1 INTRODUÇÃO**

Nas últimas décadas, houve uma expressiva mudança de paradigma nos modos de consumir a mídia. A convergência é realidade e as remotas formas de consumo e produção midiática continuam em plena transformação.

Em sua obra *Cultura da Convergência* (2009), o autor Henry Jenkins demonstra como o pensamento moderno de convergência tem se difundido na cultura popular e como tem impactado a relação entre públicos, produtores e conteúdos de mídia. Para esse autor, o conceito de convergência significa o modo de como os meios de comunicação estão aderindo para se adaptarem à internet, ou seja, como o fluxo de conteúdo, através de múltiplas plataformas das mídias, circula. O autor é enfático ao afirmar que a convergência não deve ser compreendida a partir de dispositivos tecnológicos, mas, sobretudo, em termos culturais.

O pensamento que norteia a obra *Cultura da Conexão* (JENKINS, GREEN E FORD, 2014) é que as pessoas não se limitam ao simples papel de consumidoras, uma vez que discutem, reagem, espalham seus interesses e críticas pelas diferentes modalidades de mídia. As audiências querem ser ouvidas, atendidas, recompensadas. O que mobiliza essa “cultura da conexão”, cada vez mais ligada em rede são as aspirações e desejos de um público ávido por participar e opinar.

---

<sup>15</sup>Docente do Mestrado Interdisciplinar em Ciências Humanas e do Curso de Comunicação da Universidade Santo Amaro – UNISA, SP. Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS. E-mail: lourde\_silva@hotmail.com.

A mídia digital, assim como os fenômenos da convergência e da conexão, tem impactado também os modos de produção da pesquisa brasileira. Estudos sobre essa temática têm se expandido em congressos, mídia impressa e mídia digital, além de linhas de pesquisa de Programas de Pós-Graduação dedicadas à problematização e compreensão desse fenômeno. De modo específico, isso pode ser verificado no *corpus* deste trabalho, que evidencia o quanto a pesquisa de recepção é imprescindível para a compreensão dos usos sociais da mídia, principalmente em tempos de usuários engajados.

Neste sentido, esta investigação objetiva descrever e analisar o estado da arte dos estudos de recepção na ficção seriada televisiva, designadamente aqueles em espaços da internet, no recorte temporal de 2010-2015<sup>16</sup>. O *corpus* apresentado neste texto compreende 11 estudos que trabalharam com o fenômeno da convergência da mídia em pesquisas empíricas de recepção em ficção seriada televisiva<sup>17</sup>.

Pergunta-se quais são as tendências e perspectivas teórico-metodológicas utilizadas pelos autores dessas pesquisas ao trabalharem com a internet, visto que os meios massivos estão cada vez mais atravessados pela “cultura da conexão”?

## 2 CARACTERIZAÇÃO DAS PESQUISAS

No intervalo correspondente a 2010-2015, foram mapeadas 11 pesquisas classificadas como estudos de recepção de ficção seriada televisiva que trabalharam na perspectiva da convergência midiática (SILVA; NOLL, 2017). Dessas, três são em nível de doutorado: Desidério (2013); Pieniz (2013); Depexe (2015), e as demais, no âmbito do mestrado (FREIRE, 2010; JESUS, 2013; KARHAWI, 2013; ESTEVÃO, 2013; SOUZA, 2014; NOLL, 2014; DRUMOND, 2014; FLORITO, 2014).

---

<sup>16</sup> Os dados utilizados neste trabalho são parte de uma pesquisa mais ampla, coordenada pela profa. Dra. Nilda Jacks (PPGCOM/UFRGS), que mapeia os estudos de recepção e consumo midiático produzidos nas teses e dissertações dos Programas de Pós-Graduação da área da Comunicação no Brasil desde a década de 1990 (JACKS; MENEZES; PIEDRAS, 2008; JACKS *et al*, 2014; JACKS *et al*, 2017). A autora deste artigo integra a referida pesquisa e, neste artigo, utiliza parte do *corpus* construído pelo grupo.

<sup>17</sup> Quanto aos aspectos metodológicos, ressalta-se que, com relação aos dados primários desta pesquisa, a constituição do *corpus* passou por várias etapas e utilizou-se de várias fontes: sites dos PPGs de Comunicação, sites das bibliotecas das respectivas universidades, repositórios, Plataforma Sucupira, Banco de Teses e Dissertações da Capes, Currículo Lattes dos orientadores e dos autores (JACKS *et al*, 2017).

**Quadro 1 – Corpus do trabalho**

TÍTULO	ANO	AUTOR	UNIVERSIDADE
Telenovela e identidade nacional no ciberespaço: Explorações metodológicas da recepção internacional de <i>Caminho das Índias</i> em comunidades virtuais	2010	Denise de Oliveira Freire	USP/SP
Função educativa da telenovela brasileira: Do <i>merchandising</i> social à ação socioeducativa em <i>Salve Jorge</i>	2013	Silvia Terezinha Torreglossa de Jesus	ECA USP/SP
Blog de personagem: Discurso e dialogia na produção de sentidos entre internautas e personagem da minissérie <i>Afinal, o que querem as mulheres?</i>	2013	Issaaf Santos Karhawi	ECA USP/SP
A tecnicidade como mediação empírica: A reconfiguração da recepção de telenovela a partir do Twitter	2013	Mônica Pieniz	UFRGS/RS
O discurso sobre a homossexualidade em <i>Insensato coração</i> : Ressonância nos comentários – fragmentos discursivos – de internautas em websites	2013	Plábio Marcos Martins Desidério	UnB/DF
A telenovela e o diálogo on-line com o <i>fandom</i>	2013	Flávia Gonçalves de Moura Estevão	UFPE/PE
Os blogs e os personagens de telenovelas: Convergências entre o real e o ficcional	2014	José Glaydson Pereira de Souza	UFPB/PB
Comicidade e recepção: O riso de fãs de séries cômicas nacionais.	2014	Gisele Noll	UFRGS/RS
Entre espaços, uma novela: Teletopias de uma #avenida em trânsito	2014	Rafael Fonseca Drumond	PUC/MG

<i>Don't tell me what I can't do – John Locke</i> (Lost): A ascensão dos mediadores de ficção seriada televisiva	2014	Mariana Morse da Rocha Mandarin Florito	UFF/RJ
Distinção em 140 caracteres: Classe social, telenovela e Twitter	2015	Sandra Depexe	UFMS/RS

Fonte: elaborado pela autora.

O Quadro 1 nos apresenta a relação dos autores, os títulos dos trabalhos, o ano e o local, bem como o Programa de Pós-Graduação em que foram produzidos.

Assim, a dissertação de Freire (2010) quer compreender como brasileiros residentes em Portugal estão reconfigurando os significados sociais construídos a partir da recepção de *Caminhos das Índias* (2009) no ciberespaço, mais especificamente, nas comunidades virtuais. Como *Caminho das Índias* participa do processo de ressignificação da identidade nacional por meio das comunidades virtuais mantidas por brasileiros residentes no exterior. No que diz respeito aos resultados, a autora enfatiza que ao lançar temáticas presentes na telenovela, encontrou resistência dos receptores, no entanto, quando discutia sobre temas pautados pela narrativa, as identidades afloraram por meio dos discursos carregados de memória. Desse modo, as comunidades virtuais da nação e da diáspora, ou, do “Brasil estendido”, como nomeou a autora, discutiu temáticas da telenovela de modo que a narrativa da nação veio à tona por meio dos imigrantes.

A pesquisa de mestrado de Jesus (2013) busca observar a articulação entre *merchandising* social e função educativa na telenovela brasileira como geradora de pautas para a imprensa e de temas de conversação nas redes sociais na internet. Elege o *Facebook* como local de análise das conversações sobre os temas sociais. Para isso, realizou um estudo de caso da telenovela *Salve Jorge*, por meio de uma metodologia que aborda tanto a recepção a partir dos conteúdos emitidos pela televisão, quanto a circulação desse conteúdo através da imprensa. Quanto aos resultados, a autora destaca que as cenas de *merchandising* social são um produto típico dos meios de comunicação de massa por estarem imbricadas

nas tramas das telenovelas, portanto, são altamente midiaticizadas, enquanto a recepção nos meios digitais possui características interativas e espontâneas.

A tese de Pieniz (2013) se ocupa em compreender parte do processo de “trânsito das audiências”, processo em que receptores tornam-se emissores ao compartilharem suas percepções sobre telenovela no *Twitter*, ou seja, quer descobrir quais as motivações e conteúdos envolvidos nessa prática. O objeto empírico dessa investigação são os *tweets* que contemplam as *hashtags* #passione, #insensatocoração e #finaestampa sobre as referidas telenovelas. Entre os principais resultados, destacam-se os que apontam para três esferas principais de conteúdos nos *tweets*: a que contempla assuntos diretamente ligados à trama; a visão de telenovela como produto midiático, e ainda, a esfera na qual estão expostas as ações do cotidiano dos receptores.

O trabalho de Desidério (2013) quer entender como as representações sociais contidas nos fragmentos discursivos sobre homossexualidade presentes em *Insensato Coração* foram comentados pelos internautas no Orkut e nos portais de notícias *Folha*, *UOL* e *Yahoo!*. O autor trabalha na perspectiva da análise do discurso de linha francesa, com o intuito de observar as formações discursivas presentes na narrativa do *merchandising* social de *Insensato Coração*. Quanto aos resultados, Desidério conclui que os discursos sobre os conteúdos da televisão, publicados por internautas em espaços on-line, provam que os indivíduos ocupam o ciberespaço; que os fragmentos discursivos dos internautas sobre homoafetividade em *Insensato Coração* são condicionados por formações discursivas que circulam nos espaços sociais, sejam quais forem.

Estevão (2013) visa refletir sobre o diálogo da telenovela brasileira através de estratégias de produção desenvolvidas na internet com a parcela da audiência participativa e produtora de conteúdos, como os fãs *online*. A autora parte do princípio que, como consequência da mediação entre os modos de produção e hábitos da recepção, a telenovela é compreendida na relação da indústria televisiva com as intervenções (ingerências) e influências dos grupos de fãs de ficção (*fandom*) na internet. O problema de pesquisa consiste em saber como a telenovela brasileira, através dos processos de produção em espaços oficiais na rede, vem dialogando com as possibilidades de intervenção e influências (ingerência) advindas da participação digital dos fãs.

A discussão ressalta os processos comunicacionais com base no cenário de digitalização dos meios, da cultura da convergência e da cultura participativa, panorama que contribuiu para que a televisão repensasse suas funções e estrutura operacional, traçando, por conseguinte, estratégias que alcançam a participação do telespectador-fã no seu produto. Desse modo, o estudo reconhece o relacionamento *online* com o *fandom* nos espaços de produção, ressaltando a associação de diversas textualidades na produção da telenovela e as ofertas de ressonância ao produto que se combina com as ações participativas dos fãs sobre, e a partir, do formato.

O trabalho de Karhawi (2013) teve o objetivo de compreender como são produzidos sentidos entre os polos da produção e da recepção da minissérie *Afinal, o que querem as mulheres?* exibido pela TV Globo em 2010. Para isso, a autora analisa os discursos do blog de André Newmann<sup>18</sup> protagonista da trama. De acordo com a autora do trabalho, o blog em questão caracteriza-se como um produto transmidiático. O gênero blog de personagem integra, desde 2006, as experimentações empreendidas pela TV Globo, com produtos ficcionais com o objetivo de inseri-los em um universo marcado pela transmidiação. Ao introduzir novas plataformas no cotidiano da audiência televisiva, as emissoras de televisão têm buscado diferentes possibilidades de interação com o público e especialmente com os telespectadores. Um produto que antes era simplesmente definido como "para televisão", tem transitado por múltiplas plataformas.

Para compor o *corpus* da pesquisa foram analisadas as postagens do personagem e os comentários no blog. Os resultados apontam que, na instância da produção, a busca pela posição ativo-responsiva do internauta foi determinante para considerar que o blog em questão não foi um produto transmidiático feito apenas para "constar", mas para possibilitar a produção de sentidos para além da narrativa televisiva. Na instância da recepção, observou que os telespectadores-internautas, ao ingressarem no processo dialógico estabelecido nesse espaço, passaram a participar e construir mutuamente a correia discursiva do blog. Dessa forma, concluiu que um dos aspectos mais importantes em um blog de personagem não

---

<sup>18</sup> O ator Michel Melamed interpreta a personagem André Newmann. André é um doutorando em Psicologia que pretende responder, em sua tese, a pergunta freudiana: "Afinal, o que querem as mulheres?". Com senso de humor muito próprio, o psicólogo mistura a pesquisa à própria vida.

se restringe a levar ao mundo virtual um caractere antes de exclusividade da televisão, mas dar forma e voz ao telespectador-internauta.

Assim como Karhawi (2013), o espaço de observação de Souza (2014) é um blog. Seu trabalho tem por objetivo investigar, no processo de transmidiação das telenovelas com a internet, convergências entre o ficcional e o real a partir do *Blog do Indra*, personagem da telenovela *Caminho das Índias*, também exibido pela TV Globo, em 2009. O trabalho busca, a partir das postagens no blog, verificar como são construídas a identidade do personagem e o perfil identitário do público. O autor quer entender como os blogs se apresentam ao público, o que representam no contexto da ficção seriada e na sua migração para a realidade histórica, quais sentidos são compartilhados e, principalmente, como ocorre a socialidade entre o real e o ficcional. Entre os principais resultados destacam-se: o blog se apresenta como uma narrativa transmidiatizada de *Caminho das Índias*, um espaço aberto à participação de internautas que buscavam se aproximar da personagem Indra e saber um pouco mais da sua vida extra-ficção. Desse modo, ao migrar para o ciberespaço, a novela expandiu sua narrativa; embora o espaço de locução no blog seja limitado para o público, isso não impediu que a ferramenta registrasse uma intensa participação de internautas comentando cada *post*. Esse e outros elementos da dinâmica discursiva do blog comprovam a interação social do ambiente.

Em sua dissertação, Drumond (2014) propõe um estudo de caso da telenovela global *Avenida Brasil* exibida em 2012, a partir da sua produção narrativa e das suas dinâmicas de circulação/interação social. A pergunta da pesquisa questiona se os novos fluxos de circulação ficcional são capazes de gerar espaços ou de criar brechas que intensifiquem a “qualidade” das vozes e dos discursos que giram em torno das telenovelas. Sobre os resultados, o autor refere-se à espacialização da novela em torno do contexto da periferia, assim como à promoção de um novo hábito de classe a partir de velhas fórmulas de projeção popular.

Demonstra, a partir da “comunidade do Divino”, o lugar ficcional no qual todas as periferias são “convocadas a cumprir sua perfeição simbólica”. O autor conclui que, por trás dessa representação, havia uma forma de vinculação social e intersubjetiva que pareceu traduzir, no plano da narrativa, uma comunidade de afeto. Essa forma de estar junto – modo de percorrer espaços e de gerar fronteiras fluídas

entre “público” e “privado” – evidencia e interliga os mundos da rua e da casa, ou, ainda, o falso espaço das fachadas cenográficas e o território íntimo das subjetividades em percurso.

A temática da dissertação de Noll (2014) é sobre a cultura dos fãs. O objetivo central da pesquisa é compreender como as séries nacionais de humor – especialmente *Tapas & Beijos* no ar em 2011 pela TV Globo, através da comicidade, levam os fãs a discutirem assuntos “sérios”, que interessam ao debate social. O problema de pesquisa questiona o que leva os fãs ao riso de séries cômicas nacionais. Os resultados apontam para a importância do conceito dos supertemas, na forma como os fãs se relacionam com a série *Tapas & Beijos*, sendo a amizade, o riso, as brigas, o coleguismo, a paixão, o sexo e a verossimilhança com o cotidiano, apontados como fatores pelos quais o grupo se identifica com esse tipo de programa; e a descoberta do Facebook como cenário de interação entre os fãs da série e a emissora.

Florito (2014) investiga o universo dos mediadores de ficção seriada televisiva – fãs que criam e gerenciam sites e blogs para discussão e compartilhamento de conteúdo relativo às séries de TV. A pesquisa aborda a emergência das comunidades de fãs na cibercultura, as dinâmicas ocorridas dentro e através desses sites, e suas relações com a indústria midiática. O trabalho analisa principalmente o universo dos blogueiros, classificados como mediadores que compartilham informações e entretenimento. Assim, o problema de pesquisa consiste em compreender quem são os atores responsáveis, como constroem esses espaços e que tipo de representações e de percepções são ali colocadas.

Florito (2014) chegou aos seguintes resultados: no passado, os fãs eram vistos como patológicos, excluídos, paranoicos e obcecados e, no presente, vários estudos os denominam como participantes, relevantes e influentes; a formação de *fandoms* promoveu uma aproximação de interesses e de compartilhamento organizado de troca de ideias; o fortalecimento dos meios digitais proporcionou que comunidades de fãs migrassem para novos espaços, diversificando práticas e ampliando possibilidades de participação; o papel da cibercultura, no contexto estudado, se faz relevante para se pensar as ações produzidas pelos mediadores de ficção seriada.

A tese de Depexe (2015) tem por objetivo geral explorar a circulação e o consumo da telenovela da Rede Globo, *Salve Jorge* exibida em 2012, no *Twitter*, para compreender o fenômeno do consumo

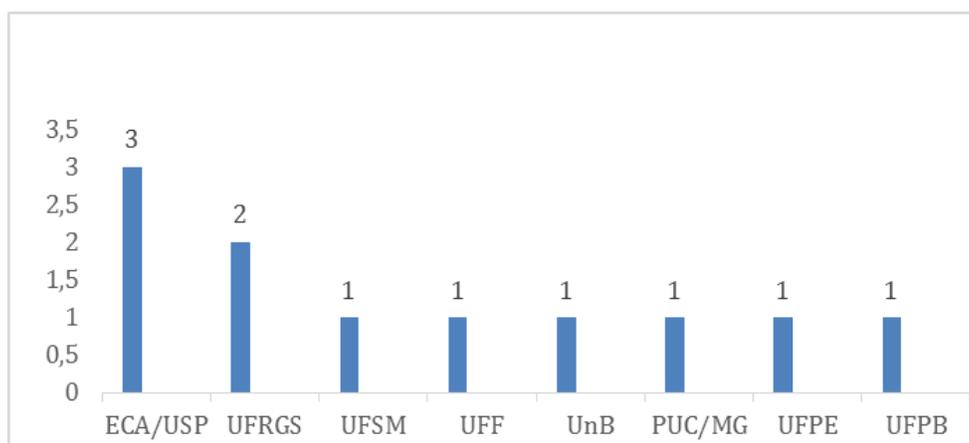
simultâneo TV/Internet, e o funcionamento da palavra “perigete” na comunicação e distinção de classe. O trabalho articula a análise do discurso pecheutiana, a sociologia bourdiana e os estudos de recepção/consumo latino-americanos. Desse modo, o problema de pesquisa interroga como o imaginário sobre mulheres de classes populares confronta-se com o imaginário sobre as mulheres das elites, e como esses modelos são consumidos, apropriados e discursivizados pela audiência da telenovela.

Como resultados, a “forma-sujeito perigete” funciona como uma posição de sujeito cujos sentidos são móveis, mas remetem à liberdade do corpo feminino, seja na maneira como se veste e nos cuidados estéticos, seja no exercício de sua sexualidade. A mobilidade desses sentidos está para o julgamento/aceitação das mulheres de classes populares e repreensão/liberdade das mulheres de classes altas, no que tange aos usos de seus corpos.

### 3 LOCUS DE PRODUÇÃO DAS PESQUISAS

Conforme se pode verificar no Gráfico 1, os trabalhos produzidos nesse intervalo encontram-se nas seguintes regiões do país: Sudeste, com cinco trabalhos (03 na ECA/USP/SP; 01 na UFF/RJ e 01 na PUC/MG); Sul, com três trabalhos (02 na UFRGS/RS e 01 na UFSM/RS); Nordeste, com dois trabalhos (01 na UFPB/PB e 01 na UFPE/PE) e a região Centro-Oeste, com um trabalho (UnB/DF).

**Gráfico 1** – Trabalhos por programa de Pós-Graduação



Fonte: elaborado pela autora.

Traçando um paralelo entre a representatividade do *corpus* desta investigação (11 trabalhos) e os dados da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES, que trabalha com a totalidade dos programas, a concentração destes no país localiza-se também nas regiões Sul e Sudeste. Na perspectiva metodológica, evidencia-se a correlação entre as estruturas, de verificar que as realidades sociais podem ser compreendidas também a partir da dimensão “micro”<sup>19</sup>.

## 4 ENFOQUES TEÓRICOS ADOTADOS

As pesquisas de ficção televisiva seriada/convergência possuem os seguintes enfoques teóricos: análise de recepção (PIENIZ, 2013; NOLL, 2014; DRUMOND, 2014; DEPEXE, 2015); estudos culturais (JESUS, 2013; DRUMOND, 2014; FLORITO, 2014); cibercultura (FREIRE, 2010; ESTEVÃO, 2013); estudos da linguagem e do discurso (KARHAWI, 2013; SOUZA, 2014).

Alguns trabalhos optaram pelo enfoque teórico híbrido - aqueles que combinam enfoques compatíveis -, como no caso, por exemplo, de Desidério (2013), que articulou a teoria das representações sociais, a análise do discurso e a teoria *Queer*; Estevão (2013) combinou cibercultura e consumo; Souza (2014) utilizou-se da análise do discurso e da sociologia compreensiva; Drumond (2014) combinou análise de recepção, estudos culturais e teoria da ação comunicativa e Depexe (2015) ajustou análise de redes a análise de recepção e sociologia compreensiva.

### 4.1 Autores mais citados

O norte-americano Henry Jenkins é o autor mais citado no conjunto dos trabalhos analisados. Em cinco, dos 11 trabalhos (PIENIZ, 2013; KARHAWI, 2013; ESTEVÃO, 2013; SOUZA, 2014; FLORITO, 2014), Jenkins aparece entre os três principais autores. O destaque é dado à sua obra intitulada *Cultura da convergência*, publicada em língua portuguesa em 2008 no Brasil.

Em *Cultura da convergência*, Jenkins analisa o universo da convergência, especialmente a partir de três conceitos: convergência midiática, cultura participativa e inteligência coletiva. O autor propõe

---

<sup>19</sup> Para mais informações, é possível consultar o **Geocapes**, um aplicativo gráfico, denominado SIG (Sistema de Informações Geográficas), que exibe, num mapa, informações quantitativas da Capes com precisão territorial.

tais conceitos para definir as transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais percebidas no cenário contemporâneo dos meios de comunicação.

Na sequência, algumas questões chamam a atenção na tríade de autores mais citados: Jesús Martín-Barbero, Guillermo Orozco Gómez e Maria Immacolata Vassallo de Lopes.

Jesús Martín-Barbero é espanhol naturalizado colombiano. Parte considerável da sua trajetória intelectual tem sido dedicada a estudar a comunicação latino-americana. Assim, desenvolveu a proposta teórica denominada Teoria das Mediações Culturais, que procurou compreender o processo comunicacional a partir dos positivos socioculturais que impactam a recepção e emissão das mensagens. Seu livro *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia* (MARTÍN- BARBERO, 2009), têm contribuído com o campo da comunicação para um pensamento mais interdisciplinar. Sua principal proposição consiste no deslocamento do chamado mediacentrismo para a cultura, ou seja, para as mediações e os sujeitos a partir das matrizes culturais. Martín-Barbero estabelece uma ruptura com a corrente funcionalista norte-americana tão utilizada em solo brasileiro. É inegável a contribuição desse autor para os estudos de recepção latino-americanos. Nos trabalhos aqui analisados, Martín-Barbero encontra-se na posição de autor basilar nos trabalhos de Jesus (2013), Pieniz (2013) e Drumond (2014).

Ao considerar a especificidade deste trabalho, chama a atenção o fato de o autor ser citado mais por sua contribuição à teoria das mediações, do que por seu trabalho, pioneiro na América Latina, voltado à telenovela. A ênfase no pensamento do autor teve maior peso nas contribuições de ordem metodológica, sobrepondo-se as de instância teórica, no diálogo com o objeto de estudo.

Quando se trata dos estudos de recepção (e também de consumo de ficção televisiva), e não somente no caso dos estudos de ficção atravessados pela convergência, Martín-Barbero é o autor mais citado nas últimas décadas (JACKS et al, 2014; 2017). No que concerne as estratégias metodológicas, o uso reiterado do modelo do mapa das mediações sugere certa acomodação por parte dos pesquisadores, o que pode impossibilitar o surgimento de outras formas de explorações metodológicas. A pluralidade de caminhos certamente incita à reflexividade e, conseqüentemente, a um maior crescimento do campo comunicacional.

Guillermo Orozco Gómez é mexicano, professor da Universidade de Guadalajara, no México. A ênfase de sua trajetória está sobre os processos de recepção na relação entre os campos da comunicação e da educação. Junto de Martín-Barbero, Orozco Gómez tem contribuído com o entendimento do fenômeno das mediações nas audiências latino-americanas.

A autora Maria Immacolata Vassallo de Lopes é brasileira, professora titular da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). Seu percurso intelectual tem ênfase na epistemologia, teoria e metodologia da pesquisa em comunicação. Sua trajetória contempla ainda os estudos de recepção e ficção televisiva. Destacam-se duas obras: *Pesquisa em Comunicação* (LOPES, 2001) e *Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade* (LOPES, 2002). A primeira obra propõe a formulação de um modelo metodológico de pesquisa e, a segunda, é resultante de um trabalho empírico com forte exploração metodológica, desenvolvido a partir das mediações e da recepção de telenovela. Cabe ressaltar que a autora foi coordenadora do Núcleo de Pesquisa de Ficção Seriada da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação (Intercom), e idealizadora e coordenadora da rede de pesquisa internacional do Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva (OBITEL)<sup>20</sup>.

Nos 11 trabalhos analisados neste artigo, Lopes é referenciada na dissertação de Freire (2010), Jesus (2013) e Estevão (2013). No trabalho de Freire (2010), o diálogo estabelecido com Lopes se dá por meio das contribuições com a ficção, principalmente no que se refere à sua concepção da telenovela como “narrativa da nação” e a obra *Telenovela, internacionalização e interculturalidade* (2004).

No trabalho de Jesus (2013), as contribuições de Lopes (2009) aparecem a partir da sua compreensão da telenovela enquanto recurso comunicativo e também a partir das diversas contribuições do Obitel, via anuários. Em Estevão (2013), Lopes também surge a partir dos anuários do Obitel, para contribuir principalmente com a compreensão de fãs.

---

<sup>20</sup> O Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva surgiu em 2015 e é uma rede internacional de pesquisa que investiga os processos de produção, consumo, comercialização e recepção de ficção televisiva com base num protocolo metodológico unificado, combinando abordagens quantitativas e qualitativas. Orozco Gómez e Maria Immacolata Lopes são coordenadores gerais do Obitel.

Outros autores decisivos para a construção desses trabalhos, porém com menor expressividade quantitativa, são: Néstor Garcia Canclini (consumo), Janet Murray, André Lemos, Andreas Hepp, Pierre Lèvy, Christine Hine, Keith Negus (internet), Michel Pêcheux, Eni Orlandi, Mikhail Bakhtin, Patrick Charaudeau (linguagem e discurso), Pierre Bourdieu, Benedict Anderson, Kathryn Woodward, Michel Maffessoli e Michel Foucault (autores que contribuíram com conceitos específicos nos trabalhos analisados, como por exemplo, nação imaginada, tribos, identidade, sexualidade, etc.).

## 4.2 Públicos

No que se refere aos públicos analisados, as opções se deram do seguinte modo: comunidades virtuais (03); fãs (03); *twitteiros* (01); mulheres (01). Chamam a atenção, pelo menos, dois aspectos: a lacuna de investigações em que não foi possível identificar o público (03); e o fato de nenhum desses trabalhos terem elencado mais de um público.

## 4.3 Métodos e técnicas de pesquisa

A maioria dos trabalhos elegeu o método qualitativo, preocupando-se, portanto, com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e na explicação dos processos das relações sociais. Três trabalhos elegeram o método quanti-quali (JESUS, 2013; PIENIZ, 2013; DRUMOND, 2014).

Optar pelo método quantitativo ou qualitativo, assim como eleger os dois, requer fundamentar a escolha. Afinal, tão importante quanto nomear o método é conhecer a utilidade e a adequação em relação ao objeto. Há que se considerar ainda a possibilidade de, nem sempre, uma única abordagem ser capaz de abranger a realidade observada. Então, urge explicitar as etapas metodológicas das abordagens quantitativa e qualitativa, de modo a ficar compreensível a articulação feita, inclusive sinalizando os resultados alcançados em cada método, preservando, assim, suas respectivas características.

No que se refere às técnicas, apenas cinco, dos 11 trabalhos, utilizam mais de uma. Embora a observação tenha sido o protocolo mais adotado (5 trabalhos), destaca-se também a análise do discurso, utilizada em três, das 11 pesquisas. A entrevista, junto com a etnografia virtual/netnografia, aparece na

terceira posição, com dois trabalhos cada. As demais técnicas utilizadas foram: estudo de caso, análise do conteúdo, questionário on-line e análise de redes sociais.

#### 4.4 Meios e programas analisados

No Quadro 2 é possível observar dois grupos: um mostra a articulação entre TV e internet (*blogs, websites, Orkut, Twitter e Facebook*), o outro, apresenta apenas a internet.

**Quadro 2 - Meios e Programas**

<b>Trabalho</b>	<b>Meio 1</b>	<b>Meio/ambiência 2</b>
Freire (2010)	TV	<i>internet (Blog e Orkut)</i>
Jesus (2013)	TV	<i>internet</i>
Pieniz (2013)	TV	<i>internet</i>
Desidério (2013)	TV	<i>internet (Orkut e websites)</i>
Karhawi (2013)		<i>internet</i>
Estevão (2014)		<i>internet</i>
Souza (2014)	TV	<i>internet (Blog)</i>
Noll (2014)	TV	<i>internet (Facebook)</i>
Drumond (2014)	TV	<i>internet</i>
Florito (2014)	TV	<i>internet</i>
Depexe (2015)	TV	<i>internet (Twitter)</i>

Fonte: elaborado pela autora.

Considerando o recorte temporal 2010-2015, verifica-se que a internet foi a escolha da maioria das investigações, de alguma forma previsível, uma vez que o enfoque é convergência. A telenovela se destaca como o formato mais presente na análise feita. De modo bastante tímido no conjunto dos trabalhos, se tem apenas duas séries e uma minissérie.

**Quadro 3-** Programas e gêneros

<b>Trabalho</b>	<b>Programas</b>	<b>Gênero/Formato</b>
Freire (2010)	<i>Caminho das Índias</i>	Telenovela
Jesus (2013)	<i>Salve Jorge</i>	Telenovela
Pieniz (2013)	<i>Passione, Insensato Coração, Fina Estampa</i>	Telenovela
Desidério (2013)	<i>Insensato Coração</i>	Telenovela
Karhawi (2013)	<i>Afinal, o que querem as Mulheres</i>	Minissérie
Estevão (2014)	Novelas/Globo	Telenovela
Souza (2014)	<i>Caminho das Índias</i>	Telenovela
Noll (2014)	<i>Tapas &amp; Beijos</i>	Séries
Drumond (2014)	<i>Av. Brasil</i>	Telenovela
Florito (2014)	<i>Lost</i>	Série/Seriado
Depexe (2015)	Salve Jorge	Telenovela

Fonte: elaborado pela autora.

No que se refere aos programas, chama a atenção a predominância dos títulos da TV Globo. Sobre os títulos, considera-se o fato de, nos estudos de recepção, os investigadores optarem, em geral, pela captação da recepção no momento em que o programa está sendo veiculado.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A questão que mobilizou este trabalho foi saber quais foram as tendências e as perspectivas teórico-metodológicas utilizadas pelos autores dessas pesquisas de “ficção convergente”, ao trabalharem com a internet, visto que os meios massivos estão cada vez mais atravessados pela convergência social, cultural e técnica.

É fato que a ficção seriada televisiva tem vivenciado fortes alterações decorrentes das tecnologias digitais e da convergência. Essa conjuntura possibilitou que os trabalhos aqui analisados se ocupassem com a tarefa de entender e de explicar aspectos da dinâmica das relações sociais. Os problemas formulados por esses estudos, em geral, buscam responder como se dão as práticas sociais das audiências na rede.

Desse modo, constatou-se a preponderância da internet articulada algumas vezes a televisão. Ao considerar a delimitação feita nesta investigação, os trabalhos demonstraram que o formato telenovela continua sendo predominante (JACKS; MENEZES; PIEDRAS, 2008; JACKS et al, 2014), revelando assim a forte penetração e a popularidade da televisão em torno do consumo desse produto.

É curioso observar que, se por um lado, a internet destaca-se enquanto *locus* de observação, por outro, os programas analisados foram majoritariamente aqueles veiculados na televisão, ou seja, a convergência se revela por meio das multifuncionalidades das plataformas. A convergência midiática mostra-se também ao alterar comportamentos de diferentes naturezas, o modo como os conteúdos se apresentam, e ainda, como são assimilados, afinal, o público que consome também participa dos fluxos de conteúdos da mídia, portanto, recebe e produz conteúdos. Nesse contexto, verifica-se no fenômeno observado que a narrativa ficcional televisiva e, conseqüentemente, as audiências, estão migrando para a internet. Cabe-nos ainda a problematização de questões como: Qual o papel da TV nesse contexto? Onde, e de que modo, ela está sendo consumida?

Embora a maioria dos estudos aqui analisados apresentem consistência no problema de pesquisa e um razoável delineamento em suas análises e conclusões - questões estas, essenciais para qualificar uma investigação -, a produção desses trabalhos sugere uma espécie de descompasso com a tecnologia, uma vez que alguns resultados tornam-se rapidamente datados.

Ao considerar que este estudo tem o recorte temporal retroativo aos últimos seis anos, como entender que nenhum desses trabalhos tenham, por exemplo, se dedicado a problematizar as práticas da recepção de ficção seriada no celular, assim como a recepção da ficção seriada via *streaming*<sup>21</sup>? Como problematizar a preponderância da telenovela em relação aos demais formatos (principalmente se comparada às series) uma vez que no Brasil essa narrativa chegou “tardamente” à tecnologia do *streaming*?

Tais questões não se aplicam necessariamente aos pesquisadores do *corpus* deste trabalho. Em primeiro lugar, porque a maior parte deles encontra-se no âmbito do mestrado, em geral, estão iniciando na produção da pesquisa científica. Em segundo lugar, porque os fortes impactos das tecnologias da comunicação e da informação das últimas décadas são questões que, no próprio campo da comunicação, encontram-se em profunda ebulição. Há que se considerar ainda que um dos propósitos da teoria é a de contribuir para que o pesquisador faça suas escolhas. Escolher uma significa abandonar outras. É na etapa de análise dos dados, que esses são comparados e contrastados a partir do modelo teórico eleito para, só então, verificar se as proposições iniciais podem ser sustentadas ou rejeitadas. A concepção de “leis imutáveis” ficou no Iluminismo; na contemporaneidade a construção de um enunciado científico tem se sustentado a partir da validade temporal de aceitabilidade da comunidade científica<sup>22</sup>.

Neste sentido, Henry Jenkins (2014), autor mais citado por esses trabalhos, é categórico ao afirmar que tudo está em fluxo, nada é predeterminado, pois este é um momento de transição prolongado e profundo da mídia. Alerta ainda para o fato de que é importante notar que as mudanças estão acontecendo de forma diferente e em diferentes contextos nacionais. Ao que tudo indica, tanto a academia quanto a indústria da mídia de massa têm buscado aprender a incorporar aspectos de um público mais participativo em suas práticas basilares.

---

<sup>21</sup> Grosso modo, *streaming* é uma tecnologia que envia informações multimídia na internet e não necessita de armazenamento no computador. A *Netflix*, pioneira neste serviço, chegou ao Brasil em 2011.

<sup>22</sup> Um exemplo disto pode ser observado a partir do autor mais citado nos trabalhos aqui analisados, Henry Jenkins. O autor não estacionou em sua teoria, publicou vários trabalhos após a obra *Cultura da convergência* (2009), e inclusive adaptou a expressão para *cultura da convergência e da conexão*. Decorridos 13 anos, a atualização do pensamento do autor ocorre de modo bastante tímido em boa parte das pesquisas em solo brasileiro.

Enfim, ao analisar a produção de conhecimento empreendida por esses trabalhos, busca-se criar possibilidades para que pesquisadores interessados no campo da Comunicação e, em especial no recorte aqui feito, estabeleçam diálogos entre suas pesquisas, de modo a possibilitar a circulação e o intercâmbio entre as produções construídas e aquelas que ainda estão por construir. Almeja-se ainda, contribuir para o processo crítico de sistematização do saber, assim como conhecer seus métodos e processos de investigação, visando o espírito científico.

## REFERÊNCIAS

DEPEXE, Sandra Dacul. **Distinção em 140 caracteres:** Classe social, telenovela e *Twitter*. Santa Maria: UFSM, 2015. Tese (Doutorado em Comunicação), Universidade Federal de Santa Maria, 2015.

DESIDÉRIO, Plábio Marcos Martins. **O discurso sobre a homossexualidade em *Insensato Coração*:** Ressonância nos comentários – fragmentos discursivos – de internautas em websites. Brasília: UnB, 2013. Tese (Doutorado em Comunicação), Universidade de Brasília, 2013.

DRUMOND, Rafael Fonseca. **Entre espaços, uma novela:** Teletopias de uma #avenida em trânsito. Belo Horizonte: PUC Minas, 2014. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, 2014.

ESTEVÃO, Flávia Gonçalves de Moura. **A telenovela e o diálogo on-line com o fandom.** Recife: UFPE, 2013. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Universidade Federal de Pernambuco, 2013.

FLORITO, Mariana. **“Don’t tell me what I can’t do”:** – John Locke (Lost). A ascensão dos mediadores de ficção seriada televisiva. Niterói: UFF, 2014. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Universidade Federal Fluminense, 2014.

FREIRE, Denise de Oliveira. **Telenovela e identidade nacional no ciberespaço:** Explorações metodológicas da recepção internacional de *Caminho das Índias* em comunidade virtuais. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação), Universidade de São Paulo, São Paulo: USP, 2010.

JACKS, Nilda; MENEZES, Daiane; PIEDRAS, Elisa. **Meios e audiências:** a emergência dos estudos de recepção no Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2008.

JACKS, Nilda *et al.* (Org.) **Meios e audiências II:** a consolidação dos estudos de recepção no Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2014.

JACKS, Nilda *et al.* **Meios e audiências III:** reconfigurações dos estudos de recepção e consumo midiático no Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2017.

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

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da conexão:** criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Editora ALEPH, 2014.

JESUS, Sandra Terezinha Torreglossa de. **Função educativa da telenovela brasileira:** Do merchandising social à ação socioeducativa em *Salve Jorge*. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Universidade de São Paulo, São Paulo: USP, 2013.

