



PROCESSOS COMUNICACIONAIS:
TEMPO, ESPAÇO E TECNOLOGIA



Presidenta da República
Dilma Rousseff

Ministro da Ciência e Tecnologia
Marco Antonio Raupp

Governador do Estado do Amazonas
Omar José Abdel Aziz

Secretário de Estado da Ciência e Tecnologia
Odenildo Teixeira Sena

Diretora-Presidenta da Fundação de Amparo à Pesquisa
do Estado do Amazonas
Maria Olívia de Albuquerque Ribeiro Simão