KARHAWI, Issaaf Santos. **Blog de personagem:** Discurso e dialogia na produção de sentidos entre internautas e personagem da minissérie *Afinal, o que querem as mulheres?* Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação), Universidade de São Paulo, São Paulo: USP, 2013.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em comunicação.** São Paulo: Loyola, 2001.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. *et al.* **Vivendo com a telenovela - mediações, recepção e teleficcionalidade.** São Paulo: Summus, 2002.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **A telenovela como recurso comunicativo.** Matrizes. Ano 3, n. 1, São Paulo: Paulus, 2009.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações.** Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.

NOLL, Gisele. **Comicidade e recepção:** o riso de fãs de séries cômicas nacionais. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre: UFRGS, 2014.

PIENIZ, Mônica. **Tecnicidade como mediação empírica:** A reconfiguração da recepção de telenovela a partir do Twitter. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre: UFRGS, 2013.

SILVA, Lourdes Ana Pereira; NOLL, Gisele. Ficção seriada televisiva nos estudos de audiências. In: JACKS, Nilda (Org.). **Meios e audiências III:** reconfigurações dos estudos de recepção e consumo midiático no Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2017. p. 109-133.

SOUZA, José Glaydson Pereira de. **Blogs de personagens de telenovelas:** Convergências entre o real e o ficcional. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Universidade Federal da Paraíba, 2014. João Pessoa: UFPB, 2014.



## **Financiamento coletivo, comunicação e tecnologia: sobre outras dinâmicas produtivas**

*Ramon Bezerra Costa*<sup>23</sup>

### **1 INTRODUÇÃO**

Em fevereiro de 2011, a agente de trânsito Luciana Tamburini estava trabalhando em uma Operação Lei Seca no bairro do Leblon, no Rio de Janeiro, quando parou um carro sem placa e descobriu que o condutor também estava sem sua habilitação e os documentos do veículo (MELLO, 2014). O motorista era o juiz João Carlos de Souza Correa (MELLO, 2014). Diante das irregularidades, a agente de trânsito alertou o juiz sobre a necessidade de apreensão do veículo (AFFONSO, 2014). Durante a discussão na abordagem, Luciana teria dito ao magistrado “você é juiz, mas não é Deus” e o juiz teria respondido: “cuidado que posso te prender”; ao que teria recebido como resposta da agente: “prende” (MELLO, 2014). O magistrado ajuizou uma ação contra a agente de trânsito.

Em outubro de 2014 Luciana foi condenada a pagar uma indenização de R\$ 5 mil ao juiz por danos morais (MELLO, 2014). A advogada Flávia Penido, de São Paulo, que não conhecia Luciana, tomou conhecimento da decisão através da mídia e resolveu ajudar: criou uma campanha de financiamento coletivo online para arrecadar o dinheiro (MELLO, 2014). O objetivo era angariar os cinco mil reais da indenização, mas as doações passaram de 20 mil reais em menos de um mês (PEREIRA, 2014). Interessante notar também a grande movimentação das pessoas na página da “vaquinha” oferecendo apoio a agente de trânsito e oferecendo conselhos. Uma pessoa sugeriu que Luciana

---

<sup>23</sup> Professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão. Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. E-mail: ramonbzc@gmail.com.

entregasse todo o dinheiro em moedas, mas outra comentou: “não faça isso, você corre o risco de ganhar outro processo por desacato”.

Diante de situações consideradas injustas, os apoios e as manifestações de revolta são comuns atualmente; o que pode ser observado em petições *online* e em comentários em portais de notícias, passando pelas chamadas redes sociais como *Twitter* e *Facebook*. Contudo, apoiar uma causa oferecendo seu próprio dinheiro para uma campanha criada por uma desconhecida visando ajudar outra pessoa estranha não parece tão comum. As inúmeras notícias sobre o caso poderiam comprovar que aquela situação era real, mas poderiam surgir dúvidas. Quem garantiria que Flávia entregaria o dinheiro para Luciana? Por que continuar doando mesmo depois de atingir a meta de R\$ 5 mil? O que Luciana faria com o dinheiro extra?

Doar dinheiro para desconhecidos é cada vez mais comum desde que surgiu o chamado *crowdfunding*, ou financiamento coletivo, uma das áreas mais conhecidas do que se pode chamar de “economia da confiança” (COSTA, 2017) e que consiste em uma repaginação da antiga “vaquinha”, que se fazia entre conhecidos, mas que agora se ampliou por meio de sites especializados, permitindo reunir grande volume de recursos e entre pessoas que nunca se viram.

A prática do financiamento coletivo pode ser estudada no campo da comunicação a partir do papel das tecnologias digitais de comunicação, em especial da internet, em favorecer as dinâmicas entre pares e a confiança entre desconhecidos que configuram essa prática – como é possível notar no caso de Luciana Tamburini. Contudo, essa é apenas uma abordagem possível para estudar o fenômeno. Existem outras. Uma delas, que interessa neste estudo, é entender que o processo comunicacional é caracterizado pela organização do vínculo social, que tem relação com a constituição de sujeitos e a produção de modos de vida. Essa é a proposta de Muniz Sodré (2014), para quem a vinculação social se dá por meio da instauração de um “comum” – não “algo em comum”, mas uma espécie de compartilhamento de referências construídas que passam a ser partilhadas – e diz respeito a um processo que é anterior à linguagem e ao sentido, que funda a existência social.

São nos processos de vinculação social que se constituem os sujeitos<sup>24</sup> e que se instaura o processo comunicacional, não como uma substância, mas como processo de organização do vínculo social para construção de um “comum”. Nessa perspectiva proposta por Sodré (2014) o comum não é nem um “dentro” (sentimentos) nem um “fora” (instituições), mas diz respeito a uma espécie de “vazio”, de “vir a ser”, no qual se elaboram os vínculos. O comum não é predeterminado, mas construído na relação, no processo de constituição dos vínculos.

A relevância dessa perspectiva pode ser enfatizada na compreensão, oriunda do pensamento de Martin Buber (2001), de que não existe sujeito senão em relação, por isso o vínculo é tão importante como questão de produção subjetiva e, neste caso, também de comunicação, entendendo-a como um processo dinâmico de produção de formas de estar no mundo. Assim, o que Sodré (2014) chama de vinculação social, que se dá por meio da instauração de um comum, é o que caracteriza o fenômeno comunicacional e expressa formas de viver.

Trata-se de pensar a comunicação como um processo não apenas de transmissão de mensagens de um emissor para um receptor através de um canal, ainda que esses elementos estejam presentes, mas de considerar a comunicação enquanto processo de troca e partilha fundante da existência social, conferindo e atualizando valores, crenças, desejos entre os sujeitos. No entanto, é preciso cuidado para não considerar a comunicação unicamente como um processo mental ou individual, uma vez que acontece em um contexto amplo e material.

Em todas as relações temos pessoas interagindo com objetos, que vão de computadores e smartphones conectados à internet até os objetos que circundam a experiência em sociedade, como roupas e óculos. Diante disso, é possível considerar, com Gilbert Simondon (2007), que os objetos técnicos funcionam como uma espécie de mediadores entre a natureza e o humano. Podemos notar isso também ao reconhecer que os seres humanos sempre criaram objetos técnicos para viver, alterando a natureza exterior e modificando a sua própria: artefatos de pedra do chamado período Paleolítico,

---

<sup>24</sup> Entende-se sujeito, com Foucault (2010), como uma forma variável que está sempre mudando a partir das relações nas quais se insere.

chapéus para proteger do sol, sapatos para não ferir os pés, roupas para o frio, escadas, vacinas, sistemas de comunicação e transporte que alteram nossa relação com o espaço e o tempo.

Assim, é possível considerar que os fenômenos, como o financiamento coletivo, existem e/ou funcionam como “redes sociotécnicas”, isto é, como séries heterogêneas compostas de elementos humanos e não-humanos conectados e que se afetam mutuamente (LATOURE, 2012).

Para auxiliar nossa compreensão da perspectiva aqui proposta, um exemplo de análise que leva em consideração a maneira como a perspectiva material e o contexto influenciam na organização dos modos de vida, isto é, dos processos de vinculação social, é a desenvolvida por Georg Simmel (2005), que no início do século XX, observando um período de transformações sociotécnicas (aumento da população urbana e divisão do trabalho, por exemplo) trata das dificuldades que as pessoas enfrentam para se adaptarem ao modo de vida das grandes cidades, marcado pela aglomeração de pessoas, agitação nervosa e estímulos contrastantes, requerendo que a pessoa altere seu modo de vida, deixando de lado as relações “mais sólidas e próximas” das cidades pequenas; uma vez que era necessário envolver-se em relações “mais superficiais”. Esse cenário configuraria o que Simmel (2005) chamou de “atitude blasé”, uma espécie de “embotamento” dos sentidos diante da incapacidade de reagir aos estímulos, contribuindo para que as pessoas se relacionem de uma maneira mais impessoal, adotando uma “postura de reserva” e distanciando-se das coisas e das pessoas.

A forma como Simmel (2005) analisa esse cenário de mudanças, observando como transformações urbanas, inovações científicas, relações de trabalho e alterações nas formas de sentir e ser estão relacionadas, é elucidativa de como pessoas, objetos técnicos e valores, desejos, emoções, crenças se afetam mutuamente, configurando os fenômenos que observamos e organizando determinados processos de vinculação social.

Diante do exposto, a proposta deste estudo é discutir o financiamento coletivo enquanto fenômeno que contribui para a existência de singulares processos de vinculação social. A experiência do financiamento coletivo instaura outras relações com o outro: você doa ou recebe dinheiro de desconhecidos e não tem garantia de que o prometido será cumprido, por exemplo. A construção do valor ocorre entre pares, em geral desconhecidos, nos quais se precisa confiar.

O financiamento oriundo de grandes instituições que podem oferecer significativos valores, ou de publicidade, passa a dividir lugar com os inúmeros desconhecidos que doam ou investem valores que geralmente não trarão grandes alterações em seus orçamentos mensais, mas que ao ganhar massa crítica permite o desenvolvimento de projetos com valores elevados, antes só possíveis por meio de investidores de mercado profissionais. São outras formas de se relacionar com o outro, de confiar, que acontecem por meio de sites que conectam pessoas e permitem a realização de desejos materializados no desenvolvimento de objetos e serviços, instituindo, assim, outros processos de vinculação social, isto é, de comunicação.

## **2 O FINANCIAMENTO COLETIVO**

O primeiro site desse tipo, o *Kickstarter*, foi criado em 2009, nos Estados Unidos, e desde o seu lançamento, até setembro de 2016, 12 milhões de pessoas doaram mais de 2,6 bilhões de dólares para financiar mais de 112 mil projetos (KICKSTARTER, 2016), que vão desde invenções, como um controle de realidade virtual e impressoras 3D, até filmes e livros. No Brasil, o primeiro site dessa natureza, o *Catarse*, foi criado em 2011 e quatro anos depois atingiu a marca de mais de 2 mil projetos financiados, o que equivale a R\$ 35 milhões doados por mais 241 mil pessoas (CATARSE, 2015). Atualmente, os números dessas iniciativas são bem maiores. Essas plataformas recebem uma porcentagem sobre cada projeto financiado, que costuma variar em torno de 15%<sup>25</sup>.

De maneira geral, uma campanha de financiamento coletivo funciona assim: uma pessoa interessada em obter financiamento para um projeto/ideia (que pode ser qualquer coisa: publicar um livro, organizar um festival de dança, fazer um filme...) faz um vídeo curto descrevendo sua ideia, dizendo de quanto necessita e publica em um site de *crowdfunding*. Após isso, as pessoas podem financiar com quantias preestabelecidas, que costumam variar entre vinte e mil reais, mas não há limite. Cada pessoa que doou receberá uma recompensa caso o projeto seja realizado, que deve ser proporcional ao valor investido, podendo ir desde o nome em uma página de agradecimento até um jantar com os realizadores, passando por receber o produto. O projeto fica disponível para doações durante um

---

<sup>25</sup> Vale lembrar que existe uma plataforma brasileira que não cobra comissão, a *benfeitoria.com*.

determinado período (geralmente dois meses), se o proponente atingir o valor solicitado, recebe o dinheiro, caso contrário, a quantia é devolvida para quem financiou<sup>26</sup>.

Há várias campanhas de financiamento coletivo que chamam atenção pelos valores que mobilizaram e/ou pelas ideias que trouxeram.

Em 2012, antes de grandes empresas como Samsung e Apple lançarem seus relógios que se conectam aos smartphones, a empresa *Pebble Technology* lançou uma campanha de financiamento coletivo no *Kickstarter* pedindo a quantia de 100 mil dólares para fazer o “*E-Paper Watch*” e conseguiram mais de 10 milhões de dólares<sup>27</sup>. A segunda versão desse dispositivo, em 2015, conseguiu mais de US\$ 11.242.417 através de 51 mil apoiadores em menos de uma semana (COSTA, 2015). Um exemplo interessante no Brasil, que também movimentou uma quantia significativa de dinheiro, foi financiado em outubro de 2014 pelo Catarse: o “Mola Structural Kit”, uma ideia que surgiu durante um curso de pós-graduação em arquitetura. Diante da abstração que era a abordagem das disciplinas de estrutura, desenvolveu-se um modelo interativo que simula o comportamento de estruturas reais a partir de molas e peças metálicas, voltado para estudantes, professores, engenheiros e arquitetos. O projeto pedia 50 mil reais para a elaboração, mas acabou recebendo mais de 600 mil em doações<sup>28</sup>.(OLIVEIRA, 2015)

Uma das campanhas de financiamento coletivo do Brasil com maior valor arrecadado foi proposta pela empreendedora Bel Pesce, que pedia R\$ 260 mil para realizar palestras e divulgar seus últimos livros em todas as capitais do Brasil e no Distrito Federal<sup>29</sup>. A campanha arrecadou mais de R\$ 889 mil doados por 5209 pessoas. No entanto, o financiamento coletivo também possui suas controvérsias. Em 2016, essa mesma empreendedora, juntamente com Zé Soares, do blog “Do Pão ao Caviar” e com o vencedor da terceira temporada do *MasterChef* Brasil, Leonardo Young, criaram uma campanha de *crowdfunding* para arrecadar R\$ 200 mil em dois meses e abrir uma hamburgueria em São Paulo (BELLONI, 2016).

---

<sup>26</sup> Em algumas plataformas, como a *vakinha.com.br*, é possível ficar com o valor arrecadado independente de atingir a meta.

<sup>27</sup> O projeto ainda está online no endereço: <[https://www.kickstarter.com/projects/597507018/pebble-e-paper-watch-for-iphone-and-android?ref=nav\\_search](https://www.kickstarter.com/projects/597507018/pebble-e-paper-watch-for-iphone-and-android?ref=nav_search)>. Acesso em 29 de set. de 2017.

<sup>28</sup> O projeto ainda está online no endereço: <<http://www.catarse.me/pt/mola>>. Acesso em 29 de set. de 2017.

<sup>29</sup> O site da campanha está no ar e pode ser acessado no seguinte endereço: <<http://www.kickante.com.br/campanhas/bel-pesce-legado-menina-do-vale>>. Acesso em: 30 set. 2016.

Depois de receberem inúmeras críticas pelas chamadas redes sociais desistiram da campanha. Foi criticada a utilização do financiamento coletivo quando os três empreendedores poderiam buscar investidores ou investir do próprio dinheiro para abrir a empresa (BELLONI, 2016).

Geralmente, campanhas de financiamento coletivo são realizadas para implementar projetos de pessoas pouco conhecidas, que teriam dificuldade para conseguir investidores; ou ideias não usuais, que não mobilizariam possíveis investidores preocupados com o retorno em curto prazo; ou mesmo projetos que visam o interesse público. Embora seja fácil identificar projetos que mesmo não seguindo essas regras sejam financiados, esse caso é significativo para observar como não basta ser conhecido e ter “seguidores” ou já ter tido algum projeto financiado coletivamente, como é o caso da Bel Pesce, para obter financiamento.

É importante lembrar que existem muitos projetos para ajudar pessoas que precisam de cirurgias, próteses, ou estão passando por algum tipo de dificuldade financeira. Campanhas para ajudar pessoas nessas situações costumam ocorrer em plataformas que permitem ao proponente ficar com o valor arrecado mesmo sem atingir a meta, como o site Vakinha, que também não exige vídeo, sendo possível iniciar a campanha com menos investimento que em sites como Catarse ou Benfeitoria.

Cabe destacar também que muitos projetos não são bem-sucedidos, ou seja, não alcançam a meta no período de arrecadação, assim como inúmeros outros atingem a meta. Porém, minha intenção, com os exemplos citados aqui, foi apenas chamar a atenção para a existência dessa dinâmica na qual está sendo possível viabilizar produtos e serviços, inclusive de valores elevados, por meio de plataformas nas quais milhares de desconhecidos interagem e fazem doações individuais.

### **3 O FINANCIAMENTO COLETIVO COMO DINÂMICA PRODUTIVA**

É evidente como a cooperação entre pessoas, impulsionada pelas tecnologias digitais de comunicação, está presente nas dinâmicas do financiamento coletivo. É como uma infraestrutura que contribui para a existência dessas relações. Diante disso é importante termos claro o que entender por “cooperação”:

A cooperação pode ser definida, sucintamente, como uma troca em que as partes se beneficiam. Esse comportamento é imediatamente identificável nos chimpanzés cuidando uns dos outros, em crianças construindo um castelo de areia ou em homens e mulheres juntando sacos de areia para impedir uma inundação. Imediatamente identificável porque o apoio recíproco está nos genes de todos os animais sociais; eles cooperam para conseguir o que não podem alcançar sozinhos. (SENNETT, 2012, p.15).

No entanto, devemos ter cuidado para não encarar a cooperação como algo essencialmente bom. As experiências de cooperação podem manifestar-se de várias formas, como pessoas que se unem para cometer um crime que não poderiam sozinhas, nos mercados econômicos, na política eleitoral, nas relações diplomáticas, no ato de “jogar conversa fora”. O que esses exemplos nos mostram é que a cooperação, enquanto experiência de troca em que ambas as partes se beneficiam, é intrínseca às relações. A experiência do ser humano em sociedade, nesse sentido, é uma vivência inerentemente cooperativa.

Sendo assim, a cooperação, presente nas práticas de financiamento coletivo, e em diversas outras experiências contemporâneas que envolvem tecnologias digitais de comunicação, deve ser entendida como “neutra”, podendo servir a diversas finalidades. É possível, por exemplo, financiar projetos de interesse público ou não, assim como gerar lucro ou ter gestos altruístas por meio da cooperação.

No caso do objeto de estudo em questão, estamos falando da cooperação que acontece por meio de plataformas objetivando o financiamento de projetos, ou seja, trata-se de experiências cooperativas que tem relação com dinâmicas produtivas e econômicas. São iniciativas que se aproximam do que Yochai Benkler (2004) chamou de “compartilhamento como modalidade de produção econômica”, que tem como uma de suas características o compartilhamento em grande escala entre indivíduos que são ligados por laços fracos ou são completos desconhecidos (BENKLER, 2004).

Michel Bauwens (2012) também refletiu sobre as experiências de compartilhamento nas redes digitais de comunicação enquanto dinâmicas produtivas e econômicas. Para ele há uma “emergência da dinâmica da comunidade” nos negócios que altera a forma como o valor é construído: ao contrário de empresas que utilizam estratégias de marketing para atingir consumidores isolados, os atores econômicos dos modelos do que ele chama de economia colaborativa atuam em grupo, entre pares, para gerar valor (BAUWENS, 2012). É essa dinâmica que parece estar presente nas experiências de financiamento coletivo. A busca por pessoas que possam doar para os projetos é feita por meio de postagens nas páginas

pessoais dos(as) realizadores(as) e dos sites de *crowdfunding* em plataformas como *Facebook* e *Twitter*. Também é comum pessoas que doaram divulgarem o projeto para seus pares/seguidores/amigos aumentando a circulação da iniciativa.

É essa a dinâmica de construção de valor que parece estar presente nas experiências de financiamento coletivo e que contribuem para a realização dos projetos citados anteriormente. Contudo, ao contrário dos exemplos que vimos, nos quais essa forma de financiamento foi utilizada para projetos pontuais, com prazo para início e fim, ela também está presente em experiências recorrentes, fazendo dessa prática uma forma de viabilização financeira viável para profissionais de diversas áreas, organizando, assim, outros processos de vinculação social.

Exemplo disso é Maria Popova, búlgara com pouco mais de trinta anos, do site *BrainPickings.org*, que aborda temas ligados a literatura e arte. Ela produz conteúdo sozinha para o site, que não tem anúncios, sendo bancado exclusivamente por doações de leitores (PINTO, 2017). Ela foi uma das primeiras pessoas a se manter exclusivamente com o dinheiro que recebia de sua audiência (BEGUOCI, 2015). Uma empresa de comércio eletrônico chegou a propor a colocação de banners de publicidade em seu site, mas Popova recusou o dinheiro que receberia por acreditar que seus leitores talvez não gostassem dos anúncios (BEGUOCI, 2015). Esse fato é significativo tendo em vista que essa é a forma de financiamento mais comum e está presente na grande maioria dos sites.

Natália Garcia, ex-repórter da Editora Abril, também ilustra essa outra dinâmica produtiva. Em 2011, quando o financiamento coletivo ainda iniciava no Brasil, ela conseguiu, através do *Catarse*, mais de 25 mil reais para viajar por diversas cidades do mundo e investigar soluções que tenham sido implementadas para “deixá-las melhor para as pessoas” publicando reportagens no site próprio do projeto, o “Cidade para Pessoas”. No ano seguinte, como os recursos levantados não foram suficientes para desenvolver todo o projeto, a jornalista lançou outra campanha no *Catarse*, pedindo mais 15 mil reais (arrecadou 20 mil) e conseguiu completar o projeto (SILVA, 2014).

A Agência de Notícias “Pública”, fundada em 2011 no Brasil, tem utilizado regularmente o financiamento coletivo. A chamada “Reportagem Pública”, financiada por meio de campanha de financiamento coletivo, está na terceira edição em 2017. Nas duas edições anteriores (2015 e 2016),

através da doação de mais de 1700 pessoas, foram realizadas 25 reportagens – algumas, inclusive, ganharam prêmios nacionais e internacionais (AGÊNCIA PÚBLICA, 2017).

Além da doação direta de leitores, esse modelo produtivo parece instituir outra relação com o público. Os doadores recebem, mensalmente por e-mail, três propostas de reportagens e votam na que julgam que deve ser realizada (AGÊNCIA PÚBLICA, 2017). Em 2017, a Agência Pública se propõe a intensificar a relação com o público pedindo sugestões de pauta, a serem votadas e escolhidas pela maioria, e permitindo que o público converse com os jornalistas por meio de um grupo fechado no *Facebook*.

Cada pessoa que doa para a “Reportagem Pública” ganha uma recompensa que varia de acordo com o valor investido. Na edição de 2017, por exemplo, quem doar a partir de R\$ 30,00 recebe atualizações dos repórteres durante a investigação, participa do grupo de discussão do *Facebook* e tem seu nome no site como financiador da Agência Pública. Dentre as recompensas para quem doar valores maiores estão participar de workshop, fazer parte do conselho editorial, receber adesivo, ilustrações e obras de artistas.

Outra experiência relevante nesse cenário é o Fluxo.net. Consiste em um espaço no centro de São Paulo que funciona como redação e estúdio que realiza, principalmente, a produção de conteúdo informativo. São produzidas reportagens, entrevistas, tanto em texto quanto em vídeo, *streamings*, *podcasts*, além de também oferecerem cursos e eventos. Seu modelo de financiamento não utiliza anunciantes comerciais e busca “estabelecer uma relação direta com sua audiência” (FLUXO, 2017).

O Fluxo.net estimula as doações em dois modelos. O primeiro, chamado “apoio”, consiste no pagamento de R\$ 15,00 por mês, recebendo como “vantagens”, espécie de recompensas, descontos em produtos, cursos e eventos, além de um zine. O segundo modelo, “membro”, consiste na doação mensal de R\$ 100,00, tendo como “vantagens” a possibilidade de participar, gratuitamente, de encontros e ter descontos em produtos e cursos, além de poder participar também de uma reunião de pauta online por mês e ganhar um pôster ou uma camiseta da iniciativa e quatro zines por ano (FLUXO, 2017). As doações mensais são estimuladas para que a iniciativa tenha como se planejar e manter a estrutura, mas também

são aceitas doações avulsas em diferentes valores e não somente em dinheiro: equipamentos de fotografia e vídeo, computadores, smartphones, tripés, entre outros, também podem ser doados.

Cabe enfatizar que esse modelo de financiamento tem sido usado em diversas áreas profissionais. Um exemplo é a cantora Amanda Palmer, que conseguiu arrecadar no Kickstarter mais de um milhão de dólares para a gravação de um álbum, quando o objetivo era 100 mil dólares (O GLOBO, 2012). Dentre as recompensas prometidas estavam versões de luxo do disco tanto em formatos digital quanto em vinil, livros de arte e uma turnê especial por seis cidades da Europa e Estados Unidos (O GLOBO, 2012).

O financiamento coletivo, seja em sua forma pontual ou recorrente, além de conseguir recursos para concretizar ideias, serve também como uma espécie de “pesquisa de opinião”, pois pode revelar se existe demanda suficiente para determinado serviço ou produto, justificando sua existência. O site Quirky.com, por exemplo, funciona assim: qualquer pessoa com a ideia de um novo produto pode submetê-la ao site, que realiza votações semanais entre os membros para escolher as duas melhores ideias. As propostas escolhidas são elaboradas pelos profissionais do Quirky e divulgadas no site. Assim que o produto atinge um número determinado de pessoas interessadas ele é produzido e os lucros são divididos entre o produtor e quem deu a ideia. Através do Quirky é possível perceber como essas formas de financiamento entre pares estão presentes em diversas áreas.

O financiamento coletivo, assim, configura-se como uma dinâmica produtiva que parece incentivar formas de produção e construção de valor baseadas em relações aparentemente mais próximas com o público, que consome e financia, sem passar pelas figuras das empresas já conhecidas que tem em sua fonte principal de renda o ganho com publicidade oriunda de outras empresas de elevados valores de mercado. Esse fenômeno parece instituir outros processos de vinculação social e tem na cooperação entre pares, muitas das vezes desconhecidos, por meio de tecnologias digitais de comunicação, uma de suas características inerentes.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Os exemplos citados evidenciam como a cooperação por meio das tecnologias digitais de comunicação tem contribuído com outros processos de vinculação social, que vimos a partir do caso do

financiamento coletivo. Parece que estão emergindo outros modos de produção baseados em outras dinâmicas: financiamento não por meio de publicidade, como tem sido característico desde o surgimento do modelo de comunicação de massa comercial, mas de pessoas individuais, contribuindo com a sustentação da produção de pessoas desconhecidas ou que se tornam conhecidas a partir das dinâmicas entre pares.

O financiamento coletivo enquanto dinâmica produtiva que institui outros processos de vinculação social deve ser visto como parte de um fenômeno mais amplo que inclui profundas mudanças nas formas de circulação das finanças. O Mercado Livre, um dos maiores sites de compra e venda pela web da América Latina, começou, em 2017, após anos focando no pagamento online, a investir em crédito: a empresa passou a emprestar dinheiro, em parceria com instituições bancárias, para pequenos empresários brasileiros que utilizam o site para vender e planeja também oferecer empréstimo aos compradores que não tenham cartão de crédito (TOZETTO, 2017). Esses “pequenos empresários” em geral não conseguem dinheiro com bancos tradicionais por conta da documentação exigida por essas instituições para garantir que o empréstimo será pago, mas como o Mercado Livre tem acesso ao fluxo de caixa dos vendedores pode fazer análises particulares (TOZETTO, 2017).

Ao falar em empréstimo, cabe lembrar os que acontecem entre pares desconhecidos, sem passar por instituições financeiras tradicionais, como bancos. Na verdade, trata-se menos de eliminar o intermediário e mais de mudar as formas de mediação. Por exemplo, o site Zopa.com, criado em março de 2005. Ele une pessoas que precisam de dinheiro com outras que querem emprestar e faz a mediação com uma taxa de juros menor que a dos bancos tradicionais. Para Jeremy Rifkin (2016), essas dinâmicas financeiras estão crescendo e se consolidando como veículos alternativos aos bancos tradicionais ao eliminarem os custos fixos incorridos pelas grandes instituições financeiras.

É interessante pensar como essas dinâmicas que observamos alteram os processos de construção da confiança. Deixa-se de confiar em um banco para acreditar em uma plataforma recém-criada e baseada em um modelo de negócio ainda em fase experimental, como no caso do site Zopa.com. Estamos acreditando em pessoas que nunca vimos a ponto de doar dinheiro para que paguem uma multa, como no exemplo de Luciana Tamburini, e realizem reportagens e outros projetos, conforme vimos. Georg

Simmel (2004) considera que a confiança entre as pessoas é um elemento primordial para a integração da sociedade. As formas como a confiança é construída, isto é, em que/quem e como confiamos pode indicar mudanças nas formas de nos organizarmos enquanto sociedade. Essas outras disposições para confiar parecem características dos processos de vinculação social do ambiente tratado neste estudo.

As estratégias de financiamento no campo da comunicação que citei devem ser consideradas no momento em que muitas demissões têm sido realizadas em diversos veículos de diferentes países. No Brasil, por exemplo, somente no ano de 2016 foram mais de mil demissões, conforme matéria da Associação Brasileira de Imprensa (MEIRELLES, 2017). Esse fato pode estar relacionado com a necessidade de se reinventar modelos de financiamento e de se relacionar com o público no campo da comunicação. Essas questões exigem pesquisas, mas não parece exagero afirmar que estamos presenciando a necessidade de se buscar outros modelos de negócios e funcionamento que sustentem a prática profissional em comunicação, que por sua vez estarão sustentados em outros processos de vinculação social.

## REFERÊNCIAS

AFFONSO, Julia. Agente que parou juiz em blitz da Lei Seca é condenada a indenizá-lo em R\$ 5 mil. **Estadão/Blogs Fausto Macedo**. 2014. Disponível em: <<http://politica.estadao.com.br/blogs/fausto-macedo/agente-que-parou-juiz-em-blitz-da-lei-seca-e-condenada-a-indeniza-lo-em-r-5-mil/>>. Acesso em: 12 fev. de 2015.

AGÊNCIA PÚBLICA. **Um chamado aos leitores**. Agência Pública. 12 set. 2017. Disponível em: <https://apublica.org/2017/09/um-chamado-aos-leitores/>. Acesso em: 26 set. 2017.

BAUWENS, Michel et al. **Synthetic Overview of the Collaborative Economy**. Orange Labs and P2P Foundation, 2012.

BEGUOCI, Leandro. É hora de abaixar o topete, mas de levantar a cabeça. **Observatório da Imprensa**. Edição 851, 19 mai. 2015. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/e-hora-de-abaixar-o-topete-mas-de-levantar-a-cabeca/>. Acesso em: 26 set. 2017.

BENKLER, Yochai. Sharing Nicely: on shareable goods and the emergence of sharing as a modality of economic production. **The Yale Law Journal**, v. 114, p. 273-358, 2004.

BELLONI, Luiza. Hamburgueria “Zebeléo” não vai ter mais financiamento coletivo, anuncia Bel Pesce. **BrasilPost**. 26 ago. 2016. Disponível em: <[http://www.brasilpost.com.br/2016/08/26/financiamento-coletivo-zebeleo-cancelado\\_n\\_11718658.html](http://www.brasilpost.com.br/2016/08/26/financiamento-coletivo-zebeleo-cancelado_n_11718658.html)>. Acesso em 30 set. 2016.

BUBER, Martin. **Eu e Tu**. São Paulo: Centauro, 2001.

CATARSE. Mais de 2 mil projetos de crowdfunding financiados no Catarse. **Blog.Catarse**. 22 out. 2015. Disponível em: <<http://blog.catarse.me/crowdfunding-financiados-catarse/>>. Acesso em 13 set. 2017.

COSTA, Ramon Bezerra. **Economia da Confiança**: sobre a construção dos vínculos sociais no Airbnb e no Couchsurfing. 2017. 243f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

COSTA, Ricardo. Pebble Time quebra recorde de antecessor no Kickstarter em apenas dois dias. **Tecmundo**. 27 fev. 2015. Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/smartwatch/75663-pebble-time-quebra-recorde-antecessor-kickstarter-dois-dias.htm>>. Acesso em: 30 set. 2017.

FLUXO. Fluxo. Estúdio de Jornalismo. **Fluxo**. 2017. Disponível em: <http://www.fluxo.net/>. Acesso em: 26 set. 2017.

FOUCAULT, Michel. A Ética do cuidado de si com prática da liberdade. In: \_\_\_\_\_. **Ética, sexualidade, política**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, Coleção Ditos e Escritos V, 2010.

KICKSTARTER. Stats. **Kickstarter**. 2016. Disponível em: <<https://www.kickstarter.com/help/stats?ref=hello>>. Acesso em: 30 set. 2016.

LATOUR, Bruno. **Reagregando o Social**: uma introdução à Teoria do Ator-Rede. Salvador: EDUFBA, 2012.

MEIRELLES, Domingos. 2016. Ano trágico para a imprensa: 1.200 demissões. **Associação Brasileira de Imprensa**. 01 jan. 2017. Disponível em: <http://www.abi.org.br/2016-ano-tragico-para-a-imprensa-1-200-demissoes/>. Acesso em: 26 set. 2017.

MELLO, Káthia. Agente ganha 'vaquinha virtual' para pagar indenização a juiz no Rio. **G1**. 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2014/11/agente-ganha-vaquinha-virtual-para-pagar-indenizacao-juiz-no-rio.html>>. Acesso em: 25 de set. de 2017.

O GLOBO. Amanda Palmer arrecada mais de US\$ 1 milhão no Kickstarter para novo álbum e turnê. **O Globo**. 05 jun. 2012. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/amanda-palmer-arrecada-mais-de-us-1-milhao-no-kickstarter-para-novo-album-turne-5115097>. Acesso em: 26 set. 2017.

OLIVEIRA, Márcio Sequeira de. **Mola Structural Kit**, 2015. Disponível em: <<http://www.catarse.me/pt/mola>>. Acesso em 29 de set. de 2017

PEREIRA, Mônica. Vaquinha rende mais de R\$ 22 mil para ajudar agente a pagar indenização. **A redação**. 7 nov. 2014. Disponível em: <<http://aredacao.com.br/noticias/50470/-vaquinha-rende-mais-de-r-22-mil-para-ajudar-agente-a-pagar-indenizacao>>. Acesso em: 25 set. 2017.

PINTO, Rita. Maria Popova, a Curadora Literária do ‘BrainPickings’. **Shifter**. 8 mar. 2017. Disponível em: <https://shifter.pt/2017/03/maria-popova/>. Acesso em: 26 set. 2017.

RIFKIN, Jeremy. **Sociedade com custo marginal zero**: a internet das coisas, os bens comuns colaborativos e o eclipse do capitalismo. São Paulo: Makron Books, 2016.

SENNETT, Richard. **Juntos**: os rituais, os prazeres e a política da cooperação. Rio de Janeiro: Record, 2012.

SILVA, Adriano. Cidade para Pessoas: como Natália Garcia inventou uma empresa a partir de uma causa. **Projeto Draft**. 29 ago. 2014. Disponível em: <http://projetodraft.com/cidade-para-pessoas/>. Acesso em 26 set. 2017.

SIMMEL, Georg. As grandes cidades e a vida do espírito (1903). **Mana**. Estudos de antropologia social, v. 11, n. 2, p. 577-591, 2005.

\_\_\_\_\_. **The philosophy of Money**. London: Routledge, 2004.

SIMONDON, Gilbert. **El modo de existencia de los objetos técnicos**. Buenos Aires: Prometeu Libros, 2007.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum**: notas para o método comunicacional. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

TOZETTO, Claudia. Em nova fase, Mercado Livre vai emprestar dinheiro. **Link – Estadão**. 07 mai. 2017. Disponível em: <http://link.estadao.com.br/noticias/geral,em-nova-fase-mercado-livre-vai-emprestar-dinheiro,70001766342>. Acesso em: 26 set. 2017.



## **O papel do progresso: operações de midiatisação sobre a implantação da fábrica Suzano Papel e Celulose, na mídia de Imperatriz (MA)**

*Marcos Fábio Belo Matos<sup>30</sup>*

### **1 INTRODUÇÃO**

Esta pesquisa está ancorada em um projeto maior, intitulado “O Papel do progresso: midiatisação da implantação da Fábrica Suzano Papel e Celulose em Imperatriz (MA)”, que tem como meta desvelar as operações de midiatisação efetivadas pela mídia de Imperatriz (notadamente, o jornal O Progresso, versões impressa e online e os blogs informativos locais) para publicizar os acontecimentos jornalísticos, fruto das ações de implantação da referida fábrica na cidade.

Ela foi desenvolvida no período de outubro de 2015 e dezembro de 2016, em duas partes: de outubro de 2015 a fevereiro de 2016, em pesquisa de campo, na cidade de Imperatriz (MA), onde sou professor do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFMA; e de fevereiro a dezembro de 2016, no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unisinos, em nível de estágio pós-doutoral, sob a supervisão do professor Antônio Fausto Neto, na Linha IV do referido programa (Midiatisação e Processos Sociais). A pesquisa teve apoio financeiro da Fundação de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão (FAPEMA), por meio de bolsa de pós-doutorado.

---

<sup>30</sup> Professor do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão – campus de Imperatriz. Pós-doutor em Comunicação pela Unisinos, doutor em Linguística e Língua Portuguesa pela Unesp-Araraquara. Participante dos grupos de pesquisa: GPELD e NEEC, da UFMA e Grupo de Pesquisa em Midiatisação e Processos Sociais, da Unisinos.

O foco desta investigação<sup>31</sup> está centrado nas operações de sentido que a Suzano realizou para publicizar sua informação relativa ao período de implantação da fábrica em Imperatriz (de março de 2011 a março de 2014), tanto em O Progresso quanto nos blogs selecionados para estudo, a partir dos pressupostos da análise de discurso e da midiaticização – esta com a pertinência do conceito de circulação.

Objetivamente: que operações foram efetivadas, no processo de produção de informação, para construir sentido sobre a implantação da Suzano em Imperatriz? E, como consequência: que sentidos foram construídos a partir do acionamento de tais operações? Por fim: como tais sentidos foram midiaticizados, considerando os dispositivos elencados para análise (jornal impresso, *online* e *blogs*)? Esses são os pontos que este trabalho pretende enfatizar.

O nosso escopo documental se restringe ao jornal O Progresso e a oito blogs locais de informação (Blog Asmoimp, Blog da Kelly, Blog do Elson Araújo, Blog do Josué Moura, Blog do William Marinho, Blog do Jhivago Sales, Blog do João Rodrigues e Blog Notícia da Foto). Em O Progresso, o levantamento foi feito, numa primeira ação, no arquivo dos jornais impressos e, numa segunda ação, no arquivo digital do periódico. O levantamento, ao final da pesquisa, compreendeu 942 edições, perfazendo um total de 214 matérias referentes à implantação da fábrica (notícias, reportagens, notas, publicidade, artigos). Já em relação aos blogs, a seleção foi efetivada, a partir da pesquisa nos sistemas de busca dos próprios dispositivos, com entrada feita pela palavra “Suzano”.

Como segunda etapa de tratamento do material coletado na análise documental, após conhecer todo o arquivo selecionado, fizemos o devido recorte para proceder às leituras mais específicas. O critério adotado para a seleção das matérias que formariam o *corpus* definitivo foi o aparecimento da mesma notícia ou reportagem (ou o seu conteúdo integral) em mais de um dispositivo. Assim, foram selecionadas 10 matérias que circularam em, pelo menos, dois veículos: em O Progresso e um blog (houve matérias

---

<sup>31</sup> Este é o terceiro artigo que a pesquisa gerou. Antes, foram produzidos os seguintes: “O papel do progresso: análise da presença da Fábrica Suzano de Papel e Celulose em O Progresso”, apresentado no XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Caruaru - PE – 07 a 09/07/2016; e “O leitor invisível: análise da presença do leitor no material publicado sobre a implantação da fábrica Suzano papel e celulose, no jornal ‘O Progresso’ e em blogs informativos de Imperatriz-MA”, apresentado na III Jornada Gaúcha de Pesquisadores da Recepção, em junho de 2016, na Unisinos e publicado na Revista Rizoma, em dezembro de 2016. Uma versão preliminar dele foi apresentada no V Colóquio Semiótica das Mídias, em Japaratinga, em setembro de 2016.

que circularam, ao mesmo tempo, no jornal e em cinco blogs). A ideia, neste caso, foi analisar materialidades que pudessem contemplar, ao mesmo tempo, os dois tipos de dispositivos escolhidos: tanto o jornal (impresso e online) quanto os blogs informativos. Por conta disso, restringimo-nos às notícias e reportagens.<sup>32</sup>

Convém destacar que o *corpus* formado para o procedimento da análise tem as seguintes características: os dez acontecimentos jornalísticos se distribuem pelo período que compreende o início da construção da planta industrial (março de 2011) e a inauguração oficial da empresa (março de 2014); está enfeixado no conjunto do que Melo e Assis (2016) convencionaram chamar de Jornalismo Informativo, basicamente dividido entre a notícia e a reportagem (sendo preciso, para ‘reportagem’, fazer um esforço condescendente à teoria – como afirmamos em artigo anterior (MATOS; HOLANDA, 2016a); enfoca uma diversidade de assuntos que envolvem a empresa; demonstra o estabelecimento, pelos dispositivos, de uma relação vertical com o leitor.

## **2 A IMPLANTAÇÃO DA SUZANO EM IMPERATRIZ**

A fábrica Suzano de papel e celulose é uma empresa com 92 anos de existência, fundada pelo ucraniano Leon Feffer e que, na sua trajetória empresarial, transformou-se na segunda maior produtora de celulose do mundo, com cinco unidades no Brasil. É o maior grupo do segmento de papel e celulose na América Latina. Mantém três distribuidoras: no Brasil, na Argentina e na Inglaterra. Possui laboratórios em Israel, na China e no Brasil. A sua capacidade anual de produção de celulose de eucalipto foi de 2,98 milhões de toneladas e a de papel, de 1,3 milhão de toneladas, em 2014. Suas plantações de eucalipto, que é o fornecedor da celulose, estão espalhadas, no Brasil, por sete estados (São Paulo, Bahia, Espírito Santo, Minas Gerais, Maranhão, Piauí e Tocantins), o que equivalia, no final de 2015, a cerca de 1 milhão de hectares de áreas plantadas. Esses dados foram compilados do site da empresa e em uma reportagem da revista *Época Negócios*, de 06 de novembro de 2015. (DE VOLTA AO JOGO, 2015)

É com este capital econômico e simbólico que a Suzano chega ao Maranhão. Sua chegada, de acordo com os dados institucionais e comunicacionais, foi fruto de uma engrenagem que envolveu fatores

---

<sup>32</sup> No material cotejado pela pesquisa, tanto no jornal quanto nos blogs, ainda aparecem outros gêneros de texto, como colunas com notas informativas e opinativas, artigos e publicidade – quer institucional quer empresarial.

como: as articulações políticas dos governos federal, estadual e municipal; as políticas fomentadas pelo governo estadual para incentivos de novos negócios industriais, capitaneadas pelos programas Pró-Maranhão e Maranhão Profissional, que induziram, segundo informações amplamente divulgadas, tanto pela imprensa quanto por organismos governamentais estaduais, a instalação de dezenas de indústrias, nas mais diversas regiões do Maranhão e a formação de mais 450 mil pessoas, na grande maioria jovens (O ESTADO DO MARANHÃO, EDITORIAL, 20.09.2014); a pretensão do planejamento da Suzano em se expandir, o que pode ser verificado nas informações do seu site, na área destinada aos dados do Grupo Suzano, no campo ‘Trajetória Suzano’, no item ‘Governança Corporativa’; as investidas da prefeitura de Imperatriz, na pessoa do prefeito Sebastião Madeira, que, em diversas e reiteradas ocasiões, em discursos ou entrevistas, deu a conhecer que realizou movimentos, como ir a São Paulo para reuniões com os diretores da empresa, pedir ajuda política à então governadora, Roseana Sarney e ao então Ministro das Minas e Energia, Edison Lobão, orientar seu secretariado para destravar burocracias, efetivar incentivos fiscais, disputar com Porto Franco, cidade a 150 km de distância, a preferência para a instalação da fábrica.

A fábrica chega, nesse cenário, como um símbolo da introdução de um tempo novo; tempo de conjugar os verbos “crescer” e “desenvolver” para Imperatriz e toda a região tocantina. O melhor exemplo dessa nova atitude esperançosa que a empresa provoca pode ser visto no acontecimento que marca o início das obras de construção da planta industrial, registrado por O Progresso, no dia 29 de março de 2011. O jornal traz, como subtítulo da chamada de capa, como título da matéria interna da seção Política e como slogan de uma publicidade da prefeitura de Imperatriz, o mesmo enunciado, entre aspas: “Nasce uma semente de desenvolvimento em Imperatriz”. Não por acaso, foi uma das frases proferidas pelo prefeito Sebastião Madeira, em uma “entrevista à imprensa”, dada por ocasião da visita ao canteiro de obras da empresa, acompanhado de secretários e diretores da Suzano – e da imprensa, é claro. Na cobertura desse acontecimento, nessa edição de O Progresso, a palavra “desenvolvimento” é reiterada quatro vezes, além de o prefeito testificar, na citada entrevista, que a chegada da fábrica é “um momento histórico para Imperatriz”.

Como não poderia deixar de ser, a implantação dessa grandiosa fábrica foi bastante bem recebida pela imprensa de Imperatriz. Conjugando possíveis estratégias de comunicação empresarial do setor

específico da empresa com uma tematização natural pelo acontecimento em si, a Suzano colheu, na mídia, uma presença bastante considerável. Para dar um exemplo objetivo, no nosso primeiro artigo desta pesquisa (MATOS, SOUSA, 2016b), pudemos verificar que, entre 29 de março de 2011 e 31 de março de 2014, das 942 edições publicadas por O Progresso, nada menos que 214 edições (22,61%) traziam algum assunto referente à implantação da Suzano e, dessas, 42 traziam o assunto na primeira página, seja com foto ou sem, como manchete ou título menor. Nos blogs selecionados para a pesquisa, a aparição também foi considerável.

### **3 MEDIATIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO DA SUZANO: as operações e os sentidos estabelecidos**

Há que se registrar que a Suzano chega a Imperatriz num cenário de um jornalismo já um pouco diferente daquele que a cidade tinha e que acompanhou os seus mais distintos ciclos de crescimento (FRANKLIN, 2008), como os do arroz e da madeira (década de 1970), do ouro (década de 1980) e a instalação do Projeto Grande Carajás (década de 1990).

A implantação da Suzano vai encontrar uma imprensa já não mais estabelecida sobre as bases do jornalismo impresso, que foi muito pujante entre as décadas de 1970 e 1980 (ASSUNÇÃO; PINHEIRO, 2012), essa última chegando a contabilizar 49 jornais impressos, dos mais distintos matizes. Quando a Suzano começa seu processo de instalação (em 2011), apenas dois jornais diários funcionam na cidade: O Progresso e o Correio Popular – o primeiro lançado em 1970 e o segundo, em 2011.

A cartografia comunicacional tem ainda um cenário em que as rádios AM perdem espaço para as FM, inclusive com um decréscimo na quantidade e qualidade da programação voltada para o jornalismo, sobretudo o local (BRITO; MACIEL, 2012). Sobre os canais de televisão, importa dizer que a cidade conta com empresas que retransmitem a programação das principais emissoras de rede nacional (Rede Globo, transmitida pela TV Mirante; SBT, transmitida pela TV Difusora Sul; Rede Bandeirantes, transmitida pela TV CRC; e Rede Record, transmitida pela TV Nativa), sendo que todos esses canais possuem programas locais, muitos deles de jornalismo – ou algo que se assemelhe à divulgação de notícias locais.

A maior diferença, no entanto, no panorama midiático fica por conta da entrada em cena dos dispositivos ligados à internet. Pelo cotejamento de estudos que historicizam a internet e seus dispositivos em Imperatriz (BUENO; PESSOA, 2013; BUENO; BATALHA, 2015), podemos perceber que as primeiras iniciativas ligadas à divulgação de informações por sites e blogs iniciaram no início dos anos 2000. Mas, somente a partir do fim de 2010, as iniciativas foram alcançando um grau maior de profissionalismo e presença na rede. São desse período os surgimentos do site “Imperatriz Notícias”, ligado ao Curso de Jornalismo da UFMA, fundado em 2010; o “Dominuto”, ligado à empresa Canal Comunicação, fundado em 2013, além de outras investidas menores. Cabe informar que o Imperatriz Notícias ainda se mantém em atividade, já o Dominuto encerrou seu funcionamento em 2013.

Também é dessa época a proliferação do que se convencionou chamar de “Blogosfera”. A pesquisa realizada por Bueno e Pessoa (2013) relacionou 64 blogs em atividade, entre 2011 e 2013, sendo que, dentre esses, havia 16 mantidos por jornalistas. Convém, no entanto, ressaltar que, mesmo aqueles mantidos por não jornalistas, costumam divulgar informações locais. É como afirmam as autoras:

Porém, 39 dos 64 mapeados são informativos, seguindo a tendência dos blogs jornalísticos (ESCOBAR) que têm a notícia como produto. Estes versam sobre os acontecimentos de Imperatriz em várias áreas, como cotidiano, esporte, polícia e política. Destaca-se o predomínio desta última. Dos blogs listados, 16 dedicam-se quase que exclusivamente a falar sobre a política local. Esporte e polícia aparecem em seguida com dois blogs cada. No mais as postagens tratam do cotidiano da cidade: eventos culturais e acadêmicos, oportunidades de emprego, entre outros (BUENO, PESSOA, 2013, s.p).

Guardadas outras especificidades (como, por exemplo, a existência de um número considerável de revistas, com periodicidade irregular, muitas delas ligadas a assuntos de “celebridade”, no mais imitativo estilo “Caras” (MATOS; VALE, 2017), este é o cenário da mídia informativa que esteve à disposição da Suzano Papel e Celulose para a efetivação da publicização dos acontecimentos que, então, forjaram a narrativa da sua implantação e, por conseguinte, da produção dos sentidos sobre a empresa.

São também esses os dispositivos informacionais, a partir dos quais se pode verificar a midiaticização em Imperatriz, a instauração de uma “nova ambiência” (GOMES, 2015) e a prática de um jornalismo também já distinto do estilo clássico, mais midiaticizado (considerando as características que Fausto Neto (2008a) e Soster (2009) apontam para este jornalismo), neste caso, muito mais vinculado à entrada em cena dos recursos tecnológicos que de outras características fundantes. Neste sentido, há que

se ressaltar a quase inexistência de aspectos como a autorreferência, a autorreflexividade e as transformações do status do leitor, características mencionadas por Fausto Neto (2008b) como determinantes para a formatação de um jornalismo no cenário da midiaticização. Por outro lado, percebem-se características como a correferencialidade e a descentralização nas práticas do jornalismo local. A hipótese analítica para esta incompletude pode estar vinculada ao processo de precarização das práticas jornalísticas de Imperatriz.

A despeito disso, a Suzano Papel e Celulose utilizou essa estrutura comunicacional para publicizar(-se) como acontecimento jornalístico e para produzir os sentidos que queria ver socializados. É a análise dos engendramentos efetivados para a produção desses sentidos, neste contexto de jornalismo midiaticizado, que passamos a analisar, nos próximos itens.

### **3.1 A uniformização informativa**

O primeiro ponto a considerar na análise do *corpus* selecionado para esta pesquisa é a uniformização da informação que circula, tanto pelas páginas de O Progresso (versões impressa e online) quanto pelos oito blogs avaliados. Por uniformização, estamos chamando a prática, assumida no dia a dia das redações dos jornais locais, de publicação de material advindo de assessorias de comunicação – quer sejam elas ligadas a instituições quer a empresas.

Neste sentido, Gehlen (2015) demonstra que, em um levantamento sobre a publicação de material informativo sobre a Expoimp (exposição agropecuária de Imperatriz), realizado em 2012, nada menos que 83% do material enviado para os jornais O Progresso e Correio Popular pela assessoria de imprensa responsável pela divulgação do evento foi publicado na íntegra, em forma de notícias, notas e editorial.

Na mesma linha, Bueno e Pessoa (2013), analisando a “blogosfera” imperatrizense, puderam perceber uma quantidade considerável de postagens na íntegra de releases advindos das assessorias. Numericamente, dos 64 blogs pesquisados e avaliados, 25 (39%) reproduziram releases na forma de matérias.

No levantamento feito para esta análise, dos 10 acontecimentos noticiados, em 9 existe a presença de textos de assessoria – notadamente, os releases. Há casos, como, por exemplo, na matéria “Suzano

celulose lança programa de capacitação profissional em Imperatriz”, em que os veículos publicaram releases de três assessorias distintas, a saber: a Assessoria de Comunicação da Suzano; a Secretaria de Comunicação do Governo do Estado do Maranhão (Secom) e a Assessoria de Comunicação da Prefeitura de Imperatriz (Ascom). O Progresso publicou as informações oriundas da Secom e da Ascom; o Blog do Elson Araújo publicou o informe da Ascom (onde ele era o secretário); o Blog Notícia da Foto publicou o texto da Secom; e o Blog do João Rodrigues publicou o release da Ascom da Suzano. Nessas publicações, na maioria dos casos, a informação é publicada integralmente, inclusive mantendo os elementos morfológicos (título, subtítulo, legenda); em outros casos, muda-se o título. Houve situações em que foi publicada uma matéria com o título de outra. O levantamento também apontou uma quantidade considerável de releases publicados sem indicar a fonte – talvez uma estratégia para fazer parecer que o texto seja autoral.

A grande publicação de releases aponta para dois problemas: um estrutural e outro de produção de sentido. Como já verificado em outros estudos (GEHLEN, 2015; BUENO, PESSOA, 2013), tanto o jornal O Progresso quanto os blogs locais de informação possuem uma estrutura muito deficitária para a consecução da prática jornalística. Em geral, uma equipe mínima (às vezes, uma única pessoa) é quem faz todo o processo de produção da notícia: apura, edita, publica etc. Nessas condições, é muito mais simples (e barato!) aproveitar o material que já chega pronto da assessoria – e de graça! O aproveitamento de releases é uma prática institucionalizada na imprensa de Imperatriz – e do Brasil, como já apontou Gerson Moreira Lima, no seu livro *Releasmania* (1985).

A outra implicação (na nossa concepção, mais determinante) é o fato de que, ao publicar apenas releases produzidos quer pela Suzano (e suas assessorias de comunicação terceirizadas) quer pela Secretaria de Comunicação do Governo do Estado (Secom) quer ainda pela Assessoria de Comunicação da Prefeitura de Imperatriz (Ascom), o jornal O Progresso e os oito blogs pesquisados acabam por dar voz aos sujeitos interessados em positivar uma publicização, via acontecimentos noticiosos. Tal é fato essa assertiva que, na análise dos dez acontecimentos noticiosos, não há nenhuma informação negativa sobre a Suzano. Nem mesmo nos momentos mais graves (por exemplo, no caso da publicação das matérias: “Suzano emite nota de esclarecimento sobre morte de trabalhadores”, de setembro de 2012 e “Três funcionários da Suzano Papel e Celulose morrem carbonizados ao tentar apagar fogo em fazenda”,

de outubro de 2013), percebe-se uma apuração que fuja da divulgação das informações que a própria empresa fornece. Na primeira matéria, o jornal publicou uma notícia que, no fim, traz as notas de pesar da Suzano e da empresa Irmãos Passaúra, destacadas num mesmo box, à esquerda, e o Blog Asmoimp (o único que publicou algo sobre o fato) pública apenas a nota e nenhuma outra informação. Na segunda matéria, o jornal publica a nota de pesar, incorporada no próprio texto da notícia, sem indicar como a recebeu, e, dos blogs que publicaram o assunto (Blog Asmoimp, Blog da Kelly, Blog do João Rodrigues, Blog Notícia da Foto), apenas o primeiro não publicou a nota da Suzano; os três restantes a publicaram como nota de pesar incorporada ao texto (João Rodrigues) ou ‘diluída’ no texto, sem dar a informação de que se tratava de uma nota de pesar (Kelly e Notícia da Foto). Nos dois casos, não há informações que possam trazer algum grau de negatividade para a empresa. É apenas o registro de um fato, finalizado com uma nota técnica de pesar. A Suzano, em ambas as situações, ficou com a palavra final.

O aproveitamento de material já produzido pelas assessorias cria uma uniformização discursiva que, ao fim e ao cabo, acaba sendo muito conveniente para a trajetória da construção de uma imagem positiva da Suzano em Imperatriz.

### **3.2 A voz institucionalizada (fontes)**

Outra característica que se destaca na produção do sentido, via publicação de informações pelos dispositivos estudados, é a institucionalização das vozes que ‘falam’ sobre os acontecimentos relativos à trajetória da instalação da empresa. Das dez matérias analisadas, fizemos um cotejamento de fontes que aparecem citadas. São elas: Sebastião Madeira (prefeito de Imperatriz); presidente da Suzano; secretário estadual da indústria e comércio; Luís Fernando (secretário da Casa Civil do governo do estado); diretor executivo de RH da Suzano; Antonio Carlos Heluy (secretário estadual do Trabalho); presidente da Associação Comercial e Industrial de Imperatriz; Léo Cunha (deputado estadual); Caetana (vereadora de Imperatriz); Chiquim da Diferro (vereador de Imperatriz); Roseana Sarney (governadora do estado do Maranhão); Dilma Rousseff (presidenta da República); Davi Feffer (Presidente do Conselho de Administração da Suzano); Maurício Macedo (Secretário de Desenvolvimento, Indústria e Comércio do MA); Doutor Pádua (deputado estadual). Algumas fontes aparecem mais de uma vez, como o prefeito de Imperatriz, o presidente da Suzano e a governadora do estado do Maranhão. E, em quatro das dez

matérias (“Suzano já é realidade no Nordeste”, de junho de 2011; “Suzano papel e celulose realiza audiências públicas...”, de julho de 2011; “Suzano: Construção da Fábrica de Papel e Celulose de Imperatriz está em pleno andamento”, de dezembro de 2011; e “Suzano lança cursos de Capacitação de Pessoas na Região Tocantina”, de março de 2012) simplesmente não existem ‘fontes vivas’ – todas as informações são colhidas de documentos ou relatos institucionais – não por acaso, as quatro foram produzidas pelas assessorias de comunicação da Suzano.

A institucionalização das fontes nas matérias produz uma conseqüente uniformização discursiva controlada e, mais ainda, autorizada. É como afirma Foucault, em *A Ordem do Discurso* (1996, p. 37): “(...) ninguém entrará na ordem do discurso se não satisfizer a certas exigências ou se não for, de início, qualificado para fazê-lo.”

Cabe o registro de que, nas dez matérias analisadas, não há a presença, como fontes, nem de pessoas da comunidade (o ‘cidadão comum’) nem de especialistas (as ‘fontes autorizadas’ a analisar algum aspecto referente a determinado tema) nem de trabalhadores (dos milhares que construíram a planta industrial, nos três anos). Prevaecem, nas matérias, as fontes oficiais ligadas ou à empresa ou às instituições governamentais, nas suas esferas municipal, estadual e nacional.

### **3.3 Onde estão os leitores?**

Uma característica notada pela análise do *corpus* foi a (quase) ausência dos leitores no material coletado. Em primeiro lugar, quanto ao jornal *O Progresso*, notamos que, nas 10 matérias analisadas, não apareceu nenhum comentário, no espaço específico para esse fim. Isso ocorre apesar de, no site, haver o local para que o leitor comente sobre as matérias. Outra observação relevante é o fato de, no período estudado, não encontrarmos nenhum texto opinativo, com característica de ser de leitor, no espaço específico do jornal – ele disponibiliza, tanto na edição impressa quanto na online, um espaço denominado “Colunas”, em que publica textos tanto de colunistas próprios quanto de leitores. No período estudado, apenas foi verificado o aparecimento de dois textos opinativos, semelhantes aos do espaço “Coluna”, no jornal: o artigo “Suzano: começa um novo ciclo”, do jornalista Elson Araújo (na época, secretário de comunicação da Prefeitura de Imperatriz) e o artigo “Suzano Papel e Celulose: os prós e contras dessa grande empresa”, do jornalista Domingos César (na época, integrante da equipe da

Secretaria de Comunicação da Prefeitura de Imperatriz). Os dois artigos foram publicados na mesma edição do jornal, no dia da inauguração da fábrica (20 de março).

Há que se registrar, talvez para validar a inexistência de comentários sobre a implantação da Suzano nas edições estudadas de O Progresso, que este jornal tem uma existência no ambiente da internet muito pouco profissionalizada e, por conseguinte, sem atrativos. Quanto a isso, duas observações: a) Apesar de estar na internet desde 2011, o site do jornal é pouco atrativo e apresenta poucos recursos de arquitetura virtual: não possui recursos audiovisuais, como a presença de galeria de fotos, de vídeos, de *podcasts*; não há movimentos na página inicial; as matérias não apresentam nenhum tipo de *hiperlink*. O jornal, com essa postura, estaria em desacordo com o que Santaella (2004, p. 182) reconhece como o perfil do leitor imersivo, que circula pela internet: “A rede não é um ambiente para imagens fixas, mas para a animação. Não há mais lapsos entre a observação e a movimentação”; b) Sua presença nas redes sociais (*Facebook* e *Twitter*, as mais acessadas) é muito tímida. Alguns dados: a página do *Twitter* do jornal tinha 361 seguidores<sup>33</sup>; como parâmetro, pudemos constatar que as páginas dos jornais O Estado do Maranhão, O Imparcial e Pequeno, de São Luís, tinham, respectivamente, 21.400, 9.708 e 13.700 seguidores; cabe informar que os quatro jornais inauguraram suas páginas nesta mídia social entre os anos de 2009 e 2010; a mesma página no *Twitter*, no dia pesquisado, apresentava matérias postadas pela manhã, nas quais não havia nenhuma curtida, resposta nem *retweet* (que são, em tese, indícios de aceitação ou de reação frente ao que foi postado); quanto ao *Facebook*, a página do jornal possuía postagens de dois dias anteriores, tendo a postagem mais curtida o número de 7 curtidas; o jornal, ao contrário do que faz no *Twitter*, não posta no *Facebook* os *links* das matérias, que direcionariam o leitor para o seu site, mas apenas algumas páginas, como fotos; ainda como forma de comparação, pudemos perceber que, enquanto O Progresso possui um total de 33.743 curtidas em seus posts, O Imparcial possui 175.961, O Estado do Maranhão possui 50.136 e o Jornal Pequeno possui 30.388; entre os quatro jornais, O Progresso é o único que não apresenta *links* na página do *Facebook* para as suas matérias. Tais comparações são basilares, pelo fato de ser O Progresso, conforme informação na sua página no

---

<sup>33</sup> Para todas as informações sobre as páginas do jornal nas redes sociais, foi tomado o dia 06 de agosto de 2016, entre 17h e 20h, como referência, pois foi o dia em que as verificações foram feitas.

*Facebook*, na seção “sobre”, o “Primeiro Jornal diário da Região Tocantina e terceiro mais antigo do Estado do Maranhão em circulação”.

Em relação aos *blogs* selecionados para estudo, em primeiro lugar, cabe informar que três deles não apresentam a ferramenta “comentários” nos seus dispositivos: *Blog* da Kelly, *Blog* do Elson Araújo e *Blog* do Jhivago Sales. Os *blogs* foram selecionados pelo fato de que podem ser considerados dispositivos informativos, pois divulgam notícias, com o caráter de atualidade, localidade e abrangência de foco (em geral, tratam de política, educação, saúde, violência urbana, dentre outros assuntos), são reconhecidos na cidade e ainda noticiaram, em maior e menor grau, o processo de implantação da Suzano em Imperatriz<sup>34</sup>.

Quanto ao estabelecimento de um relacionamento com o leitor, pudemos constatar, pela análise das matérias selecionadas, que, assim como O Progresso, nos *blogs* ele é inexistente ou mínimo. Nas 10 matérias selecionadas para análise, em apenas duas delas surgiram comentários, e, em todos eles, não houve nenhum tipo de resposta aos leitores.

Os dois primeiros comentários surgidos foram correspondentes à matéria “Suzano celulose lança programa de capacitação profissional em Imperatriz”, publicada em abril de 2011 e divulgada em O Progresso e nos *blogs*: *Blog* do Elson Araújo, *Blog* Notícia da Foto e *Blog* do João Rodrigues. Neste último, foram postados dois comentários. A leitora, identificada por Jordana, escreveu, no dia 15 de abril, às 13:52: “como que posso fazer para me escrever (sic) no programa Capacitar?”; e o leitor, identificado como Claudino Fernandes de Almeida, escreveu, no dia 20 de abril de 2011, às 13:50: “como posso fazer para me inscrever no programa capacitar e quais exigências (sic)”. Ambos os comentários não foram respondidos, nem geraram uma possível matéria de orientação.

O terceiro comentário apareceu no dia da cerimônia de inauguração da fábrica. Com o título “Inauguração da fábrica da Suzano em Imperatriz”, esta matéria foi publicada no jornal O Progresso (2014) e nos seguintes *blogs*: *Blog* da Kelly, *Blog* do Elson Araújo, *Blog* do João Rodrigues, *Blog* do

---

<sup>34</sup> Para análise da arquitetura dos *blogs*, foi tomado o período de julho a setembro de 2016.

Jhivago Sales e *Blog* Notícia da Foto. Neste último, foi postado o seguinte comentário (com destaques do comentarista):

Será que os nosso (sic) honoráveis vereadores e deputados sabem alguma coisa dos IMPACTOS NEGATIVOS que essa empresa, SUSANO (sic), causará à (sic) toda região tocantina? Só a título de informação, está escrito: A Europa e Os americanos não querem as empresas de celulose por lá, somente o produto ou seja, o papel. Onde elas estão se instalando segundo o autor do artigo: Nos países onde a legislação é frágil e os políticos são corruptos – O que será daqui a alguns anos? Deus nos proteja.

O comentário, escrito pelo leitor Leandro Lima, identificado como sendo do Instituto Federal do Maranhão (IFMA), foi publicado no mesmo dia da matéria (20 de março), às 04:49. Assim como os dois anteriores, ficou sem resposta nem contestação – o que seria presumível ou desejável, tal o seu conteúdo de crítica e tamanha a importância do fato a que alude.

Analisando, em seu conjunto, o comportamento dos dispositivos estudados, em relação à ação de relacionamento com o leitor, o que percebemos é que a postura não se coaduna com um jornalismo num contexto de midiatização. E Soster (2009) avalia que, no cenário de um jornalismo midiatizado, não cabe mais a postura de um leitor que apenas espera do dispositivo informativo; mas, sim, valendo-se da própria arquitetura da internet (links e demais ferramentas), este leitor faz seu próprio caminho de leitura e assume uma postura mais ativa em relação à mídia a partir da qual se informa – portanto, de cogestão da informação que recebe e que, em grande parte das vezes, repercute.

Como última contribuição à reconfiguração desta nova postura do leitor, neste novo ambiente, novo cenário e nova arquitetura comunicacional, convém destacar a análise que Reino e Bueno (2014) realizaram sobre portais, sites de jornais e de revistas (semanais e mensais) brasileiros, identificando no estabelecimento da ferramenta “comentários” nesses dispositivos uma marca do jornalismo da atualidade – quer como forma de captar mais leitores, de avaliar o nível de repercussão das matérias que publicam ou de efetivar um contato efetivo com o seu leitor. Para eles, os comentários são constitutivos de um novo momento do jornalismo, que Fausto Neto (2008b) e Soster (2009) vão reconhecer como midiatizado.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Valendo-se dos pressupostos da mediatização e da análise de discurso, o que se percebeu foi que, por meio de uma série de estratégias de engendramento informativo (envio e aproveitamento de releases; institucionalização de fontes; uniformização informativa; inexpressividade da presença do leitor nos comentários; circulação homogeneizada de informação, pois os mesmos textos eram publicados tanto em O Progresso quanto nos blogs), houve uma positivação do discurso sobre a implantação da Suzano, numa produção de sentido que tinha como fonte as assessorias de comunicação (da empresa, do governo do estado e da prefeitura de Imperatriz) e como caixa de ressonância o jornal e os blogs.

A mídia, como afirma Adriano Rodrigues (2002, p.217), é produtora nata de discursos: “O discurso não é uma das funções entre outras da instituição midiática; é o seu principal produto e o resultado final do seu funcionamento.” Assim, acionando as estratégias acima relacionadas (e outras que ainda é preciso desvelar), a mídia de Imperatriz, com seu conjunto de acontecimentos publicizados, forjou a construção de um discurso positivado sobre a implantação da Suzano na cidade.

#### REFERÊNCIAS

ASSUNÇÃO, Thys; PINHEIRO, Roseane Arcanjo. Jornalismo em Imperatriz - MA: os jornais impressos em tempo de mudança (1970- 1989). In: **Revista Brasileira de História da Mídia**. v.1, n.2, julho-dez. 2012.

BRITO, Nayane Cristina Rodrigues; MACIEL, Alexandre Zarate. Começou o jornal na rádio Imperatriz. II ENCONTRO NORTE-NORDESTE DE HISTÓRIA DA MÍDIA. **Anais...** Universidade Federal do Piauí, 20 e 21 de junho de 2012.

BUENO, Thaisa; PESSOA, Jordana. Blogando nas barrancas do Tocantins: uma proposta de mapeamento da blogosfera imperatrizense. IV SIMPÓSIO DE CIBERJORNALISMO. **Anais...** Universidade Federal do Mato Grosso do Sul. Campo Grande. 28ª 30 de agosto de 2013.

\_\_\_\_\_. BATALHA, Sara. Plugado na rede: levantamento apresenta os primórdios da mídia de Imperatriz (MA) na internet. 10º. ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA. **Anais...** Universidade Federal do Rio Grande de Sul. 03 a 05 de junho de 2015. Porto Alegre..

DE VOLTA AO JOGO. **Revista Época Negócios**. Editora Globo, 06.11.2015.

FAUSTO NETO, Antonio. **Midiatização – Prática social, prática de sentido**. Encontro da Rede Prosul. “Comunicação e Processos Sociais”, 2005, UNISINOS/PPGCC. São Leopoldo. 2005-2006.

\_\_\_\_\_. Fragmentos de uma analítica da midiatização. **Revista Matrizes**. n.2, abril de 2008. p. 89-105.

\_\_\_\_\_. Notas sobre as estratégias de celebração do jornalismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Ano V. N. 01. P. 109-121. Janeiro-junho de 2008.

\_\_\_\_\_. As bordas da circulação. **ALCEU**, v. 10, n. 20, p. 55 -69. Rio de Janeiro. Jan./jun. 2010

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. 3 ed. São Paulo: Loyola, 1996.

FRANKLIN, Adalberto. **Apontamentos e fontes para a história econômica de Imperatriz**. Imperatriz: Ética, 2008.

GEHLEN, Marco Antônio. Release nos jornais O Progresso e Correio Popular, de Imperatriz (MA). In: HOLFELDT, Antonio, CONCEIÇÃO, Francisco Gonçalves. **Teorias da comunicação: leituras e aplicações**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2015.

GOMES, Pedro Gilberto. Midiatização: um conceito, múltiplas vozes. In: FAUSTO NETO, Antonio, ANSELMINO, Natalia Raimondo, GINDIN, Irene Lis (orgs). **CIM – Relatos de Investigaciones sobre mediatizaciones**. Rosário: UNIR Editora, 2015.

HJARVARD, Stig. **A midiatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Unisinos, 2014.

IBGE. Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=210530>. Consulta em: 25 de maio de 2016.

LIMA, Gerson Moreira. **Releasmania: uma contribuição para o estudo do press-release no Brasil**. 4 ed. São Paulo: Summus, 1985.

MARANHÃO PROFISSIONAL. Editorial. **Jornal O Estado do Maranhão**. 20 setembro de 2014.

MATOS, Marcos Fábio Belo, HOLANDA, Letícia de Sousa. O papel do progresso: uma análise da presença da fábrica Suzano de Papel e Celulose em O Progresso. XVIII CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE. *Anais...*Caruaru - PE – 07 a 09/07/2016.

\_\_\_\_\_. **O leitor invisível:** análise da presença do leitor no material publicado sobre a implantação da fábrica Suzano papel e celulose, no jornal ‘O Progresso’ e em blogs informativos de Imperatriz-MA. III JORNADA GAÚCHA DE PEQUISADORES DA RECEPÇÃO. Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). São Leopoldo. 2016.

\_\_\_\_\_.VALE, Letícia Maciel do. Família, trabalho e fama: a representação da mulher nas revistas de colonismo social de Imperatriz-MA In: BRITO, Nayane Cristina Rodrigues de et. al. **Jornalismo, mídia e sociedade:** as experiências da região tocantina. Imperatriz: EDUFMA, 2017.

MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de. **Gêneros e formatos jornalísticos:** um modelo classificatório. Intercom – RBCC. São Paulo, v.39, n.1, p.39-56, jan./abr. 2016.

O PROGRESSO. Ano 1, N.1, 03.05.1970. Disponível em:  
<http://www.oprogressonet.com/edicao/preview/1>. Acesso em 25 maio, 2018.

REINO, Lucas Santiago Arraes, BUENO, Thaisa (org.). **Comentários na Internet.** Imperatriz - Maranhão: EDUFMA, 2014.

RODRIGUES, Adriano Duarte. Delimitação, natureza e funções do discurso mediático. In: PORTO, Sérgio Dayrell (Org.). **O jornal:** da forma ao sentido. Brasília: Paralelo 15, 2002, p. 217-233.

SANTAELLA, Lucia. **Navegar no ciberespaço:** o papel cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004.

SOSTER, Demétrio de Azeredo. **O jornalismo em novos territórios conceituais:** internet, midiaticização e a reconfiguração de novos sentidos midiáticos. Tese. Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. São Leopoldo, 2009.

SUZANO. Disponível em: <http://www.suzano.com.br/portal/grupo-suzano.htm>. Acesso em: 25 jun., 2018.

## **JORNAIS PESQUISADOS.**

O Progresso. Edições de 2011. (versão impressa)

O progresso. Edições de julho de 2011 a março de 2014 (versão online). Disponível em:  
<http://www.progresso.com.br>.

**BLOGS PESQUISADOS:**

Blog Asmoimp. Disponível em: <http://www.asmoimpcomduduzao.com.br>

Blog do Elson Araújo. Disponível em: <https://porelsonaraujo.blogspot.com.br>

Blog da Kelly. Disponível em: <http://www.blogdakellyitz.com.br>

Blog do João Rodrigues. Disponível em: <http://www.blogsoestado.com/joaorodrigues>

Blog do Josué Moura. Disponível em: <http://josuemoura.blogspot.com.br>

Blog do Jhivago Sales: <http://www.jhivagosales.com.br>

Blog Notícia da Foto. Disponível em: <http://www.noticiadafoto.com.br>

Blog do William Marinho. Disponível em: <http://www.willianmarinho.com.br>



## **Paradigma construtivista e realidade midiaticizada: Política, pragmática e discurso**

**Nota do Autor:**<sup>35</sup>

*Patrícia Rakel de Castro Sena*<sup>36</sup>

### **1 INTRODUÇÃO**

O construtivismo tem o conhecimento como algo que nunca está concluído, terminado, mas em um processo constante de construção. Assim, para se pensar sobre qualquer fato, conceito, ação etc. sob a perspectiva construtivista, há de se pensar também como algo resultado da atividade humana, elaborada e transmitida por gerações anteriores, mas que é reelaborada no cotidiano das pessoas. É a geração de um aprendizado que é produto da relação entre o homem e o seu contexto material e social, permeado por símbolos também (re) construídos e reproduzidos pelo indivíduo e pelo universo das interações vivenciadas em sociedade. Esta construção é realizada através da ação humana e não por determinações orgânico-genéticas.

Dessa forma, só se pode pensar a Teoria Construtivista, quando se concebe o homem em constante interação com outro homem. Para Habermas (2012), essa interação se dá especialmente no que ele chama de mundo da vida (colonizado pelo mundo sistêmico ou não), através de um consenso dialógico. E essa ideia de consenso é muito bem forjada também por Habermas (2002), quando ele propõe um modelo de política democrática deliberativa, como alternativa aos modelos de democracia liberal e republicano.

---

<sup>35</sup> Uma primeira versão deste artigo foi apresentada no XII Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación – ALAIC.

<sup>36</sup> Docente do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão. Doutora em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) e em Ciências da Comunicação pela Universidade da Beira Interior (UBI). E-mail: [rakeldecastro@gmail.com](mailto:rakeldecastro@gmail.com).

Segundo o filósofo alemão, a política deliberativa se baseia nas condições da comunicação sob as quais os processos políticos se supõe capaz de alcançar resultados racionais. Lançando mão da Teoria do Discurso, Habermas (2002) articula que é neste terceiro modelo procedimental em que a intersubjetividade mais avançada presente em processos de entendimento mútuo se cumpre, por um lado, na forma institucionalizada de aconselhamentos em corporações parlamentares, e por outro lado, na rede de comunicação formada pela opinião pública de cunho político. Assim, partindo de uma metodologia qualitativo-interpretativa, busca-se através da ideia de consenso a relação entre a política deliberativa e a Teoria Construtivista.

## **2 POLÍTICA E DEMOCRACIA: incluindo o outro**

Os aspectos político-democráticos do Estado, relacionados com os aspectos de representação e de participação política, são apresentados por Habermas (2002), em sua obra “A inclusão do outro”, através de duas concepções (liberal e republicana) de política numa sociedade democrática, as quais são aqui comparadas e redesenhadas para dar forma a um terceiro conceito de política: a deliberativa. A perspectiva Habermasiana analisa, portanto, três modelos de democracia de acordo com três pontos de vistas: a noção de “cidadão do estado”, o “direito” e a “natureza do processo político na formação da vontade<sup>37</sup>”.

Para Habermas (2002), a principal diferença entre a política liberal e a republicana está no papel que cada um exerce no processo democrático. Na concepção liberal esse papel reside na função de programar o Estado para que este se volte ao interesse da sociedade. Nesse caso, política cumpre uma tarefa mediadora entre o poder administrativo e os interesses próprios (mercado); é o que congrega e impõe interesses sociais em particular diante de um aparato estatal especializado no uso administrativo do poder político, com fins coletivos. Já a concepção republicana de política apresenta-se como constitutiva do processo de coletivização social como um todo. Aqui a política assume a forma de reflexão sobre um contexto de vida ético, o meio em que os indivíduos se conscientizam de sua

---

<sup>37</sup> Habermas (2002) preferiu inicialmente categorizá-los apenas como dois enfoques: “cidadão do estado e direito” e a “natureza do processo político na formação da vontade”. Entretanto, para tornar a explicação mais didática, de acordo com a própria divisão (a, b e c) feita no texto original do autor para explicar os conceitos em ambos os contextos políticos (republicano e liberal), optou-se por dividi-los em três.

interdependência e, como cidadãos, desenham e dão prosseguimento às relações de reconhecimento mútuo, transformando essas relações em associações de pessoas livre e iguais.

A partir de então, o autor (2002) já mostra uma transformação na ideia de política. Ao lado da instância hierárquica reguladora do poder soberano estatal e da instância reguladora descentralizada do mercado (interesses próprios), surge também o estabelecimento da vontade política horizontal – o entendimento mútuo por via comunicativa. Habermas (2002, p. 270), enfatizando os contornos da política republicana, explica que, para a práxis da autodeterminação, “aceita-se uma base social autônoma que independa da administração pública e da mobilidade socioeconômica privada, e que impeça a comunicação política de ser tragada pelo Estado e assimilada pela estrutura de mercado”.

Depois de explicitar sucintamente essa diferença, Jürgen Habermas (2002) vai utilizar os três enfoques já citados (“cidadão do estado”, “direito” e a “natureza do processo político na formação da vontade”) para melhor detalhar esses dois modelos de política democrática e justificar o desenvolvimento de um terceiro modelo (deliberativo) com base em uma “Teoria do Discurso”.

Diferenciando assim, em primeiro lugar, a percepção de “cidadão do Estado” nas concepções liberal e republicana, o filósofo e sociólogo alemão (2002, p. 271) resulta que para a primeira compreensão de política, o *status* de cidadão é determinado de acordo com os direitos individuais (subjetivos / negativos)<sup>38</sup> que eles dispõem mediante ao Estado e dos outros cidadãos. É importante ressaltar aqui a importância da legitimidade das leis ao procedimento democrático. Dessa forma, os cidadãos do Estado e portadores de direitos individuais, poderão contar com a defesa desse Estado, “desde que detenham os próprios interesses nos limites impostos pelas leis”. Os direitos políticos nesta ocasião são validados a partir da congregação de vários interesses privados, ou seja, através de votações, formação de partidos, governos etc., os quais exercem influência sobre a administração pública. Em contrapartida, tem-se a segunda compreensão de política que relaciona o status de cidadão (direito à cidadania, à participação e à comunicação política) a direitos coletivos (positivos)<sup>39</sup>. Desse modo, o poder estatal não é uma força originária e os direitos e liberdades do cidadão antecedem a política, de tal modo

---

<sup>38</sup> É o espaço alternativo e livre de coações externas das pessoas agirem.

<sup>39</sup> Esses direitos não garantem liberdade às coações externas e sim a participação em uma práxis comum.

que a força originária se dá através da comunicação consensual desses cidadãos do Estado, em uma prática comum de autodeterminação.

Em segundo lugar, Habermas (2002) esclarece o conceito de “direito”, segundo as duas concepções de política. Na liberal, é o sentido de uma ordem jurídica que constata quais os direitos cabíveis a cada indivíduo (subjeto). Já na republicana, o direito de base subjetiva (individual) deve ser fundamentado numa ordem jurídica objetiva (coletiva) que possibilite e garanta um convívio igualitário, autônomo e baseado no respeito recíproco. O exemplo do direito ao voto, interpretado como liberdade positiva, direito coletivo, parece ser um paradigma razoável dos direitos em geral, uma vez que constitui a autodeterminação política e esclarece como o direito individual e autônomo está associado aos direitos iguais.

Destarte, Jürgen Habermas (2002, p. 274 - 275) conclui a explanação sobre as três categorias usadas para analisar comparativamente a política sob o ponto de vista liberal e republicano, assinalando que a diferenciação entre “o papel do cidadão e do direito são expressões de um dissenso de raízes mais profundas sobre a natureza do processo político”.

Enquanto que na concepção liberal, o processo de formação da vontade e da opinião política é uma luta por posições que permitam dispor do poder administrativo; na republicana, obedece-se a estruturas de uma comunicação pública, orientada para o entendimento mútuo. O paradigma aqui não é o mercado, mas a interlocução. Mercado no sentido que o voto, na sociedade democrática liberal, assume os moldes mercadológicos:

O êxito nesse processo é medido segundo a concordância do cidadão, em relação a pessoas e programas, o que se quantifica segundo número de votos. Ao votar os eleitores expressam suas preferências. As decisões que tomam nas eleições têm a mesma estrutura que os atos eletivos de participantes do mercado voltados à conquista de êxito. São os eleitores que licenciam o acesso a posições de poder, pelas quais os partidos políticos lutam. (HABERMAS, 2002, p. 275).

Ao relacionar o processo de formação da vontade, numa democracia liberal, os atos eletivos de participantes de mercados, à luta estratégica em busca do sucesso, o autor elucida uma diferença estrutural entre o poder administrativo que tem o Estado e poder comunicativo, que vêm da comunicação política, na forma de opiniões majoritárias, estabelecidas por vias discursivas.

Entretanto, entendendo a democracia republicana como bastante idealista, no sentido que coloca o processo democrático como dependente de “supostas virtudes” que todos os cidadãos têm eticamente voltados para o bem comum; Habermas (2002, p. 276) acolhe a ideia de que, “sob as condições do pluralismo cultural e social, também é frequente haver, por detrás de objetivos politicamente relevantes, interesses e orientações de valor” que não são estabelecidos para a coletividade.

Assim sendo, esses interesses e orientações de valor permanecem em conflitos e precisam ser compensados, sob forma de acordo com possibilidades de poder e sanções, e com restrições de não poderem ferir os valores fundamentais partilhados por integrantes dessa cultura. Para Habermas (2002, p. 277), “o direito firmado politicamente, caso se pretenda legítimo, precisa ao menos estar em consonância com os princípios morais que reivindicam validação geral, para além de uma comunidade jurídica concreta”. Diferentemente do que foi pensado sobre as questões éticas republicanas, no direito político, agora iniciado pelo autor, como a fecundação da política deliberativa, as questões de justiça não estão fundamentadas desde o princípio ao coletivo:

Política deliberativa só ganha referência empírica quando fazemos jus à diversidade das formas comunicativas, na qual se constitui uma vontade comum, não apenas por um *auto-entendimento mútuo de caráter ético*, mas também pela busca de equilíbrio entre interesses divergentes e do estabelecimento de acordos, da checagem da coerência *jurídica*, de uma escolha de instrumentos *racional e voltada a um fim específico* e por meio, enfim, de uma fundamentação moral. (HABERMAS, 2002, p. 277, grifo do autor).

A partir de agora, pensa-se uma política dialógica e instrumental impregnada e complementada com a deliberativa, baseada nas condições de comunicação que legitima a formação da opinião e da vontade, de maneira institucionalizada.

Para corroborar com essa democracia deliberativa, Habermas vai buscar na Teoria do Discurso, elementos que convergem de ambos os lados (liberal e republicano) e os integra no conceito de um procedimento democrático que institui uma coesão interna entre negociações, discurso de auto-entendimento e discurso sobre justiça, além de supor que se almejam resultados ora racionais, ora justos, ora honestos. Dessa forma, a razão prática se desloca dos direitos individuais do homem e dos direitos coletivos éticos para as regras discursivas e formas argumentativas que extraem seu valor normativo da base validativa da ação consensual, ou seja, da estrutura da comunicação linguística.

### **3 O CONSENSO DIALÓGICO: uma relação possível entre a pragmática e o construtivismo**

É a partir de uma concepção dialógica da política, que se consegue pensar numa relação mais íntima entre a pragmática (enquanto corrente da Linguística que pesquisa a linguagem no contexto de seu uso na comunicação) e o construtivismo (enquanto perspectiva teórica que vê nas realidades sociais, o resultado das construções históricas e cotidianas, individuais e coletivas).

A pragmática, ou o pragmatismo, é refletida segundo Marcondes (2000) como atribuindo importância central à prática, à experiência concreta, aos aspectos aplicados do conhecimento e aos contextos concretos de uso, desde signos específicos e seus usuários até teorias científicas e suas aplicações.

Essa corrente da linguística está muito mais focada na análise dos significados linguísticos que se deduzem a partir de um contexto extralinguístico: discursivo, situacional, etc. do que no estudo dos significados determinados exclusivamente pela semântica proposicional ou frásica. O uso do termo “pragmática” como ramo da linguística teve início com Charles Morris e Mario Bertolini, em 1938, significando o estudo da linguagem em uso. Rudolf Carnap, que trabalhara com Morris em Chicago, definiu-a como sendo a relação entre a linguagem e seus falantes. A pragmática evoluiu, depois, para uma compreensão mais filosófica, como prática social concreta, que analisa a significação linguística de acordo com a interação existente entre quem fala e quem ouve, do contexto da fala, os elementos sócio-culturais em uso e, também, dos objetivos, efeitos e consequências desse uso contínuo. (MARCONDES, 2000).

A pragmática crítica a importância do conceito de verdade, segundo os moldes positivistas em que a ideia de verdade estaria diretamente relacionada com a ideia representacional/correspondente da realidade, fundamentada numa objetividade mitificada, numa neutralidade axiológica e num cientificismo determinado por resultados, experimentos e testes.

Marcondes (2000) observa que esse ramo da linguística complementa a noção de verdade que considera a linguagem como ação, como produzindo efeitos e consequências em contextos determinados:

Não podemos estabelecer se um conjunto de proposições é verdadeiro ou falso de modo conclusivo por comparação com uma realidade independente dessas proposições, ou da linguagem em que são formuladas, isto é, uma realidade em si mesma, mas sim os resultados e consequências do que essas proposições afirmam sobre a realidade, a saber, suas pretensões a conhecimento. (MARCONDES, 2000, p. 41).

Entre outras discussões, com essa crítica à verdade como correspondência, o Pragmatismo acaba conversando mais diretamente com o Construtivismo, que pensa uma teoria da verdade mais voltada para a consensualidade, aquele mesmo consenso do dialogismo político explicado por Habermas.

A perspectiva construtivista pretende uma objetividade mais humanizada, que tem um compromisso com a emancipação do sujeito, e o desafio da Ciência em se tornar senso comum, em se tornar acessível a todos.

Aqui há uma mudança do modelo representacional para o modelo concreto das relações intersubjetivas em que a linguagem se materializa. Os significados que existem no mundo têm de serem compartilhados pelas pessoas, na esfera pública.

Segundo Corcuff (2001), o Construtivismo, remete às construções sociais, as quais remetem aos produtos elaborados anteriormente, bem como aos processos de reestruturação em curso. Assim a historicidade é um fator primordial para o entendimento dessa teoria, por três principais motivos:

1º) o mundo social constrói-se a partir das pré-construções passadas; o pensamento de Marx (1997) é o referente deste ponto: os homens fazem sua própria história, mas eles não a fazem arbitrariamente, em condições por eles escolhidas, mas em condições diretamente obtidas e herdadas do passado; 2º) as formas sociais passadas são reproduzidas, apropriadas, destituídas e transformadas, enquanto outras são inventadas nas práticas e nas interações (face-a-face, mas também telefônicas, epistolares etc.) da vida cotidiana dos atores; e 3º) esta herança passada e este trabalho cotidiano rasgam-se sobre um campo de possibilidades no futuro. (CORCUFF, 2001, p. 22).

Philippe Corcuff quis mostrar que no processo histórico, as realidades sociais são, ao mesmo tempo, exteriorizadas / objetivadas e interiorizadas.

Se por um lado, essas realidades sociais apontam para universos objetivados (os indivíduos e grupos se utilizam de palavras, objetos, regras, instituições etc.), herdados de gerações anteriores, transformando-os e criando novos; por outro, elas remetem a universos subjetivos e interiorizados (cheio de sensibilidades, percepções, representações e conhecimento); porque as formas de aprendizagem e de

socialização tornam possível a interiorização dos mundos exteriores, e as práticas individuais e coletivas dos atores resultam na objetivação dos mundos interiores. (CORCUFF, 2001).

O autor (2001) encerra bem seu pensamento sobre essa teoria quando afirma que as perspectivas construtivistas supõem também um momento de des-construção, ou seja, de questionamentos sobre o que se apresenta como algo dado, natural e intemporal, o qual exige que exista ainda um momento de investigação sobre os processos de reconstrução, dando lugar a uma diversidade de realidades cujas relações devem ser pensadas.

#### **4 A REALIDADE SOCIALMENTE CONSTRUÍDA: uma leitura prioritária**

O juízo de que a historicidade é condição *sine qua non*<sup>40</sup> para se conceber a teoria construtivista é compartilhado por Alfred Schütz (2003), o qual assegura que qualquer interpretação da realidade social, por parte dos indivíduos e dos grupos, baseia-se numa reserva de experiências prévias, sob a forma de conhecimentos disponíveis, os quais funcionam como esquemas de referência. É o que o autor vai chamar de “Situação biográfica”:

Nacer en el mundo significa, ante todo, nacer de progenitores que nos son exclusivos, ser criado por adultos que constituyen los elementos conductores de nuestro fragmento de experiencia. (...) Los seres humanos son concebidos por madres y no elaborados em retortas, el período formativo de cada vida transcurre de una manera única. Cada persona, además, sigue durante toda su vida interpretando lo que encuentra en el mundo según la perspectiva de sus particulares intereses, motivos, deseos, aspiraciones, compromisos religiosos e ideológicos. De tal modo, la realidad del sentido común nos es dada en formas culturales e históricas de validez universal, pero el modo em que estas formas se expresan en una vida individual depende de la totalidad de la experiencia que una persona construye en el curso de su existencia concreta. (SCHÜTZ, 2003, p. 17)<sup>41</sup>.

---

<sup>40</sup> "Sem o qual não pode ser", é uma expressão que vem do latim e a qual se refere a uma ação, condição ou algo indispensável e essencial.

<sup>41</sup> Nascer em um mundo significa, antes de tudo, nascer de genitores que nos são exclusivos, ser educados por adultos que compõem os elementos condutores de nosso fragmento de experiência. (...) Os primeiros seres humanos são concebidos por mães e não elaborados em vasos de experiências laboratoriais químicas, e o período de desenvolvimento de cada vida transcurre de maneira única. Cada pessoa, no entanto, segue durante toda a sua vida interpretando o que está presente no mundo segundo suas perspectivas particulares de interesses, motivos, desejos, aspirações, compromissos religiosos e ideológicos. De modo que a realidade do sentido comum nas formas dadas e históricas de validez universal, em que o modo em que estas formas se expressam em uma vida individual depende da totalidade da experiência que uma pessoa construiu no curso de sua existência concreta. (SCHÜTZ, 2003, p. 17. Tradução livre)

Neste sentido, o autor (2003) aborda como cada indivíduo se situa na vida de uma maneira específica, à luz da situação biográfica. Essa experiência prévia que se traduz sob os conhecimentos que temos à mão, manifesta-se pela sua tipificação (o que seria vivenciado na percepção de um objeto seria transferido para outro objeto similar, percebido somente quanto a seu tipo). Dessa forma, as pessoas tipificam o mundo social, conforme a linguagem herdada por seus antepassados e seguindo negociações durante as relações de interação face-a-face da vida cotidiana.

Então Schütz (2003, p. 19) enfatiza que tais conhecimentos disponíveis são sempre intersubjetivos e culturais, porque eles não pertencem a único indivíduo, mas ao grupo social que esse indivíduo faz parte, inclusive a outros indivíduos que antecederam esse grupo historicamente. “Se presupone la intersubjetividad como una cualidad obvia de nuestro mundo: nuestro mundo es la tipificación subyacente del sentido comun”<sup>42</sup>.

Peter Berger e Thomas Luckmann (2003, p. 71) também vão relacionar essa mesma realidade socialmente construída (na intersubjetividade para Schutz) com os indivíduos e suas interações. Para esses autores, o processo de tornar-se homem efetua-se na relação do ser humano com o ambiente natural ou modificado/construído pelo próprio humano. “Isto é, o ser humano, em seu desenvolvimento, não somente se correlaciona com um ambiente natural particular, mas também com uma ordem cultural e social específica, que é mediatizada para ele pelos outros significativos que o têm a seu cargo”. Os autores determinam então que o desenvolvimento biológico é também submetido a interferências de certos dispositivos sociais. Assim tanto o organismo humano, quanto o “eu humano”, só podem ser devidamente compreendido dentro do contexto social que foram forjados. Só então que eles dão um primeiro sinal de como se daria essa objetivação e subjetivação da construção social da realidade:

Por um lado, o homem é um corpo, no mesmo sentido em que isso pode ser dito de qualquer outro organismo animal. Por outro lado, o homem tem um corpo. Isto é, o homem experimenta-se a si próprio como entidade que não é idêntica a seu corpo, mas que, pelo contrário, tem esse corpo a seu dispor. Em outras palavras, a experiência que o homem tem de si mesmo oscila sempre num equilíbrio que tem de ser corrigido de vez em quando. Essa originalidade da experiência que o homem tem de seu próprio corpo leva a certas consequências no que se refere à análise da atividade humana como conduta no ambiente material e como exteriorização de significados subjetivos. A compreensão adequada de qualquer fenômeno humano terá de levar em consideração estes dois aspectos, por motivos fundados em fatos antropológicos essenciais. (BERGER; LUCKMANN, 2003, p. 74).

---

<sup>42</sup> Pressupõe-se a intersubjetividade como uma qualidade obvia de nosso mundo: nosso mundo é a tipificação subjacente do sentido comum (SCHÜTZ, 2003, p. 19. Tradução livre).

Vale destacar que a construção do homem é sempre um empreendimento social. Daí se conclui que só a partir da interação humana, que os homens, em conjunto, produzem um ambiente humano, com a totalidade de suas formações socioculturais e psicológicas. Conforme os autores (2003), nenhuma dessas formações, sociocultural ou psicológica, podem ser entendidas como um resultado biológico. A constituição biológica só ofereceria limites externos à atividade do homem. Neste caso, nenhum homem se desenvolve enquanto homem sozinho e também não produz ambiente humano algum no isolamento.

Aqui o ser humano só se constitui humano em relação com os outros seres humanos. Para eu existir como homem, preciso da existência do outro. Ou estaria fadado a mera existência animal.

Berger e Luckmann (2003, p. 75) chegam a afirmar que “o *homo sapiens* é sempre, e na mesma medida, o *homo socius*”. Ainda complementando essa ideia, eles vão assegurar que a conduta humana necessita de uma certa estabilidade não dada pelo organismo biológico. Essa estabilidade poderia então ser conseguida através de uma ordem social que precede o desenvolvimento de qualquer indivíduo orgânico e que estaria numa constante abertura e fechamento para o mundo, porque é um progressivo produto humano, no curso da contínua exteriorização do homem.

A ordem social não é dada biologicamente, nem derivada de quaisquer elementos biológicos em suas manifestações empíricas. Não é preciso acrescentar que a ordem social também não é dada no ambiente natural do homem, embora certos aspectos particulares deste ambiente possam ser fatores que determinam aspectos de uma ordem social (por exemplo, sua estrutura econômica ou tecnológica). A ordem social não faz parte da “natureza das coisas” e não pode ser derivada das “leis da natureza”. A ordem social existe unicamente como produto da atividade humana. (BERGER; LUCKMANN, 2003, p. 76).

Essa ordem social seria necessária pela inerente instabilidade do organismo humano que obriga o homem a fornecer a si mesmo um ambiente estável para sua conduta. Então o homem teria de estar continuamente se exteriorizando nas suas atividades. Seria uma necessidade antropológica. A existência do ser humano seria na prática impossível (na teoria, seria a existência numa espécie de caos) em uma esfera fechada de interioridade. (BERGER; LUCKMANN, 2003).

Dessa forma, os autores (2003) asseveram que tanto em seu princípio (a ordem social como consequência da ação humana passada) quanto em sua existência (a ordem social só existe enquanto a atividade humana continua produzindo-a), a ordem social é uma construção humana.

Assim a noção de objetividade e subjetividade da realidade socialmente construída inscreve-se bem nos pensamentos de Peter Berger e Thomas Luckmann (2003, p. 173) que descrevem a sociedade como sendo uma realidade ao mesmo tempo objetiva e subjetiva e deve ser entendida como um processo dialético em curso, composto de três momentos simultâneos – exteriorização, objetivação e interiorização. Um membro individual de uma sociedade, por exemplo, exterioriza seu próprio ser no mundo social ao mesmo tempo que interioriza este mundo como realidade objetiva. “Em outras palavras, estar em sociedade significa participar da dialética da sociedade”.

O ponto inicial desse processo é a interiorização, a saber a apreensão ou interpretação imediata de um acontecimento objetivo como dotado de sentido, isto é, como manifestação de processos subjetivos de outrem, que desta maneira torna-se subjetivamente significativo para mim. Isso não quer dizer que compreenda o outro adequadamente. Posso de fato compreendê-lo mal, por exemplo, se está rindo em um acesso de histeria posso entender o riso como significando hilaridade. Mas a subjetividade dele é, entretanto, objetivamente acessível a mim, quer haja ou não congruência entre os processos subjetivos dele e os meus. (BERGER; LUCKMANN, 2003, p. 174).

Aqui os discípulos de Schutz (2003, p. 175) esclarecem ainda que no momento da interiorização, compreende-se não somente os processos subjetivos momentâneos do outro, mas todo o seu mundo, o qual se torna também o mundo do eu em interação, em um processo contínuo de reciprocidade. Só então é que o indivíduo se tornaria membro da sociedade. Esse processo, claro, seria realizado através da socialização, definida como “ampla e consistente introdução de um indivíduo no mundo objetivo de uma sociedade ou de um setor dela”.

Entretanto, mesmo comungando de pensamentos semelhantes sobre a realidade socialmente construída, tanto Schutz (2003) quanto Berger e Luckmann (2003) não chegam a discorrer sobre as condições de possibilidade da comunicação, de seus pressupostos e suas implicações como pretendeu Habermas: uma comunicação como resultado inerente das relações intersubjetivas em busca de um entendimento, de um consenso e então conseqüente (re) construção social da sociedade.

Em relação às análises de Schutz, Habermas (2012) relata que apesar de Alfred Schütz ter conseguido descrever com propriedade a familiaridade do mundo da vida, não conseguiu reconhecer que este mundo em sua autoevidência opaca, ou subtrai-se ou se abre diante do olhar inquiridor do fenomenólogo, independentemente da escolha do enfoque teórico. Dessa forma, para o alemão (2012, p.

722 - 723), uma teoria que pretende certificar-se das estruturas gerais do “mundo da vida não pode adotar uma perspectiva transcendental; ela apenas pode estar à altura da razão de ser de seus objetos quando houver uma razão para pensar que o contexto vital objetivo em que o próprio teórico se encontra revela-lhe a razão de conhecer”.

Já em se tratando de Berger e Luckmann (2003), enquanto eles se preocuparam “processos de legitimação pelos universos simbólicos” como uma questão de tradição teórica e com as interações face-a-face de um mundo da vida simplificado; Habermas (2012, p. 704) vai afirmar que a legitimação depende de uma validação pública, além da jurisdição e elaborar um mundo da vida que só se reproduz comunicativamente, abordando características importantes da comunicação de massa e não somente a face-a-face. O mundo da vida é concebido pelo autor alemão, como um espaço “em que é possível constatar processos de reificação que constituem fenômenos oriundos de uma integração repressiva provada por uma economia apoiada em oligopólios e por um aparelho estatal autoritário”.

Segundo Habermas (2012), a distinção entre o mundo sistêmico e esse mundo da vida permite a teoria do agir comunicativo abrir o campo de visão para as leis próprias da interação socializadora; e, ao isolar dois tipos opostos de meios de comunicação, ela torna a teoria sensível ao potencial ambivalente da comunicação de massa.

À proporção que canalizam unilateralmente fluxos de comunicação numa rede centralizada, os quais correm do centro para a periferia ou de cima para baixo, os meios de comunicação de massa podem fortalecer consideravelmente a eficácia dos controles sociais. Mesmo assim, a exploração do potencial autoritário é sempre precária, porque nas próprias estruturas da comunicação está inserido o contrapeso de um potencial emancipatório. Os meios de comunicação de massa podem arrebatrar, escalonar e condensar processos de entendimento; porém, não conseguem eximir por completo as interações das eventuais tomadas de posição em termos de “sim/não” perante pretensões de validade criticáveis; pois as comunicações, mesmo quando abstraídas e enfeixadas, não se deixam imunizar completamente contra a possibilidade de uma contestação futura por parte de atores capazes de responder por seus atos. (HABERMAS, 2012, p. 702-703).

É interessante discorrer sobre a importância dada pelo filósofo alemão em relação ao potencial ambivalente da comunicação de massa. No instante que ela pode ser controladora e estereotipada ideologicamente, ela pode também criar espaços públicos com potenciais de protestos emancipatórios, opositoristas ou de fuga. A comunicação teria seu próprio contrapeso.

Jurgen Habermas consegue ir além e conceber uma construção social da realidade através da interação discursiva, do consenso, da busca pelo melhor argumento, da comunicação de massa. A legitimidade de uma atividade humana, em Habermas (2012), depende do consenso, que não pode ser confundido com unanimidade, com agregação de vontades individuais e tampouco com uma opinião pública difusa. O consenso depende diretamente da qualidade da opinião pública. É então que se retoma a discussão feita na primeira parte deste artigo, a qual dá a esfera pública a responsabilidade de validação consensual dos fatos. Qualquer ação que se pretenda legítima, para além das leis, precisaria também da validação pública.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A partir do pensamento habermasiano do consenso e o relacionando com teorias construtivistas e a democracia deliberativa, pretendeu-se aqui demonstrar como a realidade é socialmente construída a partir de uma formação da opinião e vontade, as quais não podem se restringir às relações simples da interação face a face.

As relações intersubjetivas, a partir das quais a realidade é socialmente construída, vão além da interação face-a-face, elas ganham aspectos reificados e têm a necessidade de se expressarem dialogicamente em um espaço público de opinião. Neste caso, é a própria esfera pública que funciona como canalizadora das demandas das periferias de estruturas de poder, redirecionando-as para outras esferas da sociedade; inclusive, as esferas da política, dando-lhes visibilidade, tematizando-as, até que, conforme previu Habermas (1997), pode mudar o fluxo da ordem estabelecida.

Neste sentido, a comunicação de massa, especificamente, interna e externa às corporações políticas e programada para tomar decisões, forma arenas nas quais podem ocorrer a formação mais ou menos racional da opinião e da vontade acerca de temas relevantes para o todo social e sobre matérias carentes de regulamentação. A formação de opinião que se dá de maneira informal desemboca em decisões eletivas institucionalizadas e em resoluções legislativas pelas quais o poder criado por via comunicativa é transformado em administrativamente aplicável. (HABERMAS, 2002).

Dessa forma, pensar a construção social da realidade nos dias atuais é pensar também que o homem só se constrói homem em relação com o outro. E essa relação se dá de uma forma intersubjetiva e dialógica, na vida cotidiana face-a-face, mas também na vida mediatizada, mesmo a mídia exercendo um papel dual, ambivalente de controle e libertação, de manipulação e contestação.

## REFERÊNCIAS

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 2003.

CORCUFF, Philippe. **As novas sociologias**: construções da realidade social. Rio de Mouro: SINTRA, 2001.

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

\_\_\_\_\_. **A inclusão do outro**: estudos de teoria política. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

\_\_\_\_\_. **Teoria do agir comunicativo**: sobre a crítica da razão funcionalista. São Paulo: Martins Fontes, v. 2, 2012.

MARCONDES, Danilo. Desfazendo mitos sobre a pragmática. In: **ALCEU**. v.1, n.1, p. 38 a 46, jul/dez, 2000. Disponível em:  
<<http://www.ifcs.ufrj.br/~cehc/Artigos/danilo%20marcondes/pragmatica.pdf>>. Acesso em: 28 jan 2018.

MARX, Karl. **O 18 Brumário e cartas a Kugelmann**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

SCHÜTZ, Alfred. **El Problema da realidad social**. Buenos Aires: Amorrortu, 2003.



## **Olhares do Brasil: um estudo sobre os alunos internacionais na política de internacionalização da UFMA**

*Josie Bastos<sup>43</sup>*

*Maureen Cerveira<sup>44</sup>*

*Alessandra Martins<sup>45</sup>*

*Raíssa Salles<sup>46</sup>*

### **1 INTRODUÇÃO E JUSTIFICATIVA**

A política de Internacionalização da Educação Superior, consolidada via programas federais, a exemplo do “Ciência Sem Fronteiras” (CsF) do MEC, permitiu desde o primeiro semestre de 2014 até o mês de Janeiro de 2016, a concessão de 73.353<sup>47</sup> bolsas de estudo de graduação na modalidade sanduíche no exterior para estudantes de IES de diferentes regiões do país. No estado do Maranhão, no mesmo período correspondente, foram concedidas, por meio do “Ciências Sem Fronteiras”, 945 bolsas, sendo 434 pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA), 251 do Instituto Federal do Maranhão (IFMA), 222 pela Universidade Estadual do Maranhão (UEMA), e outras Instituições de Ensino Superior Privadas do estado. Além da iniciativa do Governo Federal, as Instituições de Fomento à pesquisa estaduais e as IES brasileiras também possuem parcerias com Universidades e Centros de Pesquisa estrangeiros para auxiliar o processo de mobilidade internacional, na modalidade de graduação sanduíche, tanto para os

---

<sup>43</sup> Professora Assistente I do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), Doutoranda em Políticas Públicas pelo Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas (UFMA), Coordenadora do Projeto de Ensino "Olhares do Brasil", integrante do Núcleo de Estudos e Estratégias em Comunicação - NEEC

<sup>44</sup> Aluna do Curso de Design da UFMA, bolsista da CAPES e voluntária do projeto

<sup>45</sup> Aluna do curso de Hotelaria da UFMA e bolsista do Projeto

<sup>46</sup> Aluna do curso de Jornalismo da UFMA e bolsista voluntária do Projeto

<sup>47</sup> Estas informações foram extraídas do site <http://www.cienciasemfronteiras.gov.br/web/csf/painel-de-controle>. Acesso realizado em 15/08/2016

alunos que desejam se matricular nas Instituições brasileiras, quantos para os que procuram, por meio das próprias Instituições do país, estudar no exterior.

Na Universidade Federal do Maranhão (UFMA), o primeiro ato institucional acerca dos interesses do processo de internacionalização se deu em 1989, com a criação do Programa de Cooperação e Intercâmbio Internacional (PROCIN)<sup>48</sup>, por aprovação do Conselho Superior de Pesquisa e Extensão. A finalidade do referido programa é o desenvolvimento de ações de cooperação e intercâmbio científico, técnico e cultural com instituições internacionais. A fim de normatizar o funcionamento do Programa, foi publicada a Portaria 404/89MR, que atribuiu funções como apreciação técnica de quaisquer convênios, acordos e cartas de intenção, antes de serem apreciadas pela Reitoria e Colégios Superiores, assim como a regulamentação de um Núcleo de Relações Internacionais em cada Centro Acadêmico.

Em 1997, o CONSEPE aprovou um anexo à Resolução/1989 (ARI/UFMA, 2016), trazendo vínculo direto do PROCIN à Reitoria, redefinindo seus objetivos, atribuições e sua estrutura administrativa, e em 2007 foi criado, de modo mais abrangente, a Assessoria de Relações Internacionais (ARI). Esse setor é o responsável por receber alunos internacionais em processo de mobilidade nas modalidades graduação e pós-graduação na UFMA, firmar convênios e orientar os estudantes da própria Instituição na realização da mobilidade internacional com as IES e programas com os quais mantém parcerias no exterior.

Conforme consta no site da ARI, até 2016, o setor possuía 111 convênios, sendo 27 vigentes, 25 em processo de renovação e /ou acordo de cooperação, e 59 em providências de contato (ARI/UFMA, 2016). A UFMA também integra vários programas que fomentam a mobilidade de alunos da graduação, a exemplo do Programa de Licenciaturas Internacionais – PLI, o EBW+ (Erasmus), o de bolsas Iberoamericanas Santander, o "Brasil França Engenharia e Tecnologia – BRAFITEC", e o Programa Ciência Sem Fronteiras.

Por meio da Pró-reitoria de Assistência Estudantil (PROAES), a UFMA também recebe alunos internacionais, em diferentes cursos de graduação. Essa mobilidade se dá por meio do Programa

---

<sup>48</sup> Estas informações constam no site da Assessoria de Internacionalização (ARI) no endereço: [http://portais.ufma.br/PortalUnidade/ari/paginas/pagina\\_estatica.jsf?id=401](http://portais.ufma.br/PortalUnidade/ari/paginas/pagina_estatica.jsf?id=401). Acesso realizado em 15/08/2016

denominado de “Programa Estudante Convênio de Graduação (PECG)”. Esses alunos são originários de países como Cabo Verde, Haiti, Honduras, Colômbia, Peru, Jamaica etc. Para ingressar nesses cursos, é exigido que o candidato apresente o Certificado de Proficiência em Língua Portuguesa para Estrangeiros (Celpe-Bras). Estudantes de países onde não há aplicação do teste podem realizá-lo aqui no Brasil. A UFMA oferece Curso de Língua Portuguesa para Estrangeiros, através do Núcleo de Cultura Linguística, ligado ao Departamento de Letras.

É inserido nesse ambiente de expansão das políticas de internacionalização nas Instituições Superiores brasileiras, que esse artigo propõe analisar e apresentar o projeto “Olhares de Brasil” na UFMA, uma ação do Departamento de Comunicação, em parceria com ARI, aos alunos estrangeiros que cursam os cursos de graduação na UFMA. O objetivo é realizar, por meio de estratégias de comunicação e de educação, ações que possam promover e fortalecer a integração e a inclusão social dos alunos nacionais e estrangeiros na UFMA. Nesse sentido, a interdisciplinaridade possui um peso de destaque nesse trabalho já que envolve o trabalho de alunos de graduação de diferentes cursos, nacionalidades e profissionais de diferentes áreas.

Destaca-se ainda que o interesse no desenvolvimento do projeto parte da experiência positiva vivenciada pela autora deste projeto e professora Assistente do Departamento de Comunicação da UFMA, durante o período do estágio Doutoral, realizado na *Ohio State University* (OSU), Columbus USA, entre Agosto de 2015 e Abril de 2016. Uma das atividades acadêmicas ofertadas na OSU pelo Departamento de Assuntos Internacionais “*Office of International Affairs*” direciona-se a apresentação da cultura norte-americana, por meio de aulas expositivas aos alunos do exterior, inseridos nos programas de pós-graduação. As reuniões semanais tinham a intenção de fortalecer a inclusão e integração do próprio grupo pertencente as mais variadas nacionalidades, por meio da prática da conversação da língua inglesa com a apresentação de alguns aspectos culturais e históricos dos EUA.

Com base nesta vivência, e como docente da área de Comunicação, a proposta de desenvolvimento deste trabalho na UFMA é materializar a metodologia dos encontros presenciais observada na OSU nos espaços acadêmicos da Universidade, além de incorporar novos que nos são apresentados e demandados durante esse percurso pelo grupo atendido. Adicionalmente, o projeto

também visa criar e fortalecer os canais de comunicação institucionais para tratar de temáticas relacionadas à internacionalização, por meio da produção e veiculação de vídeos no site da ARI, de spots radiofônicos na Rádio Universidade 106, 9 FM, e na publicação de matérias jornalísticas nos sites da ARI, da UFMA, e nas redes sociais (*Facebook, instagram*) do projeto.

## **2 REVISÃO DE LITERATURA**

Os estudos que norteiam esse trabalho integram os campos das políticas públicas de internacionalização, cooperação interinstitucional e comunicação, mais especificamente sobre as produções audiovisuais na *web*. Sabe-se que a política da Internacionalização nas Instituições de Ensino Superior, com maior possibilidade de intercâmbio técnico, científico, tecnológico e de recursos humanos é uma prática em expansão no país. Esse movimento ganhou fôlego no Brasil com a implementação do Programa Ciência Sem Fronteiras (CsF), sendo oficialmente instituído, em 13/12/2011, no governo de Dilma Rouseff. Sobre a internacionalização, Martins (2015) destaca que Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e O Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) são as principais agências brasileiras de fomento à cooperação e concessão de bolsas para estudantes brasileiros no exterior e estudantes estrangeiros em universidades brasileiras e outras modalidades. A CAPES, em especial, setor ligado ao MEC desenvolve, no âmbito internacional, e em relação aos estudantes, diferentes tipos de programas, a exemplo do Missões de Estudo, as Parcerias Universitárias Binacionais, as bolsas de Mestrado e Doutorado, e as bolsas do Programa PEC/PG para estudantes dos países de língua portuguesa, África, Ásia, América Latina, Caribe e Oceania, sendo esse último, um dos programas adotados e implementados na UFMA para receber alunos de graduação e pós graduação estrangeiros.

De acordo com o portal da ARI/UFMA (2016) nos últimos dois anos (2014-2016), mais de vinte alunos foram contemplados em vários editais para estudar no exterior. Da mesma forma, por meio do Programa “Estudantes Convênio de Graduação (PECG)” a UFMA mantém ativos vinte e cinco alunos de países como Angola, Cabo Verde, Peru, Namíbia, Benim, Bolívia, Camarões, Chile, Costa do Marfim, Costa Rica, Cuba, El Salvador, Equador, Gabão, Gana, Guatemala, Congo, Guiné-Bissau, Haiti, Honduras, para realizar cursos de graduação nas áreas de Medicina, Engenharia Elétrica, Comunicação

Social – Jornalismo, Ciências Econômicas, Farmácia, Odontologia, Nutrição, Design, etc.

Para autores como Martins (2015), Raichelis e Ribeiro (2012), Chauí (2014), a política de cooperação internacional integra, de forma mais abrangente, as reformas no sistema de educação no país, mas especificamente, na educação superior, ocorridas a partir de 1990. Um período marcado pela política Neoliberal, acompanhada pela reestruturação produtiva do capital e pela reforma do Estado. A educação, e assim como as outras esferas sociais, também sentiu os reflexos destas medidas na perspectiva de preparar o trabalhador para este novo contexto de nova força produtiva de trabalho para diminuir desemprego e a exclusão social. Nesse ambiente, as políticas públicas para o setor de educação, principalmente, em nível superior, se direcionaram para consolidar e fomentar ações a fim de garantir um maior acesso e a democratização do ensino. Dessa forma, a internacionalização da educação superior, assim como outras ações de diversificação e descentralização institucional, tornaram-se focos de interesse e investimento do governo federal e/ou estaduais.

Cabe destacar, entretanto, e como aponta Franco (2012), que para além dos investimentos, como a oferta de vagas e bolsas concedidas pelo governo e pelas próprias IES, é preciso pensar também na própria dinâmica de implementação dos programas e nas ações que visam a integração e inclusão dos alunos internacionais à cultura brasileira, para então avançar nas discussões e propostas que apontam para essa direção, e propor, a exemplo desse projeto, atividades com esse objetivo.

Sobre o uso de produções audiovisuais na web, Silva e Rocha (2010) chamam a atenção para as possibilidades de aquisição de conhecimento com o advento da sociedade digital. Na mesma perspectiva, Lemos (2013) destaca que a tecnologia digital aponta para uma ruptura nos modos de conceber e difundir a informação, permitindo uma comunicação mais individualizada, personalizada e bidirecional (modelo TODOS-TODOS). Inserido nesse contexto colaborativo, a ideia de produzir materiais educativos audiovisuais para exibição nos meios tradicionais como na TV e no ambiente virtual, a exemplo da Internet, permitiria uma maior extensão das formas de produção e consumo dos conteúdos produzidos. Dessa forma, e com o foco nas características inerentes do ambiente digital, como a acessibilidade, baixo custo de produção, veiculação e interatividade, o internauta poderia “interferir na informação, auxiliar na construção do conteúdo e interagir com diferentes pessoas ao mesmo tempo” (SILVA; ROCHA,

2010, p. 198).

Dessa forma, esse ambiente de produção de conteúdos (meios tradicionais e digitais) fortalece a proposta central do projeto: promover a integração e inclusão, por meio de estratégias comunicativas e educacionais, dos alunos e profissionais de diferentes cursos e nacionalidades da UFMA. Dessa forma, além do caráter educativo de criação de peças audiovisuais contendo informações sobre a vida acadêmica, a publicação das mesmas na web possibilita ao usuário um acesso ainda mais rápido, barato, com a possibilidade de interconectar esses materiais com texto, fotografias e arquivos por meio de *links*.

### **3 METODOLOGIA**

Metodologicamente o projeto se processa em três momentos. No primeiro momento, correspondente ao período de quatro meses, dois alunos(as) dos cursos de Turismo e Geografia foram selecionados para participar do estudo por meio do EDITAL PROAES Nº 18/2016 – Foco Acadêmico. O projeto contemplado pelo Edital solicitou a participação de alunos do curso de Comunicação da UFMA, porém, naquele não houve nenhum perfil de alunado interessado ou que atendesse às demandas do mesmo. Os bolsistas contemplados com bolsa no edital participaram de encontros semanais para discutir, pesquisar e elaborar, sob a supervisão da coordenadora do projeto e autora deste artigo, as temáticas dos conteúdos das aulas expositivas. Além dos encontros, a primeira fase do projeto também contemplou a elaboração de roteiros audiovisuais com temáticas que atendessem às necessidades do estudante de outros estados e do exterior que irão estudar na UFMA, a exemplo de alguns serviços prestados na própria universidade, como tirar a carteira de estudante, fazer empréstimos na biblioteca, matrícula, rematrícula entre outros.

O primeiro roteiro contemplou questões referentes ao processo de chegada na UFMA (qual setor ir, como chegar lá, com quem falar e quais documentos levar). Destaca-se que essas produções foram realizadas sob a orientação da autora do presente artigo e coordenadora do projeto, e contou com o apoio e participação dos membros da equipe do Grupo de Pesquisa em Estratégias Audiovisuais na Convergência (GPEAC/UFMA), coordenado pela Profa. Dra. Rosinete de Jesus Silva Ferreira, do Departamento de Comunicação. O grupo integra uma das linhas de pesquisa do Núcleo de Estudos e Estratégias na Comunicação (NEEC). A ideia de envolver a equipe do projeto de pesquisa

GPEAC/UFMA se justifica pelo alinhamento e interesse de iniciativas que envolvam produções audiovisuais de cunho educativo para serem exibidos no ambiente digital.

Com a participação do GPEAC/UFMA, alunos e docentes membros do grupo estarão envolvidos em todas as fases de produção dos vídeos educativos. Para realizar a prática destas produções, foram utilizadas as dependências do setor de Assessoria de Relações Internacionais e dos laboratórios de Rádio e Televisão do Departamento de Comunicação da UFMA, com a participação da equipe técnica do Laboratório de TV nas fases de produção, gravação e edição. A priori, a ideia é desenvolver um total de, no mínimo, três vídeos de até dois minutos cada, incluindo vinhetas e créditos finais, cada uma com as temáticas já elencadas nesse trabalho. Os vídeos serão postados semanalmente e os bolsistas das áreas de Turismo, Letras e Comunicação irão ficar encarregados de fomentar os sites com informações a respeito dos vídeos, além de promover estratégias de interatividade com a audiência.

No segundo momento do trabalho foram incorporadas novas ideias de *design* e comunicação com a participação de novos bolsistas na área da comunicação e Hotelaria (uma mestranda em Design pela UFMA e egressa do curso de Rádio e TV da Instituição, uma do curso de Jornalismo e uma do curso de Hotelaria) no projeto. Foi criada uma identidade visual para as aulas, banners para divulgação das aulas expositivas no site da ARI e da UFMA, um link no site Institucional da ARI contendo informações sobre a nossa equipe e projeto na Universidade e uma página do *Facebook* para a circulação e divulgação das informações sobre o projeto, como demonstrado nas figuras 10,11 e 12 a seguir:

**Figura 10 -** Informações sobre o projeto no site Institucional da ARI



Fonte: ARI/UFMA (2016)..

**Figura 11 -** Página no *Facebook* com informações e divulgação sobre o nosso Projeto



Fonte: Olhares do Brasil (2017).

**Figura 12** - Banner com divulgação dos nossos encontros semanais publicados no site da UFMA e no site da ARI



Fonte: ARI/UFMA (2016). - Legenda: além de sua postagem no *Facebook* e no grupo do *Whatsapp* com os alunos internacionais

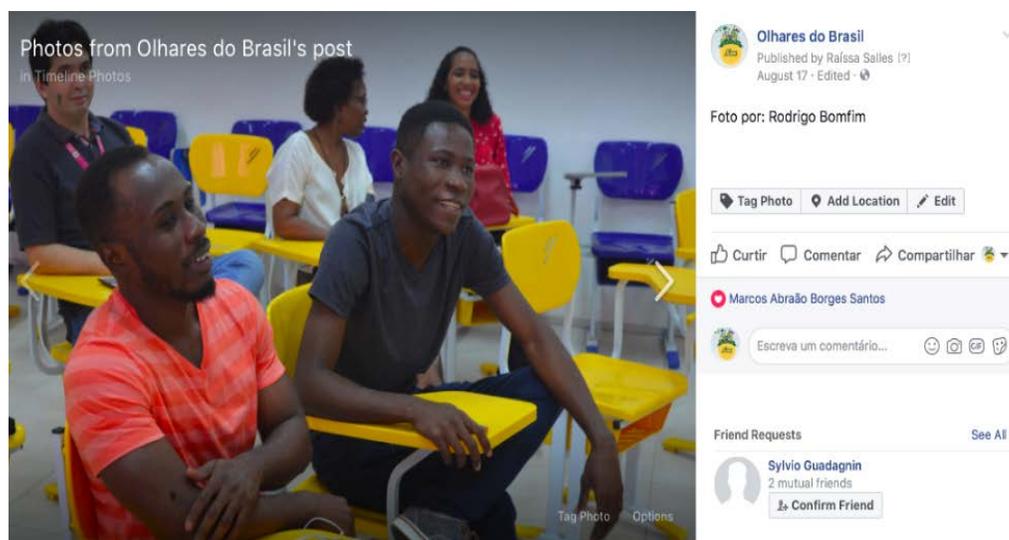
No segundo momento (quase seis meses depois) foram realizados os primeiros encontros semanais de até 40 minutos com temáticas similares às desenvolvidas na Universidade Norte Americana. As aulas expositivas de 30 minutos foram apresentadas na sede da ARI com o recurso do Datashow com as temáticas: culinária brasileira, esportes ao ar livre e expressões idiomáticas. Durante esse percurso,

nos primeiros encontros notamos uma baixa participação do grupo (no máximo três participantes por encontro).

Para atender a à estratégia de acolhimento e inclusão, objeto maior desse projeto, foi elaborado um questionário para ser respondido pelos alunos internacionais durante encontros (em sua maioria advindos da África e América Latina e com um período de estadia no Brasil acima de três anos). Por meio das respostas do questionário, percebemos que as temáticas de interesse dos mesmos eram diferentes das desenvolvidas inicialmente no projeto. Nesse sentido readaptamos os encontros para os interesses dos participantes (visto de trabalho, editais de mobilidade para alunos internacionais na UFMA, entre outros).

Outra estratégia para chamar mais atenção dos alunos estrangeiros foi convidar os mesmos para falar de seus projetos de pesquisa desenvolvidos na Instituição (como na ilustração a seguir) e outros profissionais e ex-alunos da UFMA com iniciativas de Internacionalização para falar de seus projetos (Figura 13).

**Figura 13** - Primeiro encontro com os alunos internacionais, professores do Departamento de Comunicação e integrantes do GPEAC e bolsistas do projeto



Fonte: Olhares do Brasil (2017). - Legenda: O tema do encontro foi expressões idiomáticas

**Figura 14-** Encontro com o grupo da Liga Acadêmica de Internacionalização da UFMA



Fonte: Olhares do Brasil (2017).

**Figura 15-** Encontro com o aluno internacional Anacleto Domingos do Curso de Ciências Econômicas



Fonte: Olhares do Brasil (2017).

Paralelo aos encontros semanais foi produzida a primeira peça educativa audiovisual de um minuto sobre questões referentes ao processo de chegada na UFMA (qual setor ir, como chegar lá, com quem falar e quais documentos levar). Essa produção contou com a participação dos alunos de Comunicação, Hotelaria, além da Assessora de Assuntos Internacionais da UFMA (ARI), Conceição Araújo (Figura 16).

**Figura 16-** Momento de gravação da primeira peça educativa realizada em agosto de 2017



Fonte: elaborado pelos autores.

No terceiro momento desse projeto, e paralelo aos encontros presenciais e da produção e edição das peças audiovisuais, nosso objetivo é publicar os vídeos nos sites da ARI e UFMA, e nas páginas das redes sociais do projeto. Após esta fase e já com edição dos outros dois vídeos, nossa intenção é exibir e criar uma proposta de espaço na TV UFMA ou em outro canal educativo sobre temáticas relacionadas às práticas de Internacionalização nesta Universidade e no Brasil.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O impacto mais relevante do projeto apresentado e em percurso é a possibilidade de criação de um ambiente acadêmico de discussão e difusão de conhecimento sobre temáticas e questões referentes à

internacionalização. Acredita-se que esta prática só irá se fortalecer nas Universidades no momento em que a comunidade acadêmica se sentir parte e integrada desse universo. Nesse sentido, as estratégias de comunicação e educação se mostram como fundamentais para promover esses laços de inclusão e pertencimento. Com base em nossa experiência no decorrer desses meses de implementação do projeto percebemos que há um grande interesse institucional e dos alunos da UFMA para o desenvolvimento do trabalho. Em contrapartida, ainda não observamos nos alunos internacionais, nosso público alvo, um engajamento na mesma proporção.

Nossas primeiras impressões sobre esta baixa participação se relaciona com a própria política de Internacionalização da Universidade, que ainda não conta com espaços fortalecidos e contínuos desta natureza. O local onde são realizados os encontros situa-se nas dependências da Assessoria de Internacionalização, o que pode auxiliar no fortalecimento do vínculo Institucional. Além do público alvo, a participação de alunos bolsistas do Curso de Comunicação Social, de Hotelaria e Design certamente poderá contribuir com o aumento da produtividade e interdisciplinaridade no universo acadêmico visto que, alunos e professores de graduação estarão envolvidos tanto na produção técnica, quanto científica, aumentando assim, a possibilidade de publicação de artigos científicos, monografias e participação de eventos como Congressos, Simpósios e Seminários.

## REFERÊNCIAS

ARI/UFMA. **Olhares do Brasil**. São Luís- MA: UFMA. Disponível em:

[http://portais.ufma.br/PortalUnidade/ari/paginas/pagina\\_estatica.jsf?id=401](http://portais.ufma.br/PortalUnidade/ari/paginas/pagina_estatica.jsf?id=401). Acesso em: 15 ago, 2016.

CHAUÍ, Marilena. **A ideologia da competência**. São Paulo: Autêntica, 2014

FRANCO, Maria Estela. Globalização, internacionalização e cooperação interinstitucional. IN: **Educação Superior no Brasil**. Brasília: Cooperação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, 2002.

LEMOIS, André. **Cibercultura, Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea**. Sulina, Porto Alegre, 2013.

MARTINS, Joira Aparecida Amorim. **Programa Ciência Sem Fronteiras no Contexto da Política de Internacionalização da Educação Superior Brasileira**. 2015. Dissertação (Mestrado em Educação) Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, 2015.

OLHARES DO BRASIL, 2017. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/olharesdobrasil.ufma/>  
Acesso em: 15 ago, 2017.

PANORAMA GERAL da implementação das bolsas do programa. **Ciência sem fronteiras**, Disponível em: <http://www.cienciasemfronteiras.gov.br/web/csf/painel-de-controle>. Acesso em: 15 ago, 2017.

RAICHELLIS, Raquel e RIBEIRO, Natalina. Revisitando as influências das agências internacionais na origem dos Conselhos de Políticas Públicas. **Revista Serviço Social e Sociedade**. São Paulo, n.109,p45 67, jan/mar. 2012

SILVA, Edna de Mello; ROCHA, Liana Vidigal. Telejornalismo e ciberespaço: convergência de tecnologias e informação. IN: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (orgs.). **60 anos de telejornalismo no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2010.



## **Pirataria e gambiarra: as redes de colaboração do entretenimento e dos games**

*José Messias<sup>49</sup>*

### **1 INTRODUÇÃO**

O presente texto surge a partir de reflexões a respeito de uma cultura de jogos eletrônicos altamente disseminada na contemporaneidade que apontam seu potencial para o desenvolvimento de competências cognitivas (REGIS, 2015). O avanço da tecnologia digital, principalmente a miniaturização de chips de computador<sup>50</sup>, proporcionou não só a popularização e o barateamento do computador pessoal e a expansão do mercado de videogames, como também o advento de toda uma cultura digital. Esta cultura, por sua vez, está alicerçada menos em aparatos tecnológicos “tangíveis” do que em vinculações sociotécnicas e afetivas e redes de colaboração. Ela se espalhou em detrimento de questões econômicas, culturais, políticas, entre outras, como dificuldade de acesso, barreiras linguísticas, infraestrutura precária, desigualdade social e econômica etc. Isso significa que estas propriedades intangíveis seriam responsáveis por um entrelaçamento da ordem dos afetos, que coloca em relação tecnologias e processos cognitivos.

O entretenimento como parte da experiência midiática toma várias formas e, segundo Pereira e Polivanov (2012), Maines (2009), Genvo (2014), entre outros, pode ser exportada para outras esferas de atuação que não a cultural (“vazando” atualmente para a política, economia, educação etc.). Genvo (2014) chamou este processo de “ludicização” (do original, *ludicisation*). Este consistiria na pervasividade dos

---

<sup>49</sup> Bolsista de Pós-doutorado (Capes/PNPD) no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (PPGCOM/UFF). Doutor em Comunicação e Cultura (ECO-PÓS/UFRJ). Integrante dos grupos de pesquisa LabCult/UFF e Cibercog/Uerj. Email: [jmessias.santos@gmail.com](mailto:jmessias.santos@gmail.com)

<sup>50</sup> Especula-se que a Lei de Moore (Gordon Moore), “proclamada” em 1960 e válida desde então, possa não ser mais verdadeira por volta do ano de 2020. Existiria um ponto do qual os transistores, de dimensões já nanoscópicas, não poderiam mais ser reduzidos. Disponível em: <https://www.scientificamerican.com/article/end-of-moores-law-its-not-just-about-physics/>. Acesso em: 26/04/2018.

elementos lúdicos, por conta da inserção da tecnologia eletroeletrônica e posteriormente digital no cotidiano como elementos do design gráfico de interfaces, ferramentas interativas de customização e manipulação, desafios lógicos na forma de jogos e brincadeiras, convergência de linguagens multimídia, e assim por diante. Não há um consenso ao tratar dessa função mediadora do entretenimento na atualidade ao passo que termos como lúdico, lazer, diversão, prazer, performance, engajamento ou mesmo mídia são associados e/ou descartados ao conceito.

Um desses elementos agenciados através do entretenimento digital seria a sociabilidade na forma da colaboração, do compartilhamento e formação de grupos não só ao redor de temáticas comuns, da ordem do simbólico e do identitário, mas também pelo enlace cognitivo que essas práticas suscitam. Numa vertente corporificada da cognição, a ancoragem biológica da mente é levada em consideração e a distribuição disso que se entende como processo cognitivo se dá por meio também dos objetos técnicos (VARELA; THOMPSON; ROSCH, 1993; CLARK, 2001). Ou seja, essas relações "sociais" entre coletivos humanos são também mediadas por objetos de variadas ordens: físicos/tangíveis como um pedaço de papel, computador ou vara de pescar ou efêmeros como disciplinas escolares, fórmulas matemáticas, leis da física, normas sociais. Nas palavras de Latour, esses "objetos autorizam, permitem, equipam, encorajam, licenciam, sugerem, influenciam, bloqueiam, tornam possível, proíbem, e assim por diante"<sup>51</sup> (LATOURE, 2005, p.72) e, assim, vão inevitavelmente produzir essas comunidades reunidas através do entretenimento.

Neste sentido, o presente texto apresenta reflexões sobre a associação entre pirataria e gambiarra e como ela emerge do entretenimento na produção dessas comunidades de jogadores e seus *games*. Através de considerações de cunho exploratório, em primeiro lugar, sobre a pirataria ser influenciada pelas práticas midiáticas e pela indústria do entretenimento, trazendo uma contrapartida a visão da cultura *hacker* como prática anti-hegemônica num sentido estrito de política. Como será visto a seguir, a pirataria também expressa um sentido político, mas a partir de sua organização em rede, altamente conectada, e numa ideia de cidadania e participação envoltas em um projeto colaborativo. A confecção de gambiarras com *games* são, por exemplo, processos cognitivamente complexos, mediados por essa agência

---

<sup>51</sup> Do original: [...] *things might authorize, allow, afford, encourage, permit, suggest, influence, block, render possible, forbid, and so on.*

intangível do entretenimento e pela pirataria que (bio) politicamente é um expoente do desejo de acesso, capacitação tecnológica/técnica (entendidos aqui como diversas ordens de letramento) e participação na cultura digital global.

## 2 REDES DE PIRATARIA E ENTRETENIMENTO

Pensar o entretenimento dentro de uma perspectiva cognitiva, que não tem a mente como referencial, implica (re)considerar também os lugares de sujeito e objeto. Como afirma Galloway (2006, p. 2), "alguém joga o jogo. E o software o roda. O operador e a máquina jogam o videogame juntos, passo a passada, jogada a jogada<sup>52</sup>". Para ele, há uma espécie de "coautoria" do ato de jogar, sendo compartilhado pelas duas entidades. Além de nublar as noções de sujeito e objeto, essa conceituação retiraria certo "humanismo inerente" nas noções de interação e configuração (NEWMAN, 2008). O jogador ou operador, para Galloway, não interage com uma máquina (o *game* enquanto *software*) inerte, ela executa ações tanto quanto o ator humano. Por isso, ele acrescenta:

[...] apoio a alegação, arraigada na cibernética e na tecnologia da informação, de que um meio ativo é aquele cuja própria materialidade move e reestrutura a si mesma – pixels ligando e desligando, bits se deslocando em registro de hardware, discos rodando para cima e para baixo<sup>53</sup> (GALLOWAY, 2006, p. 3).

Por materialidade do meio, Galloway (2006) entende as configurações físicas e as características objetivas dos elementos que compõem um videogame ou outro artefato midiático. Posteriormente, em *Interface Effect* (2012), o autor realizou a mesma desconstrução para falar do computador e, como o humano, também é uma interface para o mesmo. Ele aparenta estar interessado apenas nos elementos tangíveis que fazem parte desse ambiente, como o movimento de cargas elétricas em transistores infinitesimais, mas há também uma "materialidade intangível" de elementos tão efêmeros como diversão, performance e "envolvimento" ou engajamento em jogo na fruição de entretenimento.

---

<sup>52</sup> Do original: One *plays* a game. And the software *runs*. The operator and the machine play the video game together, step by step, move by move.

<sup>53</sup> Do original: I embrace the claim, rooted in cybernetics and information technology, that an active medium is one whose very materiality moves and restructures itself—pixels turning on and off, bits shifting in hardware registers, disks spinning up and spinning down.

Por este motivo, em sua pesquisa sobre fãs de música, que ele chama de amantes/amadores<sup>54</sup> (*amateurs*), o sociólogo francês Antoine Hennion ressalta o papel dos “vínculos ou vinculações<sup>55</sup>” (*attachments*) em detrimento até da própria noção de gosto. Para ele, o fã ou amador (um consumidor) está envolvido num arranjo sociotécnico, e as mediações que ocorrem em seu interior muitas vezes independem da vontade desses amadores. O vínculo mostra como esses consumidores determinam e são determinados pelos objetos de suas afecções, e ainda como os comportamentos que surgem e os aparatos mobilizados são todos frutos dessa ligação. Segundo ele:

Essa bela palavra [vinculação] destrói a oposição que acentua o dualismo da palavra "gosto", entre uma série que vem de fora e o "*hic et nunc*" [aqui e agora] da situação e da interação. No que se refere aos fãs de música, há menos uma ênfase em rótulos e mais em estados, **menos em autodeclaração e mais nas atividades das pessoas**; a respeito dos objetos que motivam esse gosto, seu direito de resposta e sua habilidade de coproduzir o que está acontecendo, o que surge do contato permanece aberto<sup>56</sup> (HENNION, 2010, p. 26) (grifos nossos).

Essas vinculações, mais do que objetos específicos, opiniões, crítica especializada e até conhecimento sobre o assunto/tema, condicionam a experiência afetiva musical (e cultural, de maneira geral), tornando possível a associação desses elementos individuais. Este tipo de performance situada, material e temporalmente construída, dentro da chamada cultura participativa, possui relação com uma noção contemporânea e constantemente negociada de *hacker* e seu duplo frequentemente omitido, o pirata (WARK, 2004). Nesse contexto, defende-se que o mesmo argumento feito por Hennion sobre a natureza dessas vinculações na música pode ser utilizado para computadores e *games*, da qual os elementos imediatamente agenciados serão discutidos a seguir.

Há, assim, espaço para uma retomada da noção de biopolítica, de maneira a problematizar, sobretudo, a noção de consciência (NEGRI; HARDT, 2010) na mesma medida que a ideia de cognição

---

<sup>54</sup> Hennion (2010) propositalmente brinca com significado da palavra *amateur* em francês e inglês, chamando a atenção para raiz/origem na palavra amor.

<sup>55</sup> Ligação ou pertencimento talvez fossem traduções mais literais de *attachment*, contudo, optou-se por seguir a tradução proposta por Amaral e Monteiro (2013).

<sup>56</sup> Livre tradução de: “This beautiful word [attachment] destroys the opposition that accentuates the dualism of the word «taste», between a series of causes that come from outside and the «hic et nunc» of the situation and the interaction. In terms of music fans, there is less emphasis on labels and more on states, less on self-proclamations and more on people’s activity; regarding the objects that motivate taste, their right to reply and their ability to coproduce what is happening, what arises from the contact, remains open”.

corporificada o faz. E o consumo de entretenimento pode ser o local ideal para observar esses processos cognitivos. Como os autores afirmam:

[...] a indústria do entretenimento está, da mesma forma, centrada na criação e manipulação de afeto. Esse trabalho é imaterial, mesmo quando físico e afetivo, no sentido de que seus produtos são intangíveis, um sentimento de conforto, bem-estar, satisfação, excitação ou paixão (NEGRI; HARDT, 2010, p. 313-314).

Diferente da compra de um imóvel, da recepção de notícias pela imprensa ou da tomada de decisão eleitoral, a fruição de entretenimento por princípio não precisa contar com uma apreensão racional. Não que as áreas estejam de algum modo hermeticamente separadas, apenas seus requerimentos mais imediatos são de ordens diferentes, acredita-se. Dentro desta modalidade de consumo, a corporificação fica mais evidente, e com isso se abre também um expoente para explorar alternativas (ou saídas) diante dos imbricamentos provenientes dessa condição.

Contudo, mesmo com uma posição em última instância crítica sobre a relação entre a produção de subjetividade e o entretenimento em meio ao que chamam de Império, é importante ressaltar que Negri e Hardt distanciam seu questionamento da ideia frankfurtiana de alienação.

Assim, a pirataria seria mais inclusiva justamente pelos elementos que mobiliza, da ordem do prazer e do entretenimento (LIANG, 2014). Nesse sentido, o fazer pirata em si tem bastante relação com a gambiarra. Relaciona-se ambos, pois nas pesquisas empíricas de trabalhos anteriores (MESSIAS, 2015; 2017) da qual o presente texto complementa, transparece muito mais um saber-fazer intuitivo do que um conhecimento formal técnico. A maioria das iniciativas hacker discutidas neles envolve modificações por meio de programas com interfaces gráficas e não programação em código e isso serviu como estratégia de inclusão. De acordo com Liang, a pirataria:

[...] transforma a experiência tecnológica, a qual tradicionalmente tem sido direcionada seja para visões monumentalistas de desenvolvimento (o discurso das tecnologias de informação e comunicação para o desenvolvimento) ou na imaginação aspiracional da elite na Índia (Bangalore deseja ser Singapura), e fornece um ponto de entrada para que *um número muito maior de pessoas experimente nos seus próprios termos a "era da informação"* <sup>57</sup> (LIANG, 2014, p. 62, grifos nossos).

---

<sup>57</sup> Do original: "Piracy transforms the technological experience, which traditionally has been rooted either in monumentalist visions of development (the discourse on information and communication technologies for development) or in the aspirational

Entretanto, ainda se faz necessário estabelecer que essa não se trata de uma tendência exclusiva da cultura digital. A obra de Michel de Certeau (1998) sobre usos, práticas e modos de fazer que, segundo ele, são parte integrante da cultura já demonstrava uma tese contrária à passividade dos consumidores. Segundo ele:

Na realidade, diante de uma produção racionalizada, expansionista, centralizada, espetacular e barulhenta, se posta uma produção de tipo totalmente diverso, qualificada como "consumo", que tem como característica suas astúcias, seu esfarelamento em conformidade com as ocasiões, suas "piratarías", sua clandestinidade, seu murmúrio incansável, em suma, uma quase-invisibilidade, pois ela quase não se faz notar por produtos próprios (onde teria o seu lugar?) mas por uma arte de utilizar aqueles que lhe são impostos (CERTAU, 1998, p. 94).

À sua maneira, o intelectual também está rebatendo as teorias da alienação e da ideologia, propostas pelas doutrinas marxistas representadas pela Escola de Frankfurt ainda em voga na época, e de certa maneira também por seus contemporâneos Louis Althusser e Guy Debord. Certeau chama atenção para essa apropriação de conteúdos, serviços e produtos, numa perspectiva semi-antagônica (produtor x consumidor), que coloca esse consumidor como um receptor ativo, um foco de resistência (promotor de táticas e estratégias, segundo ele). No entanto, ao contrário de uma consciência de classes, esse consumidor faria a deglutição desses conteúdos através do próprio uso, respeitando (ou fazendo esses produtores respeitarem) sua agenda e singularidade.

O trabalho de Certeau é oportuno, pois, mesmo sem uma retórica marxista e antes dos autores da chamada era/sociedade da informação, ele já atribuía autonomia aos receptores de conteúdo ou consumidores. Mesmo que sua argumentação não siga uma matriz revolucionária ou justamente por conta disso, é interessante como o autor coloca o consumo como outra faceta da produção, antecipando algumas das questões que seriam trabalhadas pelos pensadores ditos neomarxistas do capitalismo cognitivo como Antonio Negri. O consumo também é produção, e também uma atividade.

---

imagination of the elite in India (Bangalore's aspirations to be Singapore), and it provides an entry point for a much wider array of people to experience on their own terms the 'information era'.

### **3 A FILOSOFIA PIRATA DA COLABORAÇÃO**

Ainda a partir dessa noção de vínculo (*attachment*) intangível é possível ressignificar, por exemplo, uma discussão presente em Silveira (2009, p. 233), que destaca a existência de uma "filosofia antiproprietária" dentro da cultura hacker. Ela se expressaria de duas formas. A primeira pela ética *hacker* tradicional, da qual tratam Levy (2010) e Himanen (2001): inspirada nos pioneiros da computação que, numa época em que estas fronteiras ainda estavam nubladas, promoviam a cooperação entre empresas, universidades e as comunidades *hackers* da década de 60/70 "pelo bem da tecnologia digital". Ou, como coloca Galloway (2004, p. 152 – grifos nossos), "este tipo de hackers são os lutadores da liberdade, eles vivem pelo lema de que *dados querem ser livres. Informação não deveria ser uma propriedade* e, mesmo se for, uma 'olhada' não invasiva não machuca ninguém<sup>58</sup>".

A tecnologia neste estágio demandava este tipo de cooperação. Levy (2010) conta que as empresas doavam computadores para universidades (da *Ivy League*, claro) para que os laboratórios de lá pudessem fazer experimentos e, em contrapartida, desenvolver aplicações. Como foi o caso do esforço militar e universitário na forma da ARPANET ou de Steve Russell e a criação do game *Space War* (este não intencional). Devido à novidade que eram os computadores, havia muito potencial a ser explorado que requeria mão de obra especializada e em quantidade. Silveira (2009) e Castells (2003) relatam que uma política aberta ou livre de acesso a esse *hardware* possibilitou a colaboração e a inserção desses atores, criando um senso de comunidade "em prol da ciência".

Desse primeiro cenário surgiu uma segunda geração. Após o fechamento da tecnologia por práticas empresariais de corporações como a Apple (fechamento do *hardware*), Microsoft (código-fonte fechado), entre outras, teve início o movimento do *software* livre com Richard Stallman e Linus Torvalds. Já nessa movimentação, é possível ver como os computadores como mediação ou interface, como propôs Galloway (2012), despertam um potencial afetivo e produzem subjetividades que vão envolver toda uma cadeia produtiva e de inovação.

---

<sup>58</sup> Do original: These types of hackers are freedom fighters, living by the dictum that data wants to be free. Information should not be owned, and even if it is, noninvasive browsing of such information hurts no one.

Para o autor, a potencialidade dos protocolos cria "classes" como o *hacker*. Galloway (2004, p. 170) acredita que "a propriedade comercial do software é o principal empecilho detestado por todos os *hackers* porque significa que o código está limitado – limitado pelas leis de propriedades intelectual, limitados para fins de lucro, limitado pelos 'estraga-prazeres' das corporações<sup>59</sup>". Cabendo ao *hacker* responder a essa espécie de "chamado" e libertar o código dessa e de outras amarras. O *hacker* se sente compelido a remover todos os empecilhos ou ineficiências que podem atrapalhar esse desenvolvimento. Segundo ele, *hackers* são cooptados pelo processo de crescimento ou "apoteose" do próprio código (cf. GALLOWAY, 2004).

Por sua vez, há uma forma mais anárquica, pode se dizer, desta filosofia antiproprietária, representada, sobretudo, pelos piratas, mas também pelos *hackers* sabotadores, que em alguns círculos são chamados *crackers* (embora isso não seja um consenso). Há um claro choque entre o discurso dos *hackers* do *software* livre (GNU, GPL, *copyleft*, *creative commons* etc.) e o de outros movimentos considerados mais "radicais" ou confrontacionais como os piratas (se é que podemos falar num "movimento organizado" ao nos referirmos aos piratas, sabotadores ou "vazadores" [*leakers*] de informação<sup>60</sup>).

As ações piratas, muitas vezes, aquecem a indústria do entretenimento, não necessariamente indo contra a lógica de mercado. A recusa em adquirir os produtos não representa um golpe aos interesses do mercado, gerando capital simbólico e outras formas de renda para as empresas. Silveira (2009), por exemplo, traça o mesmo paralelo com respeito à Microsoft e sua relação com as cópias piratas de seu sistema operacional. Para ele, "foi a 'pirataria' do software que viabilizou e popularizou o software da Microsoft, que era vendido com os computadores padrão PC" (p. 207). Nesse sentido, os "anticorpos" que o capital desenvolve no combate à pirataria ou outras formas de informalidade muitas vezes o tornam mais forte, consolidado ou abrangente, como o surgimento da economia colaborativa de Uber, Airbnb, entre outros, e novos modelos empresariais como *Netflix* e *Spotify*. Esses exemplos contrastam com o

---

<sup>59</sup> Do original: Commercial ownership of software is the primary impediment hated by all hackers because it means that code is limited—limited by intellectual property laws, limited by the profit motive, limited by corporate "lamers".

<sup>60</sup> O Piratas como partido político, o coletivo *Anonymous* e o *Wikileaks* seriam exemplos de grupos organizados nessas três instâncias. O primeiro, de fato, consiste num movimento social organizado, mas os outros dois parecem ainda marginalizados ou de nicho e certamente bem menos institucionalizados se comparados ao movimento software livre.

modelo de negócio da grande indústria pré-digital, num nível das sociabilidades e dos afetos, como os primeiros, e também tecnológico/funcional, como os dois últimos.

Assim, a pirataria, e a informalidade de maneira geral, mesmo não sendo os concorrentes ou competidores, aqueles atores corporativos que segundo os princípios do liberalismo garantiriam o equilíbrio do sistema e as melhores condições no livre mercado, seriam de alguma forma interlocutores não voluntários. Além do mais, como argumenta, Hall (2012):

[...] não podemos nunca ter certeza se esses ditos piratas, em suas tentativas de contestar as novas condições e possibilidades criadas pela cultura digital em rede, ao testar e colocá-las a prova, não estão na verdade envolvidos na criação das próprias leis, políticas, cláusulas, acordos, licenças e atos do Congresso ou do Parlamento pelos quais eles podem ser julgados<sup>61</sup> (HALL, 2012, p. 38).

Posteriormente, Hall continua seu esforço de pensar uma "filosofia pirata" como produção de modos de vida, mas, para o autor, elas ainda ficam no campo especulativo. Porém, suas reflexões serviram de fio condutor para trabalhos empíricos já mencionados de Messias (2015, 2017) com as comunidades virtuais dedicadas aos games *Pro Evolution Soccer* (PES), *Guitar Hero* (GH) e *World of Warcraft* (WoW). Esse esforço marca uma posição de enxergar de forma integrada "cultura", tecnologia e política e seu imbricamento quando se trata da pirataria.

Sendo assim, é mais útil se apropriar de posições como a de Wark (2004) e Castells (2003) que não se apegam a distinções demasiado antagônicas, dizendo em linhas gerais que os piratas (e também os sabotadores) fazem parte do que se entende por uma cultura *hacker*. As atividades *hackers* estariam no cerne das práticas de compartilhamento, que evidenciariam esta aliança entre o tecnológico, o político e o entretenimento que procuramos mostrar. Por isso, não é de se surpreender que já nos tempos de Arpanet os jovens universitários que trabalhavam no projeto a utilizassem para falar sobre ficção científica, criando a lista de discussão *SF-Lovers* (do inglês, amantes de *Science Fiction*), ou que uma das primeiras BBS estabelecidas tenha sido a *Kinky Komputer* (do inglês, Computador excêntrico/pervertido) para falar sobre sexo. E ainda, no reino dos *games*, os MUDs (do inglês, *Multi-*

---

<sup>61</sup> Do original: [...] we can never be sure whether these so-called pirates, in the 'attempts' they are making to 'contend with' the new conditions and possibilities created by networked digital culture, to 'trial' them and put them to the 'proof', are not in fact involved in the creation of the very new laws, policies, clauses, settlements, licensing agreements and acts of Congress and Parliament by which they could be judged.

*User Dungeon*), um jogo de exploração de mundos virtuais similar a um RPG, tenham se espalhado pela Internet da época, atraindo mais usuários para a mesma (CASTELLS, 2003, p. 46-47; ANTOUN; MALINI, 2013, p. 130).

Como Lawrence Liang (2014, p. 62-63) defende, em oposição a críticos como professor de Harvard Lawrence Lessig, existe sim "uma pirataria transformadora". Contudo, ela pode estar presente mais nos meios, nas tecnologias e estratégias suscitadas do que no conteúdo que é efetivamente "copiado". Entendemos, assim, que o mero ato de copiar pode se ramificar em diferentes formas de publicar, distribuir, baixar, procurar, considerar extensão e tamanho de entrada e saída de arquivos e, claro, os locais específicos onde fazê-lo.

Não se trata de "manchar" a cultura hacker, "forçando" o uso do pirata como um de seus epítetos, mas, como defende Wark (2004), a cultura *hacker* comporta todos esses significados, e relegá-la ao bom-mocismo utópico do movimento software livre seria reduzi-la. Por esse e outros motivos, uma intercambialidade entre *hacker* e pirata seria o ideal.

As condições de existência do pirata, sobretudo o pirata brasileiro, pós-colonial, na contemporaneidade revelam formas de acessibilidade, colaboração e recuperação da esfera comum, do domínio público (mesmo que à força). Nesta perspectiva, o pirata torna-se uma figura de mediação entre a comunidade virtual brasileira e a global. Não como uma ruptura ou quebra, mas como a medida, ou melhor, um indicador de suas conexões tanto no campo tecnológico e educacional, como no consumo e qualidade de vida.

Nem hacker, nem piratas. Poderia se especular ainda que nenhum desses nomes serviria para demarcar essas práticas. Talvez, então, a palavra-chave que esteja faltando para realmente definir essa questão seja cidadania. Não só uma cidadania digital, mas cidadania de um modo geral, *latu sensu*. Com governos e órgãos internacionais chegando a um consenso de que não só o acesso à internet, mas também conexão banda larga, são questões de qualidade de vida e de bem-estar social, a aptidão digital cada vez mais emerge como um assunto premente para acessibilidade e participação na cidadania. E a chave para resolver este impasse pode estar numa filosofia pirata, como sugere Hall. Ou melhor, a filosofia pirata

como produto do atrito das forças opositoras discutidas acima pode indicar relações de emancipação e sujeição em meio aos movimentos globais. Por isso, segundo o autor:

[...] o que nos interessa é o potencial que a filosofia pirata guarda para o desenvolvimento de novos tipos de economia e sociedade: uma baseada bem menos no individualismo, posse, aquisição, acumulação, competição, celebridade, e do conhecimento, pesquisa e pensamento como algo a ser possuído, transformado em *commodity*, comunicado, disseminado e trocado como a propriedade de um único e indivisível autor (os quais, como Andrew Ross nota, são geralmente entidades corporativas)<sup>62</sup> (HALL, 2012, p. 39).

Nesse sentido, o presente texto se propôs a identificar as expressões da cultura hacker e da pirataria que poderiam pavimentar o caminho para este projeto de cidadania. Um impulso de participação que pode levar à desobediência civil; um desejo de liberdade que se abre numa "filosofia antiproprietária" (SILVEIRA, 2009); capacitação cognitiva e técnica, que promove novas formas de letramento e aprendizado; e estímulo à sociabilidade, que cria e fortalece comunidades de colaboração e compartilhamento, a filosofia pirata de que trata Hall (2012) é a porta de entrada para a invenção, no sentido dado por Kastrup (2007), de um novo mundo, de outra perspectiva. É preciso entender a cultura *hacker* para construir este mundo pirata da cidadania global. E, para este esforço, outra ideia oportuna seria a de gambiarra.

#### **4 GAMBIARRA E ANTROPOFAGIA**

Diferente do que se aprende nos livros de História, Oswald de Andrade (1978) não coloca como marco da fundação do Brasil a chegada dos portugueses com Pedro Álvares de Cabral, em 1500. Para o modernista, essa "honra" cabe ao primeiro ato antropofágico (que vitimou um europeu) conhecido oficialmente: a deglutição do Bispo Sardinha (Pero Fernandes) que, em suas contas, teria ocorrido em 1554<sup>63</sup>. Esse fato é significativo, na medida em que salienta uma posição presente em Viveiros de Castro (2013) a respeito de um modo indígena de conhecer, de fazer epistemologia.

---

<sup>62</sup> Do original: [...] what is interesting is the *potential* pirate philosophy contains for the development of a new kind of economy and society: one based far less on individualism, possession, acquisition, accumulation, competition, celebrity, and ideas of knowledge, research and thought as something to be owned, commodified, communicated, disseminated and exchanged as the property of single, indivisible authors (who, as Andrew Ross notes, are often likely to be corporate entities).

<sup>63</sup> Raquel R. Souza (Universidade Federal do Rio Grande, FURG), ao comentar o manifesto afirma que Oswald na verdade se enganou com as datas, pois a morte do bispo ocorreu em 1556. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/cdrom/oandrade/comentarios.htm>. Acesso em 22/11/2015.

O antropólogo costumeiramente expressa sua contrariedade do uso do pobre para pensar a cosmopolítica ameríndia. Para Viveiros de Castro, as teorizações influenciadas pelo marxismo, principalmente os teóricos atuais do capitalismo cognitivo, prestam um desserviço ao reduzir a potência dessa visão da alteridade, em prol de uma categorização de base econômica. Ele é taxativo: "evidentemente professo a política de que é preciso pensar todos aqueles que nos chamávamos de pobre, categoria estatística, isto é, categoria de estado, em índios, categoria antropológica, isto é, categoria contra o estado<sup>64</sup>" (VIVEIROS DE CASTRO, 2014).

Uma análise dos escritos de Antonio Negri e os demais vai mostrar que a figura do pobre na Multidão não se trata da retomada de uma postura dialética, mas ao mesmo tempo essa figura do indígena de fato não está teorizada ali. No capitalismo cognitivo, o pobre pode não remeter ao Estado ou ao antigo operário marxista, mas certamente pode se beneficiar do perspectivismo como *ethos*. Como defende o próprio Viveiros de Castros, "a alternativa é pensar o pobre como índio. Isto é, dar ao 'pobre', as condições de exercer plenamente o seu potencial de diferir, *diferinte* [...]. O que implica uma outra maneira de pensar o país, a política, a luta de classes e assim por diante". (2014).

Não é o caso de adotar uma postura essencialista do índio como o "verdadeiro brasileiro", o único capaz de representar uma identidade brasileira. Aliás, seria inclusive temerário relacionar o Brasil, essa construção histórico-geográfica-política, com o indígena. Eles habitariam esferas de realidade totalmente diferentes, o que não quer dizer que não pode haver a construção de híbridos: "pensar o pobre como índio". Da mesma forma que com o *hacker*, não seria o caso de dizer que todos os cidadãos são índios (assim como nem todos os cidadão se tornaram *hackers*), mas que eles se encontram no nível dos afetos e do desejo.

A cidadania global passa por uma cidadania indígena. Num nível concreto e imediato, o recente desastre ambiental ocorrido em Mariana (MG) mostra a urgência das pautas ditas "indígenas" para o bem-estar da sociedade<sup>65</sup>, algo para o qual o episódio da carta dos Guarani-Kaiowá do Mato Grosso do

---

<sup>64</sup> Palestra proferida durante o colóquio **Os Mil Nomes de Gaia**: do Antropoceno à Idade da Terra realizada em setembro de 2014 no Rio de Janeiro. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=CjbU1jO6rmE>. Acesso em 23/11/2015.

<sup>65</sup> Disponível em: <http://exame.abril.com.br/brasil/noticias/por-agua-indios-ocupam-ferrovia-da-vale-em-mg-ha-4-dias>. Acesso em 23/11/2015.

Sul deveria ter servido de presságio<sup>66</sup> para a insustentabilidade desse modo de vida da "geoengenharia" (VIVEIROS DE CASTRO, 2014).

Esse conhecer indígena aberto à multiplicidade, do qual nos interessa especificamente a antropofagia e suas representações, pode ser aliado ao hacker, para explicar o fazer da gambiarra. Como o antropólogo sugere, não se trata de pensar o indígena, mas pensar com ele. Por meio de sua condição de existência, tal qual trabalhada por Viveiros de Castro, buscar as bases da gambiarra como ponto de vista.

A antropofagia, então, deve ser encarada também como uma afirmação política, não necessariamente no sentido estrito do termo, mas como um processo de (livre) expressão. A própria reivindicação dessa liberdade através da corporalidade e dos afetos, ou seja, uma biopolítica (BENTES, 2005; 2007).

É aqui que pretendemos inserir a ideia de gambiarra, uma proposta conceitual relativamente nova para uma "epistemologia da alteridade". É só através dessa abertura à alteridade, como atestou Viveiros de Castro (2013a), que o analista pode enxergar as estruturas rizomáticas que subsidiam o objeto, fazendo da produção de conhecimento (epistemologia) uma ação que considera a "organicidade" do vivo, e não unidades estanques, dissecações. Daí a defesa de que:

[...] o outro age como processo imanente que reverte o modelo e esboça um mapa, mesmo que constitua suas próprias hierarquias, e inclusive ele suscite um canal despótico. Não se trata de tal ou qual lugar sobre a terra, nem de tal momento na história, ainda menos de tal ou qual categoria no espírito. Trata-se do modelo que não pára de se erigir e de se entranhar, e do processo que não pára de se alongar, de romper-se e de retomar (DELEUZE; GUATTARI, 2009, p. 31-32).

Com "só me interessa o que não é meu", Oswald de Andrade (1978, p.13) coloca também a alteridade como valor primordial para a constituição de uma subjetividade, mas ao mesmo tempo há uma recusa desse outro, quando em sua forma ele limita a própria tomada da alteridade como ponto de vista. Como na negação dos valores portugueses, que para o autor representaria algo como um asceticismo. A antropofagia de Oswald de Andrade é extremamente política, quase ideológica em seu explícito desdém

---

<sup>66</sup> Disponível em: <http://cartamaior.com.br/?/Editoria/Direitos-Humanos/Apesar-de-repercussao-situacao-dos-Guarani-Kaiowas-permanece-dramatica/5/27223>. Acesso em 23/11/2015.

pela "herança portuguesa", mas enquanto movimento artístico também é profundamente aberta à diferença. Esse duplo viés não deveria ser pensado como uma oposição dialética. Ela não leva à síntese, porém, ecoando Brian Massumi (2002), esse tipo de argumentação deve ser pensada como "níveis ressonantes", paradoxais por natureza, que têm os afetos como ponto de emergência. Somente assim, a antropofagia pode abarcar ao mesmo tempo recusa e abertura, produção e aliança.

A gambiarra existe, por isso, em (pelo menos) duas frentes: num primeiro momento como relação de um processo de hibridização, o que a caracterizaria como um projeto, promotora de uma subjetividade própria da contemporaneidade e, num segundo momento, em sua definição mais usual de apropriação tecnológica – sendo que ambas as frentes fortemente influenciadas pela antropofagia e pelo perspectivismo ameríndio.

Para a pesquisadora Fernanda Bruno, na abertura do Simpósio “A Vida Secreta dos Objetos”, gambiarra:

[...] não é apenas o faça você mesmo ou o improviso com o que está a mão, nem somente a inventividade de produzir soluções e objetos a partir da precariedade de recursos, mas uma relação cotidiana com os artefatos em que estes têm menos uma vida secreta do que uma vida coletiva. Uma vez que a mobilização de elementos heterogêneos na composição de uma gambiarra é muitas vezes uma recombinação de saberes, táticas, artefatos dentro de um grupo ou comunidade (BRUNO, 2012<sup>67</sup>).

O expoente da apropriação tecnológica eclode com mais facilidade, pois ele o faz de forma também dupla. Bruno alerta que “o termo designa um objeto e um modo de fazer mostrando a impossibilidade de desconectar o objeto das ações que o produzem e que vem de muitas partes” (2012<sup>68</sup>).

Já Ricardo Rosas vê um potencial político na gambiarra que está impregnado justamente na inventividade requerida em sua expressão. Para ele, “a gambiarra é ela mesma uma voz, um grito de liberdade, de protesto ou, simplesmente, de existência, de afirmação de uma criatividade inata” (ROSAS, 2006, p.47). Além disso, seu viés político se expressa também enquanto convite à colaboração e sociabilidade. A gambiarra reúne indivíduos de diferentes origens, perfis socioeconômicos (de moradores

---

<sup>67</sup> Disponível em: <http://youtu.be/tN55rJfimL0>. Acesso em 10/07/2014.

<sup>68</sup> Idem.

da favela a artistas plásticos) e níveis de instrução em seu próprio fazer e em sua associação com objetos técnicos reside uma potência de mobilização e transformação do *status quo*. Segundo Rosas:

A gambiarra é, sem dúvida, uma prática política. Tal política pode se dar não apenas enquanto ativismo (ou ferramenta de suporte para ele), mas porque a própria prática da gambiarra implica uma afirmação política. E, consciente ou não, em muitos momentos, a gambiarra pode negar a lógica produtiva capitalista, sanar uma falta, uma deficiência, uma precariedade, reinventar a produção, utopicamente vislumbrar um novo mundo, uma revolução, ou simplesmente tentar curar certas feridas abertas do sistema, trazer conforto ou voz a quem são negados (ROSAS, 2006, p. 47).

No âmbito da cultura *gamer* e das práticas que poderiam ser consideradas de gambiarra, a customização e distribuição de games, legal ou ilegal, surge como um dos primeiros elementos para um breve levantamento de exemplos, que corroboram com o que foi discutido até o momento, como a subcultura dos *mods*. Do mesmo modo que a gambiarra une as perspectivas da Arte, da Antropologia e do Design, a transdisciplinaridade dos *games* une Computação, Materialidades e Cognição, e ambas se encontram sob a ótica da Comunicação.

O encontro da lógica formal dos computadores com a corporalidade não racional e subjetiva/afetiva "revela mundos", nas palavras de Galloway (2012). Mais ainda, o autor afirma que o computador se utiliza das propriedades do humano, características materiais e subjetivas, como "condição de possibilidade para criar mundos" (2012, p. 13), ou seja, tanto quanto é possível falar de uma interação (fundamentalmente humana) mediada por computador, é possível falar de uma computação mediada pelo humano, da qual o humano não é usuário, mas objeto. Relembrando Viveiros de Castro (2013), "se uma legião de seres outros que os humanos são 'humanos' – então nós os humanos não somos assim tão especiais" (2013, p. 375).

Bricolagem e gambiarra são conceitos análogos, tendo um histórico considerável de discussão conjunta no universo das artes (ROSAS, 2006). Por isso, a gambiarra aqui aparece como efeito dessa interface chamada computador em seu encontro com as capacidades e/ou competências cognitivas do humano. A dureza do cálculo – seu poder de efetuação, de formatação –, proporciona um tipo de mediação que coloca em comunicação os códigos, os *hackers* e os *games*, no que poderia ser chamado de uma cognição atuada canibal. Há uma série de descontinuidades e continuidades históricas entre essas instâncias, cujos movimentos e motivações continuam gerando mobilizações de diversos níveis e ordens

de magnitude, uns mais subversivos e outros não. A cultura *hacker* de 1960 não é a mesma dos anos 2000 em diante.

Em se tratando de mods, provavelmente dois dos casos mais emblemáticos são o *game* de tiro em primeira pessoa<sup>69</sup>, *Counter-Strike*, uma modificação do jogo *Half-Life*, da desenvolvedora Valve<sup>70</sup>, e o *Defense of the Ancients* (DotA), derivado do RPG *Warcraft III*, da *Blizzard Entertainment*. O último é um mapa utilizado para batalhas on-line, criado por um fã-desenvolvedor, usando o editor contido no próprio jogo<sup>71</sup>. Verdadeiras febres no Brasil no auge das *Lan Houses*<sup>72</sup>, o primeiro foi criado por dois estudantes universitários de Ciência da Computação que posteriormente foram contratados pela empresa. Já o segundo também acabou incorporado pelo mercado – sem contar o fato dele já ser um mapa dentro de um jogo comercial –, gerando versões e derivados em outras companhias como *Dota 2*, da Valve, *League of Legends*, da Riot Games, e mais recentemente, *Heroes of the Storm*, da própria *Blizzard*. Cada uma dessas iniciativas está ligada a um dos desenvolvedores ou atualizadores do mapa original. DotA inclusive é tido como o responsável pelo advento (e popularização) de um novo gênero de jogo, o *Multiplayer Online Battle Arena*<sup>73</sup> (MOBA).

Já no campo do informal, as comunidades de compartilhamento de arquivos relacionados aos videogames promovem estratégias de customizações por meio de *patches*<sup>74</sup>. Além disso, algumas delas também disponibilizam versões piratas do jogo para *download* ilegal gratuito, ou então confeccionam e distribuem os chamados *cracks*. Esses arquivos contêm programas decodificadores, que visam burlar as proteções anticópia e demais dispositivos (programas) que asseguram o *copyright* das empresas

---

<sup>69</sup> Do inglês, *First Person Shooter* (FPS).

<sup>70</sup> Disponível em: <http://planethalflife.gamespy.com/cs/> Acesso em 16/02/2013.

<sup>71</sup> Disponível em: <http://www.playdota.com/>. Acesso em 16/02/2013.

<sup>72</sup> Uma espécie de cibercafé voltado especificamente para jogos e serviços de Internet, as *lan houses* serviam e (servem) como grandes agregadoras de jogadores de *games multiplayer* on-line que demandavam equipamentos potentes e conexão banda larga, algo não tão comum para o público brasileiro médio do início da década de 2000. Mesmo com a relativa popularização e barateamento dos equipamentos de informática e da conexão de alta velocidade, as *lan houses* continuam sendo uma importante ferramenta de inclusão digital, sobretudo para as camadas sociais com menor poder aquisitivo. Esses estabelecimentos também são contabilizados dentro desta nossa noção de “ter acesso”.

<sup>73</sup> Em tradução livre: Arena de batalha multiplayer on-line

<sup>74</sup> “*Patches*”, do inglês, remendos, são arquivos piratas que modificam o conteúdo original do jogo complementando alguma característica que ele não possuía. Como o nome sugere, é um tipo de alteração bem menos invasiva do que um *mod*.

detentoras dos direitos, e impossibilitariam que um determinado arquivo copiado fosse utilizado em outro computador.

Essa lógica do *bricoleur* encontra seu lugar de existência mesmo na alta tecnologia mais restritiva. A prática de *jailbreak* – o desbloqueio de proteções direto no *hardware* – é um notório recurso para expandir a capacidade dos produtos Apple para além daquilo previamente sancionado pela empresa (mesmo com a possível exclusão do aparelho/usuário do serviço de suporte oficial da companhia). Da mesma forma, produtos como o *Playstation 3* da *Sony*, que a princípio não permitiriam a entrada de jogos piratas, também encontram formas de serem desbloqueados<sup>75</sup>. Uma das maneiras mais sofisticadas, no entanto, era uma brecha dentro da venda das "licenças" do jogo. Algo já eliminado pela *Sony*.

A disponibilidade de banda larga permitiu que os jogos não precisassem ser vendidos em suportes físicos (neste caso, *Blu-ray*). Cada fabricante possui um serviço de nuvem e o usuário paga para baixar o jogo direto de lá. Alguns até com custo diferenciado, mas a maioria custando o mesmo da unidade física. A diferença é que o exemplar digital permite a instalação em mais de um console, no PS3 até cinco. Para o caso do console quebrar, seria possível jogar o jogo sem precisar comprá-lo de novo, porque ele fica salvo na sua conta. Sabendo disso, usuários vendiam justamente os "códigos de acesso" e a conta, na qual o jogo está registrado (por um preço bem menor do que o da fabricante). Dessa forma, supondo que o jogo on-line custa 100 reais, um usuário poderia comprar esse jogo e revender para outros usuários os códigos de acesso por 50 reais. E simulando uma troca de console, cada um dos compradores teria um exemplar oficialmente com todas as funcionalidades.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Galgada principalmente no sistema de tutoriais, a cultura *gamer* desenvolve formas cada vez mais intuitivas e criativas de aprendizado, usando os recursos do computador, de forma a tornar as ferramentas de manipulação cada vez mais acessíveis ao “usuário médio”. E da mesma forma que, em Castells (2003),

---

<sup>75</sup> Existem diversas formas de fazer o *jailbreak* (desbloqueio) do PS3 para rodar jogos não originais, inclusive alguns mantêm as funcionalidades on-line. Eles são bastante específicos e envolvem não só conhecimento de linguagem de programação, mas também intervenção diretamente no hardware como soldagem de pinos ou inserção de circuitos integrados adjacentes. Um deles foi o projeto *PSFreedom*, do hacker identificado como Kakaroto (batizado a partir de um personagem da franquia *Dragon Ball*). Disponível em: <https://github.com/kakaroto/PSFreedom>. Acesso em 04/11/2015.

a tecnomeritocracia deu lugar a uma cultura *hacker* viva, este estudo reitera que há atualmente um movimento de instrumentalização “por demanda”. Ele independe de “educação formal” ou do nível de conhecimento técnico para o desenvolvimento e utilização desses *mods, patches e cracks*. Esses usuários não *se tornam hackers*, e talvez muitos nem mesmo adquiram alguma expertise técnica duradoura. Tampouco irão mudar o mundo seguindo a *Ética Hacker*. Essa é uma subjetividade que se constrói no tempo e no espaço, modal. Por meio de suas gambiarras, esses jogadores-piratas em potencial *estão sendo hackers* naquele momento, naquele intervalo. Eles estão pirateando a própria cultura *hacker*.

## REFERÊNCIAS

- AMARAL, Adriana. MONTEIRO, Camila. Esses roquero não curte: performance de gosto e fãs de música no Unidos Contra o Rock do Facebook. IN: **Revista FAMECOS** Porto Alegre, v. 20, n. 2, pp. 446-471, maio/ago. 2013.
- ANDRADE, Oswald de. **Obras Completas Vol. 6** – Do Pau-Brasil à Antropofagia. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.
- ANTOUN, Henrique; MALINI, Fábio. **A Internet e a Rua**: ciberativismo e mobilização nas redes sociais. Porto Alegre: Sulina, 2013.
- BENTES, Ivana. "Multitropicalism Cinematic-Sensation, and theoretical devices". In: BASUALDO, Carlos. **Tropicália**: a Revolution in Brazilian Culture. São Paulo: Museum of Contemporary Art BronxMuseum/CosacNaify, 2005.
- \_\_\_\_\_. “O Devir Estético do Capitalismo Cognitivo”. XVI ENCONTRO DA COMPÓS, **Anais...** 2007. Curitiba: UTIP, junho de 2007.
- BRUNO, Fernanda G. Conferência de abertura do Simpósio **A Vida Secreta dos Objetos**, 2012. Disponível em: <http://youtu.be/tN55rJfimL0>. Acesso em: 09/07/2014.
- CASTELLS, Manuel. **A Galáxia Da Internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro, Zahar, 2003.
- CERTEAU, Michel de. **A Invenção do Cotidiano**. Petrópolis: Vozes, 1998.
- CLARK, Andy. **Mindware**: an introduction to the philosophy of cognitive science. New York/Oxford: Oxford University Press, 2001.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia**, vol. 1. São Paulo: ed. 34, 2009.

GALLOWAY, Alexander R. **Gaming: Essays on Algorithmic Culture**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2006.

\_\_\_\_\_. **Protocol: how control exists after decentralization**. Cambridge: The MIT Press, 2004.

\_\_\_\_\_. **The Interface Effect**. Cambridge, UK: Polity Press, 2012.

GENVO, Sébastien. Looking at the history of video games through the prism of ludicisation processes. In: **Kinephanos**, History of Games International Conference Proceedings, January 2014.

HALL, Gary. "Pirate Radical Philosophy". In: **Radical Philosophy** 173 (journal), May/June 2012.

HENNION, Antoine. Loving Music: from a Sociology of Mediation to a Pragmatics of Taste. In: **Comunicar**, n. 34, v. XVII, 2010, Scientif Journal of Media Education; ISSN: 1134-3478; pages 25-33.

HIMANEN, Pekka. **The Hacker Ethic: a radical approach to the philosophy of business**. New York: Random House, 2001.

KASTRUP, Virgínia. **A invenção de si e do mundo**. Uma introdução do tempo e do coletivo no estudo da cognição. Belo Horizonte: Autêntica, 2007.

LATOUR, Bruno. **Reassembling the social: an introduction to Actor-Network-Theory**. New York: Oxford University Press, 2005.

LEVY, Steven. **Hackers: heroes of the computer revolution**. Sebastopol/USA: O'Reilly Media, 2010.

LIANG, Lawrence. Beyond Representation: The Figure of the Pirate. In: ECKSTEIN, Lars; SCHWARZ, Anja (Eds). **Postcolonial Piracy: Media Distribution and Cultural Production in the Global South**. New York/USA: Bloomsbury, 2014.

MAINES, Rachel P. **Hedonizing Technologies: Paths to Pleasure in Hobbies and Leisure**. Baltimore: The John Hopkins University Press, 2009.

MASSUMI, Brian. **Parables for the Virtual: Movement, Affect, Sensation**. Durham: Duke University Press, 2002.

MESSIAS, José. "Notas sobre a pirataria de games no Brasil: inclusão (digital) dos pobres e games como fomentadores de resistência". **Intexto**. Porto Alegre, UFRGS, n. 33, p. 154-173, maio/ago. 2015.

\_\_\_\_\_. **Gambiarra e videogames: uma visão cognitiva das tecnologias de entretenimento em World of Warcraft**. **Contemporânea**. Salvador, UFBA, 2017 (no prelo).

NEGRI, Antonio; HARDT, Michael. **Império**. Rio de Janeiro: Record, 2010. 9ª Ed.

NEWMAN, James. **Playing with Videogames**. New York: Routledge, 2008.

PEREIRA, Vinicius; POLIVANOV, Beatriz. "Entretenimento como linguagem e materialidades dos meios nas relações de jovens e tecnologias contemporâneas". In: BARBOSA, Livia. **Juventudes e Gerações no Brasil Contemporâneo**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

REGIS, Fátima. "Textos, texturas e intertextos: apontamentos sobre aprendizado e competência na comunicação digital". In: **Intexto**. Porto Alegre: UFRGS, n. 33, p. 209-224, maio/ago, 2015.

ROSAS, Ricardo. Gambiarra: alguns pontos para se pensar uma tecnologia recombinante. In: **CADERNO VIDEOBRASIL 02: Arte, mobilidade, sustentabilidade**. São Paulo: SescSP, 2006.

SILVEIRA, Sergio Amadeu. Mobilização colaborativa, cultura hacker e a teoria da propriedade imaterial. In: ALENCAR, Anderson; MACHADO, Murilo; SILVEIRA, Sergio Amadeu et al (Org.). **Software livre, cultura hacker e ecossistema da colaboração**. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

VARELA, Francisco; THOMPSON, Evan T.; ROSCH, Eleanor. **A Mente Corpórea: ciência cognitiva e experiência humana**. Lisboa: Instituto Piaget, 2001.

VIVEIROS DE CASTRO, Eduardo. **A Inconstância da alma selvagem e outros ensaios de antropologia**. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

\_\_\_\_\_. **Os Mil Nomes de Gaia: do Antropoceno à Idade da Terra**. Palestra realizada em setembro de 2014 no Rio de Janeiro. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=CjbU1jO6rmE>. Acesso em 02/11/2015.

WARK, McKenzie: **A Hacker Manifesto**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2004.



## **Representações do trabalho escravo na televisão: relatos de identificação e identidade de trabalhadores rurais maranhenses**

*Flávia de Almeida Moura<sup>76</sup>*

### **1 INTRODUÇÃO**

Partimos do pressuposto de que a mídia participa da constituição das representações (HALL, 2013) dos sujeitos. Neste contexto, o estudo se propõe analisar em que medidas um grupo de trabalhadores rurais maranhenses se apropriam do texto jornalístico televisivo para constituir suas representações sobre o trabalho escravo.

Acreditamos que as narrativas midiáticas podem construir ou legitimar representações já construídas pelo próprio grupo a partir de outras instâncias sociais; ou seja, outros mediadores, como a família, os movimentos sociais, os órgãos de fiscalização ou mesmo as redes de vizinhança desses trabalhadores.

Entendemos a mídia como espaço de repercussão e criação de acontecimentos que “incide na configuração e dinâmica da realidade de nossa vida cotidiana, e na forma de convivência e atravessamento entre as múltiplas realidades que compõem o mundo da vida” (FRANÇA, 2012, p. 11). Neste sentido, a mídia é uma das instituições da sociedade que congrega os múltiplos dispositivos através

---

<sup>76</sup> É jornalista formada pela Universidade de Taubaté (SP) com mestrado em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Maranhão e doutorado em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Atualmente, realiza estágio pós-doutoral junto ao Programa de Pós-graduação em Sociologia e Antropologia da UFRJ (2018). Professora Adjunta do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão, desenvolve pesquisas na área de Mídia, Trabalho e Direitos Humanos.

dos quais essa sociedade produz e faz circular suas informações e representações. Talvez por isso seja a instituição que melhor caracteriza o cenário contemporâneo.

Para o presente estudo, construímos um *corpus* documental que reuniu reportagens jornalísticas veiculadas pela televisão comercial aberta brasileira entre 2009 e 2013 sobre a temática da escravidão contemporânea. Fizemos assistência deste material junto a um grupo de trabalhadores rurais maranhenses egressos do trabalho escravo e analisamos questões de identificação e de identidade deles junto à temática. Neste capítulo, trazemos parte da análise do que chamamos de *questões de identificação e de identidade*.

## **2 MÍDIA E SUJEITOS**

Em busca de compreendermos as representações desses sujeitos sobre o trabalho escravo a partir da mídia, investimos num caminho de investigação dos processos de identificação, bem como de apropriação dos mesmos junto ao material midiático escolhido para a análise. Dessa forma, chegamos a algumas aproximações e também a afastamentos (ou estranhamentos) dos sujeitos em relação à mídia. Esse movimento de regularidades e dispersões das representações sobre o trabalho escravo na relação entre trabalhadores e mídia contribui para nossas reflexões acerca dos níveis de participação da mídia na vida dos sujeitos investigados.

Neste sentido, o presente estudo também pode contribuir para uma discussão mais ampla sobre as relações entre mídia e sujeitos, ou mídia e sociedade, uma vez que nossos resultados de pesquisa permitem refletirmos sobre as formas de apropriação do texto jornalístico televisivo pelo grupo social investigado.

Não concebemos a mídia como um “ente” deslocado da sociedade. Acreditamos, sim, que tanto os meios de comunicação tradicionais quanto as novas formas de fazer comunicação a partir da internet e dos aparatos tecnológicos mais modernos revelam, em cada localidade, os traços culturais do seu povo e da sua história.

Falar de televisão no Brasil, por exemplo, tem diferenças significativas mesmo se compararmos a sua presença em países vizinhos, como os da América Latina.

Neste sentido, acreditamos na tensão entre a capacidade criativa e produtiva dos sujeitos e a força das determinações estruturais dominantes reveladas pela mídia.

Em outros termos, a questão é como falar das estruturas constituindo os sujeitos, sem perder de vista a experiência desses mesmos sujeitos; manter na análise tanto o peso objetivo das instituições, revelado nos seus produtos, quanto a capacidade subjetiva dos atores sociais. Dentro desse marco, tornam-se visíveis intersecções entre três temas-chave: o sujeito e sua ação num determinado marco histórico; o reconhecimento de processos de exclusão, diferenciação e dominação como historicamente construídos e não, naturais e/ou transhistóricos; e a compreensão da esfera cultural e dentro dessa, a comunicação, através da relação entre produtores, produtos e receptores. (ESCOSTEGUY, 2004, p. 17).

A afirmativa acima reflete a perspectiva pela qual olhamos para os sujeitos entrevistados nesta pesquisa: trabalhadores rurais maranhenses que já foram submetidos a regimes de trabalho escravo contemporâneo. Não os entendemos como um grupo subjugado nem tampouco homogêneo, mas sim capaz de produzir sentidos outros, além dos que a mídia constrói sobre o trabalho escravo contemporâneo, assim como sobre suas identidades enquanto trabalhadores rurais maranhenses que estão vulneráveis a essas condições. Por outro lado, reconhecemos a “estrutura em dominância” (HALL, 2010) presente na mídia, e aqui mais propriamente na televisão, que acreditamos ter participação na constituição dessas representações.

Com relação ao primeiro dos três temas-chave apontados por Escosteguy (2010), “o sujeito e sua ação num determinado marco histórico”, levamos em consideração a origem rural desses trabalhadores, bem como as suas condições de expulsos de suas terras em decorrência de projetos de desenvolvimento e residentes, em sua maioria, nas chamadas “pontas de rua”, ou seja, periferias de municípios maranhenses, como Açailândia, que concentram atividades de agronegócio, esta uma das principais cidades em incidência de trabalho escravo contemporâneo. Dessa forma, esses sujeitos transitam entre os universos rural e urbano, apresentando uma esfera cultural (outro tema-chave apontado pela autora) específica e, portanto, especificidades também nas relações com a mídia.

Durante contato com os sujeitos, ao longo do trabalho de campo, percebemos que a assistência ocorre de forma sazonal, de acordo com as rotinas de trabalho: ora concentradas em atividades rurais, como no plantio de roças de subsistência ou em atividades de desmatamento em fazendas de gado; ora em períodos de descanso ou de espera de outros serviços. De todo modo, a televisão está presente na casa

da maioria dos trabalhadores e apresenta uma das formas de sociabilidade junto às famílias, mesmo que eles próprios não tenham oportunidade, em alguns casos, de uma assistência direta; mas o fazem de forma indireta, em contato com familiares, vizinhos e amigos.

Com este pressuposto, partimos de um olhar orientado pelos estudos culturais, uma vez que, não se constituindo como uma disciplina, mas em um campo de cruzamentos de diversas disciplinas, permitem a combinação da pesquisa textual com a social, na medida em que recuperam a acepção estruturalista sobre a relativa autonomia das formas culturais, situando-as num contexto de forças diversas, como o valor da experiência dos sujeitos para a mudança social.

Neste contexto, a comunicação de massa é vista como integrada às demais práticas da vida diária, entendidas estas como todas as atividades que dão sentido à vida social. Desse ponto de vista, portanto, a vida e as atividades sociais estão fundadas em e são dependentes de processos de produção de sentidos. (...) Poderíamos resumir que os estudos culturais estão interessados nas relações entre textos, grupos sociais e contextos ou ainda, em termos mais genéricos, entre práticas simbólicas e estruturas de poder. (ESCOSTEGUY, 2004, p. 39).

Neste sentido, o presente estudo se insere nesta perspectiva apontada, uma vez que entende que a mídia participa da constituição de representações sobre trabalho escravo para os sujeitos pesquisados, embora nossa questão seja compreender em que medidas essa participação se dá, valorizando também a questão das subjetividades assim como dos contextos sociais dos trabalhadores investigados.

Para Johnson (2004), os estudos culturais podem ser definidos como uma tradição intelectual e política; ou em suas relações com as disciplinas acadêmicas; ou em termos de paradigmas teóricos; ou, ainda, por seus objetos característicos de estudo.

Este sentimento de uma conexão entre o trabalho intelectual e o trabalho político tem sido importante para os Estudos Culturais. Significa que a pesquisa e a escrita têm sido políticas, mas não em qualquer sentido pragmático imediato. (JOHNSON, 2004, p. 21).

Acreditamos que a escolha do nosso objeto seja política, embora tenhamos também a preocupação de não operarmos com esse pragmatismo imediato e, neste sentido, fazemos um exercício de distanciamento entre a militância constituída pelos movimentos sociais e a prática política da pesquisa, que devem operar de formas diferentes e obedecer a lógicas distintas. Nossa postura, portanto, como

pesquisadora, é de estranhar o grupo social investigado e procurar adentrar no universo de suas representações a partir do que eles conseguem apreender da mídia.

### **3 TELEJORNALISMO E DRAMATICIDADE**

A escolha pelo gênero jornalístico na televisão neste trabalho se dá pelo próprio lugar do jornalismo no contexto da televisão, visto com critérios de utilidade pública, referencialidade e atualidade. Além desses critérios, trabalhamos aqui também a questão da dramaticidade como outra característica importante, uma vez que possibilita processos de identificação junto aos sujeitos entrevistados.

Martín-Barbero & Rey (2001) apontam que os meios de comunicação se veem comprometidos com o aparecimento de novos temas, atores e interpretações sociais e culturais. Esse fato pode ser observado também no telejornalismo, que vem passando por transformações nas últimas décadas, principalmente relacionadas aos tipos de interação junto a seus públicos.

No que tange à referencialidade, partimos da ideia de que há uma força no texto jornalístico televisivo de “verdade” ou de “realidade” diferente do que, por exemplo, se dá em contextos de assistência de telenovelas ou demais programas de entretenimento na televisão. Não acreditamos que a telenovela ou outros espaços de entretenimento na TV não participem das representações dos trabalhadores. Pelo contrário, acreditamos que cada vez mais os sujeitos estão em contato com os conteúdos midiáticos de formas múltiplas e que as pesquisas tendem a perseguir esse fenômeno para poderem dar conta da complexidade que é a relação entre mídias e sujeitos. Mas deixamos claro que, para este estudo, escolhemos o jornalismo na televisão com o objetivo de deflagrar um diálogo junto ao grupo de trabalhadores rurais maranhenses sobre as formas de participação deste texto televisivo específico na constituição das representações sobre os seus próprios modos de vida e de trabalho.

Neste sentido, a ideia de considerar o jornalismo como “um lugar de organização da realidade” (SOARES; SILVA 2013) aponta um caminho interessante para este estudo. Da mesma forma que entender o texto jornalístico como algo que não seja verdadeiro nem falso; mas “um texto outro”, em

constante relação de aproximação e afastamento com os acontecimentos sociais dos quais trata nos parece pertinente.

Segundo Machado (2000), o gênero televisivo mais codificado é o telejornalismo, que se funda numa espécie de contrato com o telespectador ao tornar visível os acontecimentos em destaque (p. 104). Vale enfatizar aqui que a visibilidade midiática pode ser discutida tanto do ponto de vista da produção quanto do ponto de vista da recepção e, assim, apresentar concepções diferenciadas.

Além da atualidade e da referencialidade, a dramaticidade justifica nossa escolha pelo telejornalismo, potencializada pela valorização de imagens em detrimento do texto verbal. No caso do grupo de trabalhadores pesquisados, podemos afirmar que a relação desses sujeitos com as mídias – e até mesmo com o jornal impresso – é prioritariamente imagética, tanto numa perspectiva cultural quanto numa perspectiva social, no caso de baixa escolaridade e altos índices de analfabetismo.

Sem dúvida, a imagem é o elemento de sedução e de identificação desses sujeitos com a televisão. No caso do telejornalismo, aliado à imagem, temos no próprio formato deste gênero, composto a partir do encadeamento de várias vozes e depoimentos que constituem as narrativas jornalísticas televisivas, a dramaticidade que possibilita, mais do que no texto impresso, por exemplo, a proximidade das temáticas junto aos espectadores. Em geral, no caso do jornalismo impresso, o relato é seco, impessoal e aparentemente sem marcas de enunciação (parece que quem fala é um coletivo, formado pela redação). Num telejornal, a notícia, em geral, envolve vários enunciadores com diferentes entonações, com níveis de dramaticidade capazes de facilitar identificações com o telespectador.

Segundo Machado (2000), sujeitos falantes em diferentes ambientes, com diferentes acentos emocionais são mobilizados para construir um relato com forte apelo emotivo. Neste sentido, a escolha pelo telejornal para a realização da assistência junto aos sujeitos entrevistados nesta pesquisa nos possibilita acessar essas formas de interpretação e de emoção que o texto jornalístico televisivo sugere.

Acreditamos que os recursos de tomadas em primeiro plano, enfocando pessoas que falam diretamente para a câmera, sejam elas jornalistas ou protagonistas das histórias narradas, possibilitam ao

telejornal uma capacidade de tocar as pessoas, que são levadas pelas histórias e tendem a se identificar, ou a comparar o que assistem com a vida cotidiana.

O telejornal é, antes de mais nada, o lugar onde se dão atos de enunciação a respeito dos eventos. Sujeitos falantes diversos se sucedem, se revezam, se contrapõem uns aos outros, praticando atos de fala que se colocam nitidamente como o seu discurso com relação aos fatos relatados. (MACHADO, 2000, p. 104).

Neste sentido, o autor também afirma que o telejornal é uma colagem de depoimentos e fontes numa sequência sintagmática, mas essa colagem jamais chega a constituir um discurso suficientemente unitário, lógico ou organizado a ponto de poder ser considerado “legível” como algo “verdadeiro” ou “falso”. Esta característica apontada do texto jornalístico na televisão (no caso do telejornalismo) nos interessa, uma vez que se trata de um texto que está sempre “em andamento”, portanto não é estático, fechado, pois a própria natureza da produção não possibilita um acabamento, por mais que se queira ou que se possa tratar as informações ou hierarquizar as fontes.

Fazemos a distinção aqui entre telejornalismo, que nos interessa, e o documentário. Este último, com mais tempo de produção, pesquisa e edição, não se enquadra nessas características apontadas por Machado e nem tampouco é nosso objeto de análise. “Ao embaralhar no fluxo televisual os materiais originários de fontes diversas, o telejornal coloca em choque os diferentes enunciados e os relativiza ou os anula no mesmo momento em que lhes dá publicidade”. (MACHADO, 2000, p. 111).

Percebemos este recurso em algumas reportagens televisivas escolhidas para a realização deste estudo quando utilizam, por exemplo, fotografias ou imagens gravadas por cinegrafistas amadores que acompanharam as fiscalizações do MTE que estão sendo relatadas pelo telejornal. Em geral, essas imagens (paradas ou em movimento) são creditadas como sendo do órgão de fiscalização e se apresentam como “caráter de verdade”, dando a sensação de “estar lá”, *in loco*, onde ocorreram essas operações de fiscalização, uma vez que a maioria das equipes de televisão não chegam a acompanhar as fiscalizações pelas dificuldades relativas ao tempo, principalmente pela distância das localidades com acessos precários. Ainda assim, quando (excepcionalmente) acompanham uma fiscalização, as dificuldades de deslocamento até os empreendimentos denunciados por trabalho escravo, por exemplo, acabam sendo o gancho principal da narrativa jornalística em detrimento das condições de exploração do trabalho.

Para Machado (2000), o telejornal, mesmo quando tenta construir a sua “versão”, em seus modelos mais personalizados ou autoritários, o que ele consegue, no geral, é relativizar ou neutralizar as várias “versões”. Essa flexibilidade apontada pelo autor no enquadramento da notícia ou da reportagem veiculada pela televisão nos indica um olhar mais apurado para as várias formas com que aparecem as vozes/fontes nos textos jornalísticos televisivos. Assim, posteriormente, temos condições de analisar os seus cruzamentos com as vozes/falas dos sujeitos entrevistados buscando suas identificações e apropriações acerca das representações do trabalho escravo construídas na mídia e pela mídia.

Não existem, nos telejornais, desinências, sinalizadores, dispositivos de emolduramento que orientem a leitura no sentido de “como” se deve “ler” esses depoimentos e essas inserções de fontes, ou capazes de designar a voz “doadora”, sob a batuta da qual deveríamos reenquadrar todas as outras (MACHADO, 2000, p. 112).

Essa afirmativa do autor deve ser levada em consideração no processo de assistência, ou seja, na relação entre sujeitos e mídias. Se um tema, como o do trabalho escravo, é reportado pela televisão, ele pode fazer sentidos diferentes para quem o assiste. No caso do grupo estudado, essa experiência de ter sido submetido a condições de trabalho escravo pode dar aos sujeitos condições de recepção e de interpretação desses textos completamente diferentes do que para um cidadão, por exemplo, que desconhecia o fato de “em pleno século 21, ainda haver trabalho escravo no Brasil”, como é comum encontrar nas narrativas jornalísticas na atualidade.

Para este cidadão comum, o fato de ainda haver trabalho escravo no Brasil na atualidade pode ser interpretado como algo novo, inusitado, para o que se deve chamar a atenção, uma vez que ele conhece o processo histórico oficial da chamada Abolição da Escravatura, pela qual o Brasil passou no final do século 19. Por outro lado, também devemos conceber a possibilidade de o próprio trabalhador que já foi submetido a essas condições constituir suas representações sobre trabalho escravo somente em contato com as reportagens assistidas, uma vez que a partir dela passe a se reconhecer ou a se compreender como tal. Dessa forma, entendemos que há uma diversidade de possibilidades de interpretação deste texto jornalístico televisivo, que está sempre relacionada ao contexto da recepção.

Acreditamos que toda a argumentação de Machado (2000) esteja calcada no próprio formato do texto jornalístico televisivo, ao afirmar que há dificuldades em se tomar partido diante da complexidade dos interesses que vão sendo colocados em jogo, encadeados, à medida que progride o fluxo de imagens

e som. Ele afirma que o telejornal é “capaz de semear confusão ali mesmo, onde, sob a rubrica da informação, deveria haver ordem, coerência e sistematização da notícia” (MACHADO, 2000, p. 113).

Também Gomes (2004, p.10) trata a notícia televisiva como um discurso estruturado pelos discursos mais amplos da televisão. “A notícia, seja ela ouvida no rádio, lida nos jornais ou vista na televisão, ganha muito de sua configuração das características do próprio meio no qual ela aparece”.

Iluska Coutinho (2012) defende a existência de uma “dramaturgia do telejornalismo brasileiro” numa tentativa de estabelecer um paralelo entre notícia e drama como forma de analisar a informação na TV. Para a pesquisadora, ainda que essa aproximação entre jornalismo e drama, em geral, seja considerada e/ou vista com restrições pelos profissionais do jornalismo brasileiro, herdeiro da tradição da chamada objetividade, como se representasse uma perigosa aproximação do campo do entretenimento, esse modelo de organização da informação na televisão permanece hegemônico atualmente.

Em seus estudos centrados em dois modelos de telejornais brasileiros (da Rede Globo e da TV Cultura), Coutinho (2012) defende que as notícias são estruturadas como dramas cotidianos.

No recorte midiático realizado, percebemos essa concepção defendida pela autora no contexto da temática tratada, do trabalho escravo contemporâneo. Em geral, há uma narração de histórias de trabalhadores que foram submetidos a regimes de trabalho escravo tratadas com critérios de dramaticidade, conforme indicado pela autora:

A dramaturgia do telejornalismo veiculado em rede foi evidenciada pela existência de conflito narrativo como característica central em todas as matérias analisadas. Seria através desses conflitos, quase sempre ressaltados no texto dos apresentadores de cada programa, na chamada cabeça de locutor, que a(s) narrativa(s) do telejornal se organizaria(m). A estruturação do noticiário televisivo em torno de problemas, ações e disputas guardaria semelhanças com o que classificamos como um drama cotidiano. (COUTINHO, 2012, p.22).

Percebemos esse fato em algumas cabeças de matéria<sup>77</sup> das reportagens escolhidas para compor o nosso *corpus* documental, como pode ser observado a seguir:

---

<sup>77</sup> Jargão jornalístico que indica o texto de abertura lido pelo apresentador, no caso de telejornalismo.

Trabalho escravo. Coisa de antigamente? Não, não. No século 21, no tempo da riqueza no campo.

No meio da floresta, no Pará, 38 trabalhadores eram mantidos em condições sub-humanas. Sem salário, sem alimentação. E eram intimidados por capangas armados. Nossa equipe acompanhou o resgate no meio da selva. Você vai ver depoimentos emocionados desses trabalhadores no momento da liberação<sup>78</sup>.

Olá, bem-vindos à Liga. Eu e você aprendemos na escola que a escravidão é coisa de um passado distante, não é? Pois é, mas se eu te dissesse que enquanto você está assistindo televisão, mais de doze milhões de pessoas são vítimas do trabalho escravo no mundo...<sup>79</sup>

Você vai embarcar conosco numa viagem de quase mil quilômetros pela Amazônia. Vamos de trem. O mesmo trem que leva trabalhadores cheios de esperança que acabam virando escravos na floresta. É a Estrada de Ferro Carajás. Você vai ver agora a história de pessoas desta parte esquecida do Brasil que ainda guarda a mancha da escravidão<sup>80</sup>.

Os trechos apresentados acima são fragmentos de algumas reportagens que compõem o *corpus* documental. Trazemos estes trechos aqui para demonstrar o quanto a relação entre telejornalismo e dramaticidade é pertinente, principalmente por facilitar a identificação entre os materiais jornalísticos escolhidos junto aos sujeitos investigados na pesquisa: trabalhadores rurais maranhenses egressos do trabalho escravo contemporâneo.

Neste sentido, podemos afirmar que o conflito narrativo (COUTINHO, 2012) apresentado nas cabeças ou chamadas das reportagens escolhidas para a realização deste trabalho organizam as narrativas dos telejornais que relatam os dramas cotidianos desses sujeitos. Dessa forma, eles se aproximam desses textos e se interessam por eles. Nosso esforço consiste em deflagrar o diálogo sobre as representações do trabalho escravo a partir da assistência deste material midiático com um grupo de trabalhadores e compreender, assim, de que formas eles se apropriam da mídia na constituição de suas representações.

Para Coutinho (2012), a forma de contar uma história em nossos telejornais, especialmente o padrão ou roteiro para construção de uma matéria com texto, som e imagem, seria o segundo aspecto dessa dramaturgia. A identificação da existência de personagens no texto noticioso, de maneira latente

---

<sup>78</sup> Trecho extraído de reportagem exibida pelo Bom dia Brasil, da Rede Globo, em 2012.

<sup>79</sup> Trecho extraído de reportagem exibida pelo programa A Liga, da Rede Bandeirantes, em 2011.

<sup>80</sup> Trecho extraído de reportagem exibida pelo programa SBT Realidade, do SBT, em 2009.

ou manifesta, e ainda o papel representado por cada um deles na representação dos fatos foram investigados pela autora em sua tese de doutoramento.

No presente estudo, acreditamos que os níveis de dramaticidade percebidos no telejornalismo podem auxiliar processos de identificação e apropriação dos sujeitos junto ao texto jornalístico na busca de representações sobre o trabalho escravo.

Neste sentido, acreditamos que há possibilidades de interação entre a mídia (e aqui mais propriamente o texto jornalístico televisivo) e os sujeitos da pesquisa (trabalhadores rurais maranhenses egressos do trabalho escravo) nos processos de recepção para compreendermos a constituição das representações do trabalho escravo junto a esse grupo social a partir da mídia. Vale destacar aqui o sentido que atribuímos à mídia, neste estudo, como partícipe da sociedade e, dessa forma, podendo constituir representações sobre a temática adstrita aos sujeitos investigados.

Na tentativa de analisarmos a constituição dessas representações, perseguimos os processos de identificação e apropriação dos sujeitos junto ao texto midiático valorizando a linguagem (materializadas neste estudo pelos extratos de falas das reportagens e dos sujeitos entrevistados).

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Partimos do entendimento de Hall (2013) sobre a identificação como um processo de articulação, uma suturação sujeita ao jogo da diferença. Percebemos este movimento nas conversas com os entrevistados. Em vários momentos das falas, algo que lhes chamava a atenção nas reportagens tinha relação ou com alguma “falta” ou algum “excesso” nas representações percebidas por eles durante a assistência do material midiático exibido.

Às vezes a situação é mais precária do que as que passa aí. Eu mesmo já passei por essa situação e é difícil. Eu mesmo já fiz foi desmaiar de fome lá em carvoaria que eu fui parar em hospital. Essa situação é difícil de fazenda, carvoaria, um monte de lugar que às vezes a pessoa conta pra pessoa e quando chega naquela cidade, é outra. Oferece um valor pra pessoa e quando chega lá no serviço é outro valor. Aí te deixa sem água, sem comida, às vezes diz pro cara que vai dormir na rua, quando chega, dorme no meio do mato coberto de palha mesmo. É uma situação difícil, difícil demais o trabalho escravo. (Trecho de entrevista com trabalhador Pedro, concedida durante trabalho de campo em Açailândia (MA), dezembro de 2015).

No relato acima, o trabalhador se identificou com o que foi mostrado nas reportagens com relação à falta de infraestrutura nos locais de trabalho, mas afirmou que sua experiência foi ainda pior, com condições “mais precárias” do que as visualizadas. Esta afirmativa se referia à reportagem exibida pelo Fantástico, em 18 de março de 2009, e principalmente, ao trecho em que o repórter descreve as situações encontradas nas fazendas fiscalizadas, mostrando imagens e conversas com alguns trabalhadores, como podemos acompanhar a seguir alguns trechos das entrevistas:

**Repórter:** Tem banheiro aqui?

O banheiro é aquele que vocês podem filmar. (Imagens de banheiro improvisado com palhas de buriti, palmeira encontrada na região) (...).

**Repórter:** E o que vocês comiam?

A gente comia um feijãozinho meio-dia. À tarde, arroz branco e aí misturava com molho de pimenta... (Imagens da alimentação)<sup>81</sup>.

Notamos aqui a identificação operando por meio da diferença e envolvendo um trabalho discursivo ao retratar o fechamento e a marcação de fronteiras simbólicas, o que Hall (2013) chama de produção de “efeitos de fronteira”. Identificamos em vários momentos das entrevistas esses “efeitos de fronteira”, situações chamadas pelos trabalhadores de representações da “realidade”.

[...] acho que a reportagem mostra sim bastante a nossa realidade. Primeiro, o reconhecimento da gente. Eu não tinha assistido essa matéria, mas o Brasil todo assistiu. Foi um espanto pra mim. Eu cheguei onde me criei, dia 14 de dezembro de 2012, 33 anos depois que eu tinha saído de lá, num povoadinho do município de Grajaú (MA). Lá, todos os amigos, os compadre, primo, a família toda me reconheceram na televisão. Eles perguntaram o que eu tava fazendo lá... “eu conheci você no Jornal Nacional...o que foi aquilo?” Aí eu anunciei pra eles (...) e eles botaram fé. (Trecho de entrevista com trabalhador Sebastião, concedida durante trabalho de campo em Açailândia (MA), dezembro de 2015).

Neste caso, houve o reconhecimento do discurso midiático como algo que legitimou a experiência vivida pelo trabalhador, que foi submetido ao trabalho escravo e concedeu entrevista à mídia, sendo reconhecido pelos seus familiares e amigos como alguém que passou por aquilo mesmo, tanto que “saiu na televisão”; é “verdade”, é “real”. Mas mesmo os demais trabalhadores, que não tiveram a experiência de se ver em uma das reportagens exibidas durante o trabalho de campo, sentiram-se identificados com

---

<sup>81</sup>Trecho extraído de reportagem exibida pelo Fantástico, da Rede Globo, em 2009.

os materiais, embora sempre apresentando algum aspecto de sua “realidade”, que não foi retratado na tela.

Neste sentido, entendemos que os processos de identificação e de apropriação dos sujeitos junto a esses textos midiáticos nos ajudam a aproximá-los ou afastá-los das cenas (quando há estranhamentos) e nos proporcionam elementos de análise, principalmente quando eles acrescentam algo de que “sentem falta”; ou seja, o que não aparece nas reportagens, mas faz parte da “realidade” deles.

Ao estruturarmos a análise em tópicos de identificação e apropriação, organizamos os relatos a partir do que aproxima, do que afasta e do que os entrevistados acrescentam e/ou ressignificam a partir das representações midiáticas sobre o trabalho escravo. O resultado desse movimento de sentidos se traduz nas representações do trabalho escravo para esses sujeitos a partir da mídia.

Em geral, percebemos a participação da mídia na constituição das representações dos trabalhadores, muitas vezes intermediada por outras instituições sociais, pelas quais a mídia se debruça para construir, no caso estudado, suas narrativas jornalísticas sobre a temática. São principalmente os órgãos governamentais e não governamentais responsáveis pelo trabalho de prevenção e repressão ao trabalho escravo contemporâneo. Esses órgãos têm contato direto com os sujeitos investigados, seja no ato da denúncia, seja no ato das fiscalizações; ou ainda em atividades de prevenção, promovidas pelo movimento social em prol dos direitos humanos. E esses mesmos órgãos são também as principais fontes de informação da mídia na construção dos textos jornalísticos que tratam do assunto. Portanto, encontramos nas representações midiáticas um conjunto de representações de outras instituições sociais que ajudam a constituir as representações dos trabalhadores, uma vez que estão próximas deles.

## REFERÊNCIAS

COUTINHO, Iluska Maria da Silva. **Dramaturgia do Telejornalismo**: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de Televisão de Juiz de Fora (MG). Rio de Janeiro, Mauad X, 2012.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. Notas para um estado da arte sobre os estudos brasileiros de recepção nos anos 90. In MACHADO, J; LEMOS, A; SÁ, S (orgs) *Mídia.BR*, Porto Alegre: Sulinas, 2004.

FRANÇA, V. **O acontecimento e a mídia**. Galaxia (São Paulo, Online), n. 24, p. 10-21, dez. 2012

GOMES, Itania Maria Mota. **Efeito e Recepção**: A interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os media. Rio de Janeiro, E-papers Serviços Editoriais. 2004.

HALL, Stuart. **El trabajo de la representación**. In Sin garantías: Trayectorias y problemáticas en estudios culturales. Perú/Colômbia/Ecuador, 2010.

\_\_\_\_\_. Quem precisa de identidade? In SILVA, Tomaz Tadeu. **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

JOHNSON, Richard. O que é afinal, estudos culturais? In SILVA, Tomaz Tadeu da. (org e trad) **O que é afinal, estudos culturais?** Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo, Editora SENAC, 2000.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; REY Germán. **Os exercícios do ver**: hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo: Editora SENAC, 2001.

SOARES Gislene; SILVA, Rosa de Lima. O método *Análise de Cobertura Jornalística* e o acontecimento noticioso da doença do presidente Lula. **Revista Rumores**, Nº 14 , V7, São Paulo, julho-dezembro 2013.



## **Sociabilidade: implicações do conceito no estudo da comunicação**

**Nota do Autor**<sup>82</sup>  
***Vera Veiga França***<sup>83</sup>

### **1 INTRODUÇÃO**

O termo “sociabilidade” entrou mais fortemente em nosso vocabulário acadêmico (e nas pesquisas em Comunicação) no início dos anos 1990. Em 1994, no III Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS), foi criado o GT Comunicação e Sociabilidade (um GT que permanece até os dias atuais). O Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFMG, criado no mesmo ano, definiu como área de concentração “Comunicação e Sociabilidade Contemporânea”. Vários textos sobre o conceito surgem nesta década<sup>84</sup>, buscando explorar seu alcance e potencialidade. É interessante observar o movimento dos conceitos; em alguns momentos alguns deles “entram na moda”, digamos assim, e são utilizados por todos, às vezes inclusive de forma descuidada ou pouco precisa. Depois eles entram em desuso (por vezes são esquecidos quando não substituídos), e permanecem como uma ferramenta disponível para quando, de fato, se fizer necessária.

Essa espécie de “modismo”, no entanto, não é aleatória; o movimento em busca de novos conceitos, ou novos paradigmas explicativos, reflete modificações na própria realidade. É o campo do real, colocando questões e desafiando o esforço compreensivo, que vem indicar o esgotamento de certas ferramentas teóricas e provocar a busca de novos esquemas conceituais. Assim foi com o conceito de sociabilidade, contemporâneo do momento em que as novas tecnologias da comunicação sofreram um

---

<sup>82</sup> Uma primeira versão deste artigo foi publicada no livro *A encenação dos sentidos. Mídia, Cultura e Política*, organizado por José Luiz Braga, Antônio Fausto Neto e Sérgio Dayrell Porto, em 1995, editado pela Diadorim (RJ) e COMPÓS (Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação).

<sup>83</sup> Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFMG e pesquisadora do CNPq.

<sup>84</sup> Entre eles, citamos o artigo de Rousiley Maia, publicado na revista *Geraes* (UFMG) em 2002.

avanço vertiginoso, alterando o fluxo das informações e de nosso contato com diferentes realidades, bem como as possibilidades de se estar com o outro. A noção de sociabilidade pareceu adequada para falar dessa mudança e conformação das formas de relacionamento social provocadas pelas redes sociais, pela proliferação de imagens e informações.

Nenhum conceito, no entanto, contém em si mesmo a chave explicativa de uma situação social; ele é um operador, um auxiliar na construção de um quadro analítico. Neste sentido, o surgimento de conceitos deve ser tomado com cuidado, evitando usos e interpretações apressadas e, sobretudo uma alta carga de expectativa, como se sua simples aposição em um texto fosse dotada de grande poder de esclarecimento. O mesmo cuidado deve ser tomado quando, depois um período de uso exaustivo, um determinado conceito começa a ser esquecido, como se tivesse se esgotado. Cada conceito ilumina algum aspecto; atentar para a especificidade de cada um é importante para que saibamos quando e para quê convocá-lo, a que tipo de indagação ele pode ajudar a responder. O conceito de sociabilidade, depois de uma época em que foi bastante lembrado, caiu num certo esvaziamento. O objetivo desta breve reflexão é buscar resgatar os fundamentos teóricos do conceito e as possibilidades que ele traz para o estudo da comunicação. Em outras palavras, a que ele vem, e a que ele serve.

## **2 SOCIABILIDADE COMO RELAÇÕES SOCIAIS**

A primeira coisa a dizer, neste pequeno esforço de revisão, é que (tal como no caso de outros conceitos) seu significado não é unânime, e sociabilidade tanto recebe, por vezes, um uso muito genérico - quase como sinônimo de social -, como pode ser utilizado de forma mais restrita, qualificando um tipo bem específico de relação (como veremos adiante). O uso genérico de conceitos leva ao seu esvaziamento; não precisamos falar em “comunicação e sociabilidade” se nosso objetivo é apenas demarcar a natureza social da comunicação, a relação comunicação e sociedade. A aproximação entre as práticas comunicativas e a dinâmica de constituição e mudança da vida social é a questão-chave de inúmeras teorias. Desde o estudo dos efeitos e funções da comunicação, na Escola Funcionalista Americana, até as diferentes vertentes críticas de análise da (possível) massificação e alienação provocadas pelos meios, passando pelas utopias tecnológicas e/ou totalitárias, é fácil constatar que sempre, e de várias maneiras, a análise dos meios de comunicação e da vida social se cotejam. Sem risco

de errar, podemos dizer que os estudos da comunicação (e da mídia) compreendem, em grande medida, estudos de sua inserção na sociedade. Então, com certeza, comunicação e sociabilidade quer dizer muito mais do que simplesmente se “comunicação social”.

Começando então a delimitar o conceito, podemos perceber que a temática da sociabilidade marca uma determinada tendência de leitura, privilegia um viés, que diz respeito às relações sociais. Numa aproximação ainda bastante aberta, podemos dizer que a temática da comunicação e sociabilidade trata do alinhamento entre a prática dos meios e o desenho das relações entre grupos, classes e membros da sociedade. É esse alinhamento e a natureza dessas relações que marcam os indicadores de novas perspectivas de análise.

Duas abordagens distintas na maneira como vêm sendo interpretadas as relações entre meios de comunicação e relações sociais podem ser identificadas. A primeira delas poderia ser indicada como uso dos meios a serviço de relações pré-existentes na sociedade. Trata-se do chamado “uso instrumental”. Toda sociedade é estruturada em classes, extratos, campos de poder (conforme o quadro teórico utilizado na sua leitura). De acordo com essa perspectiva, tanto a propriedade como a dinâmica dos meios estão dadas em função e de acordo com a base estrutural de uma sociedade e com a divisão de poder entre as classes sociais; nesse contexto, os meios se colocam a serviço da mediação e da efetivação de certo tipo de relação entre elas. Os meios de comunicação estariam a serviço de relações de dominação, de construção da hegemonia ou, num uso alternativo, poderiam ser utilizados para a libertação, para maior esclarecimento de camadas da população, para a construção de uma contra-hegemonia.

Uma segunda perspectiva vai indicar, mais do que uma conformação da mídia a uma estrutura relacional existente, o seu papel na reconfiguração das relações e do cenário social. Aqui o que se procura registrar é que as relações sociais não são as mesmas antes e depois do advento dos novos meios tecnológicos (principalmente em suas novas configurações digitais). A prática dos meios, as novas linguagens que eles inauguram, a entrada em cena de novos interlocutores, a criação de um novo cenário e o reordenamentos dos espaços – a nova maneira de estar na sociedade via meios tecnológicos, enfim - vieram implodir o panorama da vida social. As relações econômicas, as relações políticas, as diferentes relações estruturadoras da vida social tomam um novo “formato” na era da informação e da imagem; a

vida social adquire uma nova natureza. É nesse momento que o conceito de sociabilidade começa a ser convocado, e se diz que “os meios de comunicação inauguram uma nova sociabilidade”, ou seja, os meios desenvolvem novas formas de relação.

### **3 O CONCEITO DE SOCIABILIDADE**

Para além desse uso ainda geral - dizer que os meios refletem/interferem nas relações sociais -, é interessante examinar o próprio conceito de sociabilidade. Tomemos como ponto de partida o sentido expresso na definição apresentada nos dicionários (cf. Aurélio, por ex.): sociabilidade é a qualidade do que é sociável (sociável: que se pode associar, que gosta de viver em sociedade, que é dado à vida social); modos de quem vive em sociedade; tendência para viver em sociedade. Tal definição, se não é completamente elucidativa, enfatiza a tendência a se associar, o apego à vida social.

É exatamente essa ênfase que é resgatada e reforçada pela contribuição de dois autores que discutem o assunto e que aqui tomamos como referência, George Simmel (1988) e Michel Maffesoli (1984). Encontramos em Simmel, sociólogo alemão (1858-1918) a formulação original do conceito de sociabilidade, que se justapõe e marca uma distinção no seio das relações sociais, indicando a especificidade de um tipo de relação. Tradicionalmente, ao falarmos de relações sociais, estamos nos referindo a relações formais, estabelecidas, relativamente estáveis e cumprindo um papel determinante na organização da vida social (veja-se o uso dos conceitos de classes, estamentos, castas, extratos sociais). Podemos pensar aqui em relações econômicas (entre classes proprietárias dos bens de produção e classes trabalhadoras) e comerciais, em relações religiosas, relações familiares. Elas estão dadas, nós as encontramos quando nascemos e, pela socialização, aprendemos a nos mover e nos situar dentro delas, conforme nosso próprio lugar.

Distinguindo-se desses formatos estáveis e “funcionais”, Simmel se refere à sociabilidade como “a forma lúdica da socialização”. Dentro da sociologia clássica, socializar se refere ao processo de aprendizado da vida social, de imposição de padrões sociais à conduta individual; processo pelo qual um indivíduo aprende a ser membro de uma sociedade. Para Simmel, a socialização se refere às inúmeras formas através das quais indivíduos e grupos, impulsionados por interesses diversos (interesses econômicos, instintos eróticos, afetividade, impulsões religiosas, ameaças etc), se soldam numa unidade

onde esses interesses se realizam. A socialização compreende o processo de ajustamento, de justaposição de indivíduos solitários através de formas de existência comum e solidária (SIMMEL, 1991, p. 122).

Aqui a socialização é apresentada no seu caráter mais negocial e de construção de uma vida comum. Porém enquanto a concepção clássica privilegia o aspecto externo e impositivo da socialização (o caráter coercitivo da cultura), Simmel, na sociologia compreensiva que é a sua, destaca outros aspectos: interesses, diversidade, e o movimento que cria a unificação de elementos distintos. O processo de socialização é a *forma*<sup>85</sup> global desse processo de construção da vida social, dessa dinâmica de associação buscada pelos indivíduos para realizar seus interesses.

É aí que entra a sociabilidade, a *forma lúdica da socialização*. Ela é uma dessas inúmeras formas através das quais os indivíduos se associam; sua distinção é que, em contraposição às demais, ela é marcada pela inexistência de fins práticos. Nem conteúdo nem resultado; no seu extremo, a noção de sociabilidade significaria a forma pura – “uma relação que de certa maneira não quer senão existir como relação” (SIMMEL, 1991, p. 133). Dentro do campo da sociabilidade, os indivíduos se comprazem em estabelecer laços, e esses laços têm em si mesmos a sua razão de ser.

[...] nos momentos sérios de sua vida, os homens falam em função do conteúdo que eles querem comunicar ou sobre o qual eles querem ouvir; na sociabilidade, ao contrário, *o discurso torna-se seu próprio fim*, não no sentido naturalista da tagarelice, mas no sentido da arte da conversação, com suas próprias leis artísticas. (SIMMEL, 1991, p. 131). (grifo nosso)

Em tal perspectiva, a sociabilidade aponta uma certa exuberância, expressão paroxística de um querer viver, querer se relacionar:

Toda sociabilidade não é senão um símbolo da vida; *um símbolo*, no que ela se desenha no desenrolar de um jogo que satisfaz facilmente as pessoas; mas entretanto ela é também um símbolo *da vida*, cuja imagem apenas se transforma na medida da distância que se consegue ganhar sobre ela; isso no mesmo sentido em que a arte mais livre e mais fantasista, a mais distanciada de qualquer cópia do real, se alimenta de uma relação profunda e fiel com a realidade, sob pena de se tornar vazia e mentirosa. (SIMMEL, 1991, p. 135). (grifo nosso)

---

<sup>85</sup> Veja-se, a propósito, a noção de “formismo” em Maffesoli (1988).

Assim, a sociabilidade se apresenta para Simmel como um jogo de formas, de desempenhos (performances), “obra estilizada tecida com os fios do real”. Distanciando-se, a sociabilidade se alimenta de uma relação profunda com a realidade. É na sua “irrealidade” que ela se manifesta da forma mais autêntica enquanto “representação” do real. O sentido de “forma”, a natureza relacional, a convivialidade são retomados por M. Maffesoli (1984; 1985), que define a sociabilidade (ou socialidade, como ele prefere nomear) como “solidariedade de base, societal em ato” (MAFFESOLI, 1985, p. 17). A socia(bi)lidade de Maffesoli refere-se à força vital de agregação, à atração do outro, ao “divino social” formulado por Durkheim (1991). Para Maffesoli (1985), a socia(bi)lidade se opõe ao político – pelo menos às relações cristalizadas da política, ao político institucional – e se remete às relações anárquicas, contraditórias e fusionais que cimentam a criação da comunidade e impulsionam as diferentes formas de agregação. Enquanto as relações sociais formais estão fundadas em fins pragmáticos e no racional, a socia(bi)lidade é da ordem do afetivo, do sensível, do efêmero.

Num outro registro, Boaventura Santos (num texto cujo objetivo não é discutir a sociabilidade, mas ampliar o espaço de reflexão dos cientistas sociais), distingue seis espaços estruturais que povoam a nossa realidade contemporânea. São eles o espaço-tempo doméstico, o espaço-tempo da produção, o espaço-tempo da comunidade, o espaço estrutural do mercado, o espaço-tempo da cidadania, o espaço-tempo mundial (SANTOS, 2007, p. 61 e/s). Não é o caso aqui de explorar a maior ou menor pertinência e completude dessa divisão, mas chamar a atenção para o fato de que o autor aponta, em cada um deles, o desenvolvimento de formas próprias de sociabilidade. Ou seja, cada espaço-tempo implicam lugares, posicionamentos, temporalidades, ritmos, duração. *Formas específicas* de relação – um tipo de sociabilidade.

Ou seja, as diferentes situações, as muitas configurações da vida social trazem ordenamentos quanto às relações que aí se realizam. Apoiando-nos em Simmel (1991) e Maffesoli (1985), vamos dizer que cada uma delas orienta formas, suscita espessuras de sentimento, de emoções, de investimentos. Estar com o outro é uma arte que exige permanente investimento e criatividade dos atores sociais em suas performances e na construção desse “estar junto com”.

#### **4 COMUNICAÇÃO E SOCIABILIDADE**

Não querendo me alongar nesta discussão, a indagação que se coloca, retomando a temática proposta, refere-se aos reflexos de tais perspectivas no estudo da comunicação. Em outras palavras, se a sociabilidade é um conceito de natureza sociológica, e diz respeito à forma das relações sociais, indicando um tipo de relação, ou uma dimensão que permeia e conforma essas relações, de que maneira a junção comunicação e sociabilidade agrega sentido e confere um dado viés aos estudos comunicacionais?

Buscando responder a esta questão, a primeira coisa a ressaltar é que o enfoque trazido pela sociabilidade ajuda a recolocar em novos patamares a própria relação comunicação / sociedade. Na formulação mais frequente, as análises sociais da comunicação tomam “comunicação” e “sociedade” como entidades (ou fenômenos) dotadas de existência própria e de relativa autonomia, inscritas numa dinâmica de determinação e causalidade que, conforme a formulação (o quadro teórico adotado), pode se alternar de um polo a outro. Por vezes é a sociedade, enquanto uma totalidade pré-existente, que orienta e instrumentaliza a ação dos meios, formula demandas, impõe um papel (seja a sociedade como um todo, que atribui à comunicação o cumprimento de certas metas, como informar, integrar seus membros; sejam os grupos ou classes, que usam da comunicação para manter e/ou disputar o poder). Em outras abordagens (em teorias midiocêntricas, tais como a de McLuhan e suas versões mais atuais), são os meios que, dotados de certa onipotência, passam a configurar a vida social. Aqui se diz que a história da humanidade vem passando por estágios diferentes, conforme os meios de comunicação (os dispositivos e suportes) em uso em cada época.

O conceito de sociabilidade, no sentido de relações de base, formas lúdicas de socialização, atração pela vida social (a força do ser-junto-com), direciona um olhar distinto, realçando a imbricação comunicação/sociedade, numa configuração em que a comunicação ajuda a estabelecer a realização do social. Ou seja, ela propicia o “estar com”; ela dá forma e materializa a realização das relações que os membros da sociedade estabelecem entre si. Em tal perspectiva não se trata mais de pensar em uma instância que reflete ou determina a outra, mas compreender a prática comunicativa (da qual redes digitais constituem hoje a faceta mais evidente) como espaço próprio da vida social, momento do social – social em ato, como diz Maffesoli (1988).

Nas análises da comunicação, a noção de sociabilidade possibilita indicar a existência de uma outra lógica, ou de uma outra dinâmica na construção das relações comunicativas. Ela ajuda a pensar a interseção, ou talvez mais propriamente a imersão dos meios no seio das mesmas forças que impulsionam o estar-junto que constitui uma sociedade ou uma vida em comum. Seguindo essa perspectiva, entenderíamos que as práticas comunicativas da sociedade obedecem a uma lógica que é sua (intrínseca ao ato) e que é da vida social em seu conjunto. Os meios não obedecem a diretrizes que estão fora deles, não se dão de fora para dentro, como força configuradora da vida social sediada externamente e incidindo nas práticas comunicativas. Tais diretrizes se encontram dentro dessas práticas, pois o social apenas existe nas diferentes instâncias e ações que compõem a vida social. E a comunicação não é uma prática apartada da dinâmica mais ampla da sociedade; ao contrário, elas são *uma das práticas* que dão a ver essa dinâmica, e as forças que as impulsionam.

Contrariando os prognósticos sombrios de algum tempo atrás (o fantasma das utopias totalitárias, onde a câmera constitui o grande olho), os meios não absorveram o conjunto da vida social: eles constituem sua face visível. Não se trata aqui de negar o peso e a importância da mídia, a presença avassaladora da técnica e da sociedade da imagem, mas de buscar ver como essa presença não é *outra coisa*, e não substituiu a pulsação da vida – mas torna visível esse pulsar. Os diferentes meios foram incorporados na vida do dia-a-dia, e eles tanto interferem nas nossas atividades e na construção do sentido como são invadidos e atravessados pelas atitudes prosaicas que edificam a vida cotidiana (dos quais os vídeos domésticos, os bate-papos e namoros via redes constituem pequenos exemplos).

Ora, uma tal perspectiva, que indica o espaço dos meios como um espaço de realização da vida social, espaço de estar um com o outro, aponta algumas diretrizes no estudo da comunicação. De forma sucinta, e sem pretender esgotar o assunto (mas apenas abrir possibilidades), indicamos algumas pistas analíticas em direção a três dimensões básicas do fenômeno; três entradas iluminadas, digamos assim, pela noção de sociabilidade (pela força do aspecto relacional na configuração das práticas comunicativas). Inicialmente, e substituindo os paradigmas unidirecionais que marcaram os primeiros estudos comunicacionais, é interessante pensar a comunicação enquanto interação, forma interativa. A crítica à teoria americana e ao modelo informacional (configurando uma relação unilateral entre emissor e receptor) recebeu como contraponto, ao longo dos anos 1970, um modelo alternativo, referindo-se a

relações dialógicas ou bilaterais; frente a uma televisão que emite, e um a audiência que recebe, a “verdadeira” comunicação seria aquela onde todo emissor é simultaneamente receptor, e todo receptor é simultaneamente emissor.

Ora, nem toda prática comunicativa é dialógica no sentido estrito do termo (marcada pela equivalência de funções entre emissores e receptores), e *cada uma delas configura uma determinada forma de interação*. Desde os modelos mais bilaterais (uma troca conversacional entre duas pessoas) até as formas mais verticais e autoritárias que se dão a ver em algumas práticas comunicativas, trata-se sempre de um tipo de comunicação, uma forma de interação em que *um* e *outro* estão lá desde o princípio. E é exatamente em função da diversidade de formas que podem adquirir as interações comunicativas, do aspecto contraditorial que elas podem assumir, que elas necessitam ser melhor compreendidas em sua particularidade. Assim, o estudo da comunicação, inspirado pelo viés da sociabilidade, é o estudo de relações comunicativas inscritas no terreno da experiência. No panorama contemporâneo, marcado pela exacerbação do espaço midiático, novas experiências se realizam através dos meios. É necessário investigar a natureza dessas experiências, a maneira e o formato das relações que se estabelecem; a presença viva de atores/interlocutores que atuam, interatuam, se estimulam reciprocamente e reagem – dentro de formas que nem sempre podemos prever.

A segunda entrada analítica diz respeito à dimensão de sentido que permeia uma prática comunicativa, e que é também marcada pelas características das relações estabelecidas. A presença do um e do outro, a criação de laços que acontece via televisão, via computador, via mensagens sonoras têm essa particularidade de se expressar, se realizar através de uma materialidade simbólica particular, de uma inscrição concreta – um “texto”. Aliás, é a dimensão simbólica, a mediação e o encontro através do simbólico, a utilização de uma linguagem (um campo de estruturação e de passagem do sentido) que marca a especificidade da relação comunicativa frente a outras formas de relação.

No entanto, o sentido nas interações comunicativas estabelecidas pelos indivíduos é invasivo; ele não se confina nos limites estritos da mensagem, mas se completa e transborda através dos interlocutores e até mesmo da ambiência em que eles estão imersos. Um sentido se constrói numa relação comunicativa, que é o sentido inscrito na mensagem (no texto produzido), mas é também o sentido da própria relação,

da presença viva de um e do outro, é o sentido de pessoas que atuam em um tempo e um lugar. O estudo da comunicação inclui a apreensão da atmosfera simbólica que permeia a relação, que marca a incidência da linguagem num dado contexto relacional.

Como terceiro aspecto, a noção de sociabilidade nos afasta da definição de efeitos e finalidades definitivas, e nos sugere a análise do movimento, do efêmero, do pontual. Ela expande os limites do ato comunicativo, e nos incita a pensar a prática comunicativa – que se realiza através de diferentes aparatos tecnológicos – na sua aproximação e na sua interpenetração com outras práticas da vida social. Em lugar de isolar o espaço midiático, devemos antes buscar sua inserção num terreno mais amplo, e compreender como ele realiza, compõe e pontua nossas existências cotidianas exatamente no que ela tem de cotidiana, banal e vivida.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Em síntese: a noção de sociabilidade nos ajuda a resgatar a complexidade do ato comunicativo; sua natureza de relação, sua natureza simbólica e sua inserção no terreno da experiência e da vida social. Como trabalhar com essa perspectiva, resgatar a complexidade e avançar na compreensão da comunicação contemporânea constitui o nosso desafio.

Como disse no início, este é um texto exploratório, que não pretende dar respostas, mas estimular discussões. Como pesquisadore/as, trabalhamos com pressupostos e convicções. Minha convicção é de que o ato comunicativo exprime sempre uma pulsação da vida social. O conceito de sociabilidade abre perspectivas que me parecem frutíferas para avançar nesse reconhecimento da persistência da vida social – apesar e através de meios tecnológicos que ajudam a configurar formas novas e cada vez mais sofisticadas de práticas comunicativas.

## REFERÊNCIAS

DURKHEIM, Emile. **Les formes élémentaires de la vie religieuse**. Paris: Le livre de poche, 1991.

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

\_\_\_\_\_. **O conhecimento comum**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

\_\_\_\_\_. **La transfiguration du politique**. Paris: Grasset, 1985.

MAIA, Rousiley C. M. Sociabilidade: apenas um conceito? **Geraes – Estudos em Comunicação e Sociabilidade**, n.53. Belo Horizonte, UFMG, 2002

SANTOS, Boaventura de S. **Renovar a teoria crítica e reinventar a emancipação social**. São Paulo: Boitempo, 2007.

SIMMEL, Georg. **Sociologia et épistémologie**. Paris: PUF, 1991, 2ª ed.

\_\_\_\_\_. **La tragédie de la culture et autres essais**. Paris: Rivages, 1988.



## **Tecnologias da convergência da informação em bibliotecas, arquivos e museus: aproximações necessárias**

*Valdirene Pereira da Conceição<sup>86</sup>  
Maurício José Morais Costa<sup>87</sup>*

### **1 INTRODUÇÃO**

A sociedade atravessa períodos de grandes transformações, transformações estas que são impulsionadas pelas novas tecnologias e novas formas de recuperar, acessar e consumir qualquer conteúdo informacional. Em um contexto resultante das grandes revoluções tecnológicas, ressalta-se que estas têm ocorrido a todo o momento, colocando a cada dia novos recursos, novos dispositivos e novas ferramentas à sociedade. Materializada não apenas no suporte físico – entendam-se aqui livros e materiais impressos – a informação saiu do códice para os *bites* e *bytes*, tornando-se ainda mais maleável, editável e veloz. A partir das principais ferramentas tecnológicas, a informação consegue se moldar, não apenas ergonomicamente, mas também se adapta aos seus distintos e exigentes consumidores.

Desse modo, um novo paradigma fora instaurado para os “lugares” onde a informação apresenta-se e encontra-se reunida. Houve, de fato, uma revolução que impactou diretamente nas principais instituições responsáveis por abrigar a informação registrada, agora não apenas em livros ou outro material tangível. Assim sendo, bibliotecas, arquivos e museus, ainda que cada qual concentre suas especificidades, tanto no que diz respeito às suas teorias e práticas, quanto aos seus objetivos e

---

<sup>86</sup> Professora do Departamento de Biblioteconomia da Universidade Federal do Maranhão – UFMA (Brasil). Doutora em Linguística e Língua Portuguesa. E-mail: [cvaldireneufma@gmail.com](mailto:cvaldireneufma@gmail.com).

<sup>87</sup> Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade. Membro do Grupo de Estudos e Pesquisa em Tecnologias Digitais na Educação (GEP-TDE). Grupo de Estudos e Pesquisas em Patrimônio Cultural. Bacharel em Biblioteconomia pela Universidade Federal do Maranhão – UFMA (Brasil). E-mail: [mauriciojosemorais@gmail.com](mailto:mauriciojosemorais@gmail.com).

relacionamentos com seus usuários/consumidores, é possível que tais aparelhos culturais trabalhem de forma integrada.

Neste sentido, pode-se destacar que cada um dos campos necessita de instrumentos com capacidade não só de processar os documentos e os registros, mas tudo aquilo que precisa chegar com mais agilidade aos usuários. Desse modo, tanto a Biblioteconomia, quanto a Arquivologia e a Museologia aglutinam saberes e aplicações específicas no que diz respeito ao tratamento, descrição, uso e reuso de informações que agora não pertencem somente a elas, mas a uma infinidade de campos (SIMIONATO; ARAKAKI; SANTOS, 2017).

Considerando o contexto até aqui relacionado, destaca-se que a forma como a informação se apresenta e é descrita no ambiente *Web*, desprende inúmeras possibilidades para os profissionais responsáveis por tais tarefas. O *Linked Data*, por exemplo, proporciona não apenas uma descrição mais ampla, mas permite o diálogo, a convergência, o uso e o reuso de dados por bibliotecas, arquivos, museus, centros de documentação, dentre outros. Sendo assim, pretendemos aqui fazer uma discussão acerca das novas formas de representar, descrever as informações e mostrar as potencialidades da convergência entre bibliotecas, arquivos e museus. Além disso, refletimos acerca dos impactos do processo de representação, recuperação, uso e reuso de dados por esses aparelhos culturais, bem como evidenciamos os benefícios dos novos recursos tecnológicos e convergentes para as áreas das Ciências da Informação, tais como: Biblioteconomia, Arquivologia, Museologia, Comunicação, Jornalismo, dentre outras.

## **2 AS TECNOLOGIAS E A CONVERGÊNCIA DE MÍDIAS INTERATIVAS NO CONTEXTO ATUAL**

É inequívoco que o uso das tecnologias ressignificou a forma de se comunicar na sociedade contemporânea, agregando instrumentos de transmissão de voz e imagem (chamadas de vídeo, *e-mails*, *webcam*, dentre outros), possibilitando aos usuários acesso amplo e rápido a notícias em *web sites*, informações em geral, leitura de periódicos digitais, troca de mensagens instantâneas por meio do correio eletrônico e *chats*. Com isso, tem-se uma maior capacidade de interação entre os elementos da comunicação, visto que o usuário tornou-se emissor e receptor de forma simultânea dentro da Rede (RECUERO, 2000).

Tornando-se mais um instrumento de entretenimento que disponibiliza acesso a redes sociais, *blogs*, fóruns, compartilhamento de músicas, filmes, leitura de *e-books*, jogos e também difusão de ideias através de plataformas audiovisuais, como, por exemplo, o *Youtube*. Portanto, é oportuno compreender as multifuncionalidades da conversão de mídias no cenário digital. Diferentes atividades estão sendo realizadas em um espaço mínimo de tela a partir de aparelhos eletrônicos, desde enviar *e-mails* ou mensagens instantâneas. Por meio dos *smartphones* é possível sincronizar arquivos com computadores, ter acesso às redes sociais, descarregar conteúdos digitais (músicas, filmes, livros, entre outros), brincar em jogos virtuais e até localizar endereços via mapas navegando na Internet (VIEIRA, 2011).

É notório que a cada ano as tecnologias de informação e comunicação estão mais presentes nos lares dos brasileiros. Esses recursos tecnológicos devem ser vistos como ferramentas aliadas e alinhadas ao processo de busca e recuperação da informação. São instrumentos que, se usados de maneira programada, com propósitos específicos, serão convertidos em recursos atrativos para estimular o uso e reuso das informações adquiridas e transformá-las em conhecimento de modo mais autônomo.

A partir dos desafios contemporâneos, bibliotecas, arquivos e museus estão passando por um processo de transição. Contudo, é imprescindível a essas instituições atualizarem-se acerca do perfil desta nova geração em seus espaços físicos. Valentim (2010), evidencia desafios que exigem uma nova maneira de atuar, um novo papel a cumprir junto ao público usuário, tais como: a presença das novas formas de aprendizagem (cursos a distância, salas de aula virtuais, materiais didáticos e científicos em repositórios institucionais), o contato com as TICs móveis (*tablets* e *smartphones*) e sua relação mediada para sanar as necessidades e demandas da sociedade em rede, além de auxiliar o desenvolvimento de competências na busca de informações dos usuários, para que estes compreendam como se dá a manipulação da informação no ambiente eletrônico e digital, além das questões do acesso aberto (*Open Access* e *Online Public Access Catalog* – OPAC) e gratuito à informação (*Copyleft*).

Sendo assim, os aparelhos culturais ora mencionados, com o intuito de disponibilizar conteúdos digitais, têm buscado apresentar aos usuários um diferencial a partir do uso dos dispositivos móveis, visando a um melhor aproveitamento de seus recursos. Diante desta nova conjuntura social, tais

instituições passam por um processo de adaptação, mesmo que de modo indireto é posto a elas a necessidade de adaptarem-se às mudanças ocorridas no ambiente em que estão inseridas.

### **3 BIBLIOTECAS, ARQUIVOS E MUSEUS: um elo necessário**

A preocupação com a organização dos acervos vem desde a Antiguidade, um período onde as bibliotecas, arquivos e museus ainda não eram de livre acesso a todos, ficando restritas apenas aos mais reconhecidos socialmente, ou seja, ao clero e a nobreza. Os bibliotecários, os arquivistas e os museólogos, tinham o desafio de elaborar ferramentas capazes de descrever os registros do conhecimento, visando sua plena e eficaz recuperação.

A manutenção do papel e da finalidade dessas instituições, se dá a partir do momento em que a sociedade passou a produzir um número cada vez maior de informações, gerando a necessidade de a grande massa documental ser organizada. Assim, bibliotecas, arquivos e museus são corresponsáveis não apenas no processo de organização, representação e descrição dos bens que abrigam, mas que estas sejam capazes de atender as demandas de seus usuários.

Conforme Sousa (2015), tais aparelhos culturais assumem uma função determinante na sociedade, por permitirem a interpretação, a crítica e, sobretudo a aquisição de saberes e conhecimentos. Desse modo, Rasteli e Caldas (2017), reforçam que tanto o papel das bibliotecas, quanto dos arquivos e museus se ampliam à medida que estes assumem sua função fundamental na manutenção da cultura, do desenvolvimento, face às diferentes tipologias documentais, agora fortemente influenciadas pelas novas tecnologias.

Smith (2000), chama atenção para a mudança de paradigma, cujo olhar sai dos processos técnicos para os usuários, destacando-se a importância cultural e informacional que é oferecida à população. Nesse sentido, Conceição (2011, p. 17), acentua que o “[...] o reconhecimento e o uso da informação como recursos estratégicos de desenvolvimento nas mais diferentes áreas da produção humana [...]” é essencial para o próprio desenvolvimento social. A gênese das bibliotecas, arquivos e museus se assemelham, em muitas vezes a própria concepção de cultura, tendo em vista sua preocupação com a preservação e a transmissão de conhecimento às futuras gerações (ARAÚJO, 2010).

Ressaltamos, portanto, então a importância em discutir o papel de tais aparelhos culturais nos dias atuais, tomando por base o processo de busca e recuperação da informação, necessitando, assim, de ferramentas capazes de descrever e representar toda essa massa documental manifestada em impressos, livros eletrônicos, pinturas, estátuas, plantas, dentre outros (BELLOTTO, 2008).

#### **4 AS TECNOLOGIAS DA CONVERGÊNCIA EM BIBLIOTECAS, ARQUIVOS E MUSEUS**

Durante longos tempos, a Biblioteconomia, a Arquivística e a Museologia caminharam lado a lado, mas cada uma com suas especificidades, distinções e, sobretudo teorias e práticas que até então eram consideradas distantes, principalmente por questões terminológicas. Todavia, conforme esclarecem Simionato, Arakaki e Santos (2017), embora existam diferenças entre bibliotecas, arquivos e museus, as aproximações são ainda mais notáveis, principalmente quando se leva em consideração as naturezas históricas dos três campos.

As práticas dos profissionais responsáveis pela gestão desses aparelhos culturais, e conforme Finamor e Paula (2016), as habilidades técnicas da prática do bibliotecário, empregadas, por exemplo, no processo de catalogação, classificação, indexação, são apenas um dos elementos que compõem a organização do conhecimento. De forma semelhante, a prática dos profissionais da Arquivística ocorre a partir dos conhecimentos da documentação, uma vez que estes são responsáveis por organizar as informações registradas nos documentos, quer sejam de natureza administrativa ou histórica. Finalmente, mesmo que os museus sejam percebidos por grande parte da sociedade como instituições de acervo artístico, composto de obras disponibilizadas para visitação, para a dita contemplação, também nele se fazem necessárias metodologias de organização e identificação da informação (GRÁCIO; FADEL, 2010).

Simionato, Arakaki e Santos (2017), destacam que todo o processo que permeia as práticas de representação e organização do conhecimento voltadas às necessidades dos usuários, deve ser claro e sucinto. Mas, ainda que se busque simplicidade e facilidade para os usuários, tal tarefa não implicará em produtos menos robustos, em outras palavras, catálogos com menos informações que os convencionais. A estruturação dos catálogos, bem como sua elaboração, deve estar voltada não apenas para a localização das informações, mas, principalmente, para que os dados ali inseridos sejam usados e reutilizados,

tornando o processo de busca, recuperação e uso da informação ainda mais eficiente. Sendo assim, é necessária a identificação das propriedades e especificidades do registro, na perspectiva de tornar sua descrição ainda mais única, garantindo, assim, o acesso por parte dos usuários.

O que vai determinar a forma como o acervo é organizado são as próprias diretrizes preconizadas em cada um dos eixos – bibliotecas, arquivos e museus – o que segundo Ortega (2009), implica em uma das principais problemáticas quando se trata de unificar, ou seja, convergir os metadados acerca dos acervos desses três aparelhos. Ainda, de acordo com Ortega (2009, p. 16), a Museologia e a Biblioteconomia “[...] se ocupam das informações atribuídas a documentos [...]”, diferentemente da Arquivística, cuja relação com os documentos se dá em detrimento do processo de natureza administrativa, estes situados em determinados períodos de tempo, como ocorre nos arquivos correntes. Portanto, de acordo com Maringelli (2016, p. 162), “[...] as três áreas apresentam uma tendência em comum que é a de transformar suas regras em dogmas vinculados a práticas e não a conceitos.”

O processo responsável pela descrição, quando se trata do contexto das bibliotecas, cuja perspectiva visa caracterizar unicamente um documento e assim disponibilizá-lo, é chamado de Catalogação. Entende-se por Catalogação, todo o processo pelo qual passa o registro do conhecimento até chegar ao seu destino que é o usuário. Trata-se das tarefas que possibilitam responder às demandas dos usuários nos mais diferentes acervos, permitindo que a informação possa chegar ao usuário. É nesse processo que a representação do documento toma sua forma, uma vez que se definem elementos individualizadores do registro, entre eles, autoria, título, local de publicação e edição, bem como outras informações (MEY; SILVEIRA, 2009; SANTIAGO, 2004).

O processo de descrição e organização em arquivos parte da definição de metadados, cuja finalidade é identificar aspectos específicos acerca dos documentos que se pretende organizar. Logo, a organização da informação Arquivística centra-se em identificar não apenas os processos envolvidos, mas também a localização dos documentos, dando subsídios assim para os instrumentos de localização destes (YAKEL, 2003). Simionato, Arakaki e Santos (2017), com base em Ferrez (1994), ressaltam que o processo voltado para museus e galerias de arte não difere drasticamente em relação ao que ocorre em

bibliotecas, por exemplo. Segundo os autores, a diferença está na finalidade da galeria de arte, que é o de alcançar a venda da obra.

Quando se trata da realidade dos museus, há diversos pontos de similaridade para o processo de descrição que é realizado em bibliotecas. Nos museus também são utilizados catálogos, cujos dados podem ser inseridos na perspectiva de que os documentos possam ser organizados e recuperados, isso independente de sua natureza documental, uma vez que em museus há tanto pinturas, quanto esculturas, maquetes, dentre outros itens (SIMIONATO; ARAKAKI; SANTOS, 2017). Considerando que existem três campos do conhecimento, com práticas específicas para cada um deles, antes de pontuar os elementos de convergência entre os mesmos, é importante destacar que todos eles especificam seus métodos de representação e organização dos registros (LIMA, 2013). No Quadro 4, apresenta-se de modo sintetizado os instrumentos de organização e representação pertinentes às bibliotecas, arquivos e museus:

**Quadro 4** – Instrumentos de representação e organização

<b>BIBLIOTECAS</b>	<b>ARQUIVOS</b>	<b>MUSEUS</b>
Código de Catalogação Anglo-Americano (AACR2);  Machine Readable Catalogin (MARC21);  Requisitos Funcionais para Registros Bibliográficos (FRBR);  Requisitos Funcionais para Dados de Autoridade (FRAD);  Requisitos Funcionais para Dados de Autoridade Assunto (FRSAD);  Recurso Descrição e Acesso (RDA);  BIBFRAME.	General International Standard Archival Description (ISAD G);  International Standard Archival Authority Record for Corporate Bodies, Persons and Families (ISAAR CPF).	<i>Documentation International Committee for Documentation (CIDOC);</i>  Cidoc Conceptual Reference Model (CIDOC-CRM).

Fonte: Conceição e Costa (2017)

Desde a concepção dos primeiros códigos de catalogação, nota-se que há uma infinidade de instrumentos que, com o passar dos anos, foram sendo aperfeiçoados. Embora não se tratem de códigos de catalogação, os modelos conceituais (FRBR, FRAD, FRASAD), consistem em um formato destinado aos registros bibliográficos, portanto, trata-se de um modelo entidade-relacionamento, cuja proposta é apresentar requisitos essenciais para um determinado registro bibliográfico e os relacionamentos que este pode estabelecer com suas entidades, seja por meio da relação obra-expressão, expressão-manifestação, manifestação-item, cujo uso não se limita somente a bibliotecas, arquivos e museus.

No que diz respeito à descrição dos documentos arquivísticos, a ISAD(G) não apresenta-se como uma norma rígida, mas um elemento norteador que fornece diretrizes para a descrição desses documentos. Tal instrumento é fruto de esforços da própria comunidade Arquivística, na perspectiva de que as terminologias e os procedimentos fossem padronizados.

Desse modo, a descrição arquivística converge justamente com as bibliotecas, ou seja, “O processo descritivo em arquivos se assemelha aos processos da biblioteca no que diz respeito à busca pela padronização do processo de descrição.” (MARINGELLI, 2016, p. 99).

O CIDOC-CRM consiste em uma ontologia do domínio do patrimônio cultural, voltada para a integração de informações museológicas. Nada mais é que um mecanismo ontológico capaz de lidar com a transferência e migração de dados entre fontes distintas (CARRASCO; THALLER; VIDOTTI, 2015; SANTOS, 2016).

Os metadados são elementos intrínsecos e permeiam o processo de catalogação, inclusive no domínio bibliográfico, fundamental para os sistemas em ambientes informacionais digitais. Nesse sentido, deve-se buscar maior precisão e padronização, tanto na construção, quanto na aplicação e uso dos metadados, uma vez que maior será a economia dos sistemas, implicando em bons resultados na busca e recuperação da informação em ambientes digitais.

Os metadados não se restringem apenas aos ambientes digitais, visto que estão presentes nas construções e descrições manuais (ALVES; SANTOS, 2013). O que garante a plena aplicação dos metadados e ganhos no acesso e recuperação dos recursos informacionais reside em sua construção

padronizada atender a princípios básicos específicos, garantindo que sua elaboração não se dê de modo desordenado ou arbitrário.

O *Dublin Core Metadata Initiative* (DCMI) e o *Institute for Electrical and Electronics Engineers* (IEEE) *Learning Object Metadata* (LOM) *Working Group*, apresentam três princípios básicos destinados à construção de metadados, firmando-se também como requisitos de um sistema de informação: simplicidade, extensibilidade e interoperabilidade (ALVES, 2010).

As principais características do *Dublin Core* é a simplicidade na descrição dos recursos, porque o entendimento semântico universalizado que o padrão proporciona em seu escopo tem alcance internacional e uma grande capacidade de extensibilidade, permitindo sua adaptação às mais distintas necessidades de descrição.

Neste sentido, os metadados se mostram como eficientes mecanismos no processo de descrição bibliográfica, e contribuem significativamente no acesso à informação em distintos ambientes informacionais, principalmente, o digital. Desse modo, as aproximações na forma como as coleções bibliográficas, arquivísticas e museológicas são descritas e representadas, a aplicabilidade dos padrões de metadados mostra-se como um mecanismo que irá promover o diálogo entre os sistemas, o que de fato se preconiza como convergência da informação entre esses três importantes aparelhos culturais.

Assim, para que o diálogo e a interoperabilidade de sistemas ocorram, Mucheroni e Silva (2011), chamam atenção para a importância das ferramentas responsáveis pela codificação dos dados, isso por meio dos sistemas e linguagens de marcação (*XML*, *RDF*), e, sobretudo a interoperabilidade semântica, que se dá principalmente pela aplicação de instrumentos, os quais permitam que as informações contidas nos documentos sejam de fato representadas.

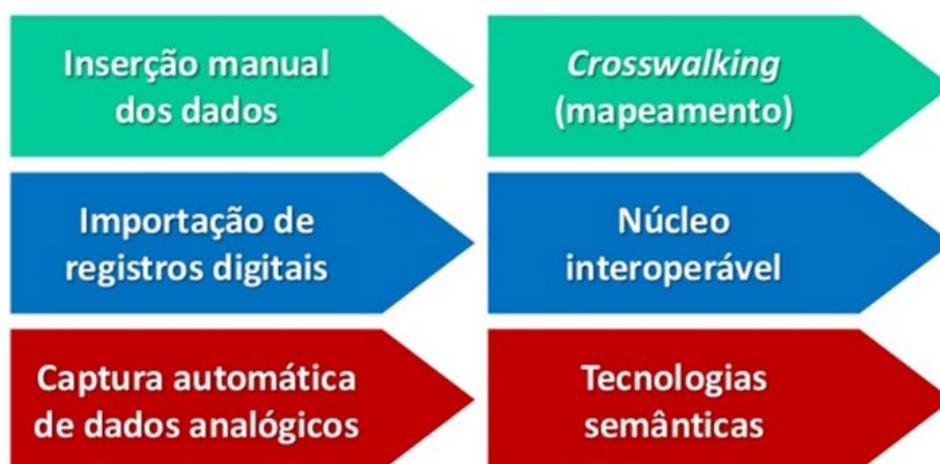
Essa interoperabilidade pode ser alcançada e está também presente nas tecnologias semânticas, pois, como é bem pontuado por Ramalho e Ouchl (2011, p. 66), “As tecnologias semânticas caracterizam-se como linguagens que possibilitam ir além de representações sintáticas, descrevendo computacionalmente aspectos semânticos dos documentos [...]”. Sendo assim, está-se diante de uma mudança no processo de descrição da informação, pois, a inserção manual das informações dá lugar ao

processo de importação e exportação, por meio da captura automática de dados, além do mapeamento, e categorização de domínios.

Tem-se, então, um núcleo interoperável, onde as informações podem ser processadas para que ocorra a convergência no processo de descrição nesses aparelhos culturais, graças ao emprego das tecnologias semânticas. Importa realizar uma ressignificação no modo de saber e fazer de bibliotecários, arquivistas e museólogos, no sentido de aplicarem tais ferramentas no processo de representação de seus bens culturais.

Na Figura 17, apresenta-se um esquema do processo de conversão da informação:

**Figura 17** – Processo de conversão



Fonte: Conceição e Costa (2017)

As tecnologias semânticas – Extensible Markup Language (XML); *Resource Description Framework* (RDF); *Resource Description Framework-Schema* (RDF-S); *Web Ontology Language* (OWL); *SPARQL Protocol and RDF Query Language* (SPARQL); *Rule Interchange Format* (RIF) – são responsáveis por compor o núcleo da arquitetura da Web Semântica, na perspectiva de padronizar como as informações devem ser representadas, organizadas e recuperadas.

Ferreira (2014, p. 38-39), complementa dizendo que as tecnologias semânticas são “[...] padrões, linguagens e estruturas que são utilizadas para representar, codificar, descrever, intercambiar e consultar dados para o seu posterior processamento em sistemas computacionais.” Tais tecnologias permitem aos indivíduos criarem e apresentarem seus dados na *Web*, bem como construírem vocabulários e estabelecerem diretrizes para a manipulação desses dados. Conceição (2014, p. 76), destaca que as tecnologias semânticas “[...] visam à anotação da informação disponível na *Web* com etiquetas de natureza semântico-conceitual que sejam interpretáveis pela máquina.”

Diferentes são as aplicações e vantagens técnicas da *Web Semântica*, sobretudo, em proporcionar melhorias na precisão e revocação da informação, se comparados aos mecanismos de busca existentes. É a partir de suas ferramentas que é possível o desenvolvimento de aplicações que permitam a convergência informacional, o uso e o reuso de dados entre bibliotecas, arquivos e museus. Além do suporte oferecido pelas tecnologias semânticas, uma nova forma de descrever, mais precisamente um novo código de catalogação pretende acabar com as fronteiras entre instituições. Múltiplos esforços têm sido empregados no sentido de tornar o Recurso Descrição e Acesso (RDA) um código de caráter universal.

Destaca-se que a RDA é alinhada com os modelos conceituais, com vistas a uma estrutura que suporte uma infinidade de tipos de documentos e conteúdos, tornando-se além de flexível, extensível no registro de dados. Voltado para o âmbito digital, a RDA visa contemplar uma infinidade de suportes. A norma traz consigo diretrizes presentes no próprio AACR2, na perspectiva de auxiliar a construção de catálogos *online*, resultando em registros mais simplificados e mais acessíveis (MACHADO, 2014; FUSCO, 2011).

Dentre os benefícios para as instituições ora mencionadas, Silva (2012), aponta o atendimento eficiente à satisfação de seus usuários, agregando valor a estas. Aumento da visibilidade da instituição, pois a RDA, possibilita o intercâmbio e o compartilhamento de informações. Visa-se estabelecer a RDA como uma norma de abrangência internacional, isso diante de seus principais benefícios, características de interoperabilidade e alinhamento com as principais normas internacionais (OLIVER, 2011).

Segue-se que, a partir do emprego de diferentes recursos, tais como os metadados, com o suporte das tecnologias semânticas no desenvolvimento de ferramentas que permitam a extração, importação, exportação, tradução e o intercâmbio de dados, é possível colocar na *Web* informações oriundas de bibliotecas, arquivos e museus, de modo que seus catálogos dialoguem para permitir um acesso ainda mais eficiente aos recursos e bens culturais que tais instituições abrigam. Independente da localização dos documentos - estando em uma biblioteca, arquivo ou museu - a extração das informações permite que os instrumentos de recuperação - a exemplo de catálogos - conversem entre si, no sentido de promover e intensificar os processos interativos entre esses aparelhos culturais, ressaltando que a convergência é uma forma de promover o acesso democrático a tais bens culturais (JENKINS, 2009).

Com a expansão dos catálogos e a publicação de dados em ambiente *Web*, um número incalculável de informações é disponibilizado em formato digital e uma nova iniciativa tem buscado a convergência dos dados entre bibliotecas, arquivos e museus. Segundo Simionato, Arakaki e Santos (2017), o movimento *Linked Open Data in Libraries, Archives and Museums* (LODLAM), movimento este que é aliado ao *Linked Data* tem buscado promover o diálogo entre esses três aparelhos. A busca por integrar dados de diferentes instituições vai além da existência de ferramentas que permitam essa convergência, mas necessita que os profissionais envolvidos conheçam os padrões de metadados que estão utilizando, bem como conheçam seus acervos. Além disso, é fundamental que haja interesse em interligar dados, pois, bibliotecas, arquivos e museus não podem, em hipótese alguma, ficar alheios a essa nova realidade imposta pela acelerada produção de informação, consumo de dados e a velocidade com que as tecnologias se desenvolvem.

Conforme esclarecido por Simionato, Arakaki e Santos (2017) e Jenkins (2009), tal interesse está centrado, sobretudo, na forma como tem sido a relação dos usuários com as informações. Não se pode pensar em “muros” entre as instituições responsáveis por abrigar informações e bens culturais. Bibliotecas, arquivos e museus devem atuar de forma integrada, cujas condições são oferecidas por todos os recursos, códigos e tecnologias voltadas para essa finalidade. Os consumidores da informação, hoje, não se satisfazem apenas com uma única fonte. Uma informação presente em um livro por meio de um *QR Code* pode lhe direcionar para um endereço web que, por sua vez, irá lhe disponibilizar outras

informações. Os livros eletrônicos e seus *hiperlinks* são capazes de levar o leitor para o museu virtual onde uma das obras encontra-se disponível e lá ter acesso à ficha técnica do documento.

Ainda recorrendo a Simionato, Arakaki e Santos (2017, p. 461), estes destacam: “Ao visitar um museu, uma galeria de arte, ou uma biblioteca, ou simplesmente uma consulta online, o uso do *mobile* pode auxiliar na propagação dessas informações e pode facilitar o acesso imediato desses recursos digitalmente.” A massificação do uso das tecnologias de informação e comunicação, bem como o acesso permitido pela própria *Internet*, atualmente, reflete que há um maior alcance ao conhecimento. Portanto, promover a convergência entre bibliotecas, arquivos e museus é fundamental, não apenas para oferecer aos usuários diferentes possibilidades em termos de acesso, uso e reuso de informações, algo que não se pode recuar. Para que não haja embargos nesse processo, os dados precisam ser descritos com o máximo de precisão, bem como a extração e definição dos metadados sejam realizadas corretamente, de modo a permitir aos usuários informações ainda mais completas e ágeis acerca do que procuram.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As reflexões aqui esboçadas acerca das aproximações entre bibliotecas, arquivos e museus a partir do emprego das mídias interativas e tecnologias da convergência da informação nesses aparelhos culturais, é uma tentativa de contribuir com as discussões sobre o acesso universal à informação dos diferentes tipos de bens culturais abrigados nesses lugares. A necessidade de integração, interação e interoperabilidade entre os sistemas de gerenciamento da informação dessas instituições, é decorrente do contexto tecnológico e digital em que se vive - fruto de uma nova sociedade, marcada pela transição na forma como a informação é acessada e consumida, onde a utilização individualizada dá lugar a um consumo interligado e conectado em rede.

Ainda que as instituições culturais – notadamente as bibliotecas, os arquivos e os museus – disponibilizem seus produtos (catálogos, coleções) e serviços (consulta ao acervo, dados do documento) na *web* isso nem sempre é sinal de diálogo entre os sistemas, uma vez que as próprias aquisições desses *softwares* são frutos de necessidades e recursos específicos e limitados, que ainda caminham a passos lentos. Ademais, o conceito de convergência e interoperabilidade entre sistemas de informação emerge da evolução das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), incidindo em sistemas cada vez mais

complexos, com capacidades e aplicações voltadas não apenas para o acesso, mas à integração e ao intercâmbio de dados, tais como: a *Resource Description and Access* (RDA), o *Linked Open Data* (LOD), os Modelos Conceituais (FRBR, FRAD, FRSAD e FRM), as Ontologias, mapas mentais e conceituais, os *semantic frames* (Bibframe), APIs (*SUMMAPs*), *RDA (Toolkit)* e as *social media* (redes sociais, comunidades virtuais), explorando o potencial da *Internet* como ambiente propício para essa convergência e diálogo entre os catálogos e suas possibilidades na *Web*.

Assim sendo, a *Web Semântica* permite, por meio de suas ferramentas o acesso unificado e universal a dados de naturezas, formatos e culturas distintas. Desse modo, bibliotecas, arquivos e museus devem adotar uma prática inovadora no que concerne às atividades clássicas de representação, organização e difusão do conhecimento, até então realizadas em uma estrutura monolítica legível por máquina, com padrões rígidos. Estas por sua vez, devem dar lugar às práticas flexíveis e uma estrutura modular legível na *Web Semântica*, por meio da interligação conceitual dos dados e intermédio de estruturas como FRBR, RDA e BIBFRAME. Ainda que em tal processo, o *modus operandi* desprenda necessidades específicas, considera-se que é relevante o potencial de convergência para pesquisas em seus acervos.

## REFERÊNCIAS

ALVES, Rachel Cristina Vesú. **Metadados como elementos do processo de catalogação**. 2010. 134 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, da Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista - UNESP, Campus de Marília, 2010.

ALVES, Rachel Cristina Vesú; SANTOS, Plácida Leopoldina Ventura Amorim da Costa. **Metadados no domínio bibliográfico**. Rio de Janeiro: Intertexto, 2013. 196 p.

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. Ciência da informação como campo integrador para as áreas de biblioteconomia, arquivologia e museologia. **Info. Info.**, Londrina, v. 15, n. 1, p. 173-189, jan./jul. 2010.

BELLOTTO, Heloísa Liberalli. **Arquivos permanentes: tratamento documental**. 4. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008. 320 p.

CARRASCO, L.; THALLER, M.; VIDOTTI, S. A. B. G. Ontologia Cidoc CRM no contexto dos ambientes digitais de patrimônios culturais. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 1, 2015.

CONCEIÇÃO, Valdirene Pereira da. **Modelagem léxico-ontológica do domínio “Patrimônio Cultural de São Luís do Maranhão”**. 2011. 191 f. Tese (Doutorado em Linguística e Língua Portuguesa) – Faculdade de Ciências e Letras, Unesp, Araraquara, 2011.

\_\_\_\_\_. **O léxico do patrimônio cultural de São Luís: modelagem léxico-ontológica do patrimônio cultural de São Luís do Maranhão**. [São Paulo]: Novas Edições Acadêmicas, 2014. 233 p.

\_\_\_\_\_. COSTA, Maurício José Morais Costa. Os modelos conceituais como recurso de convergência na catalogação dos itens documentais em bibliotecas, arquivos e museus de São Luís do Maranhão, Brasil: dos usos aos sentidos. In: ENCONTRO LATINO AMERICANO DE BIBLIOTECÁRIOS, MUSEÓLOGOS E ARQUIVISTAS, 9., 2017. **Anais...** Cidade do México: EBAM, 2017.

FERREIRA, Jaider Andrade. **Wikis semânticos: da Web para a Web Semântica**. 131 f. 2014. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Programa de Pós- Graduação em Ciência da Informação da UNESP, Faculdade de Filosofia e Ciências, Campus de Marília. 2014.

FINAMOR, Márcio da Silva; PAULA, Claudio Paixão Anastácio de. Bibliotecário e arquivista: contribuições estratégicas nas organizações. **Inf. Prof.**, Londrina, v. 5, n. 2, p. 228 – 245, jul./dez. 2016

FUSCO, Elvis. **Aplicação dos FRBR na modelagem de catálogos bibliográficos digitais**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2011. 183 p.

GRÁCIO, C. A; FADEL, B. Estratégias de preservação digital In: VALENTIM, M. L. P (Org.). **Gestão, mediação e uso da informação**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LIMA, Gilson Pires. **Arquivo e Biblioteca: similaridades e diferenças**. 2013. 58 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Biblioteconomia) – Centro Universitário de Formiga, Formiga, 2013.

MACHADO, Raildo de Sousa. Recurso, descrição e acesso – RDA: breve descrição. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 18., 2014. **Anais eletrônicos...** Belo Horizonte: UFMG, 2014. 20 p. Disponível em: <<https://www.bu.ufmg.br/snbu2014/wp-content/uploads/.../506-2059.pdf>>. Acesso em: 28 set. 2017.

- MARINGELLI, Isabel Cristina Ayres da Silva. **Representação da Informação em Acervos Culturais**: reflexões em torno do diálogo museológico, arquivístico e biblioteconômico. 2016. 190 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.
- MEY, E. S. A.; SILVEIRA, Naira Christofolletti. **Catálogo no plural**. Brasília, DF: Briquet de Lemos, 2009. 217 p.
- MUCHERONI, M. L.; SILVA, J. F. M. A interoperabilidade dos sistemas de informação sob o enfoque da análise sintática e semântica de dados na web. **Ponto de Acesso**, v. 5, n. 1, p. 03-18, 2011.
- OLIVER, Chris. **Introdução à RDA**: um guia básico. Brasília, DF: Briquet de Lemos, 2011. 153 p.
- ORTEGA, Cristina Dotta. **Os registros de informação dos sistemas documentários: uma discussão no âmbito da Representação Descritiva**. 2009. Tese (Doutorado em Cultura e Informação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.
- RAMALHO, Rogério Aparecido Sá; OUCHL, Marcos Teruo. Tecnologias semânticas: novas perspectivas para a representação de recursos informacionais. **Inf. Inf.**, Londrina, v. 16 n. 3, p. 60–75, jan./ jun. 2011.
- RASTELI, Alessandro; CALDAS, Rosângela Fiorentini. Percepções sobre a mediação cultural em bibliotecas na literatura nacional e estrangeira. **TransInformação**, Campinas, v. 29, n. 2, p. 151-161, maio/ago., 2017
- RECUERO, Raquel da Cunha. **A internet e a nova revolução na comunicação mundial**. [S.l.: s.n.], 2000. 3 p. Disponível em: <<http://www.raquelrecuero.com/revolucao.htm>>. Acesso em: 29 out. 2017.
- SANTIAGO, M. C. C. **Metadados para recuperação da informação em ambiente virtual**. 111 f. 2004. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação). UFRJ/ECO-IBICT, Rio de Janeiro. 2004.
- SANTOS, H. P. Modelo CIDOC CRM: interoperabilidade semântica de informações culturais. **Brazilian Journal of Information Science**, Marília, v.10, n. 1, 2016.
- SILVA, Diego Maradona Souza da. **Representação Descritiva na contemporaneidade**: o caso dos Requisitos Funcionais para Registros Bibliográficos (FRBR) e da Recursos: Descrição e Acesso (RDA). 2012. 72 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Biblioteconomia) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2012.
- SIMIONATO, Ana Carolina; ARAKAKI, Felipe Augusto; SANTOS, Plácida Leopoldina Ventura Amorim da Costa. Descrição em bibliotecas, arquivos, museus e galerias de arte: linkando recursos e comunidades. **Inf. Inf.**, Londrina, v. 22, n. 2, p. 449-466, maio/ago., 2017.

SMITH, Johanna Wilhelmina. Arquivologia, Biblioteconomia e Museologia: o que agrega estas atividades profissionais e o que as separa? **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 27-36, 2000.

SOUSA, Dora Susana Simões de. **O serviço educativo em arquivos, bibliotecas, museus e centros de documentação**: um estudo de casos implementados na Região de Aveiro. 2015. 163 f. Dissertação (Mestrado em Educação e Bibliotecas) – Universidade Portucalense, Porto, 2015.

VALENTIM, M. L. P. Ambientes e fluxos de informação. In: VALENTIM, M.L. P. (Org.). **Ambientes e fluxos de informação**. São Paulo: Polis; CulturaAcadêmica, 2010. p. 13-22.

VIEIRA, Rosângela Souza. **O papel das tecnologias da informação e comunicação na educação**: um estudo sobre a percepção do professor/aluno. Formoso, BA: Universidade Federal do Vale do São Francisco (UNIVASF), 2011. v. 10, p.66-72.

YAKEL, E. Archival representation. **Archival Science**, v. 3, n. 1, p. 1–25, 2003.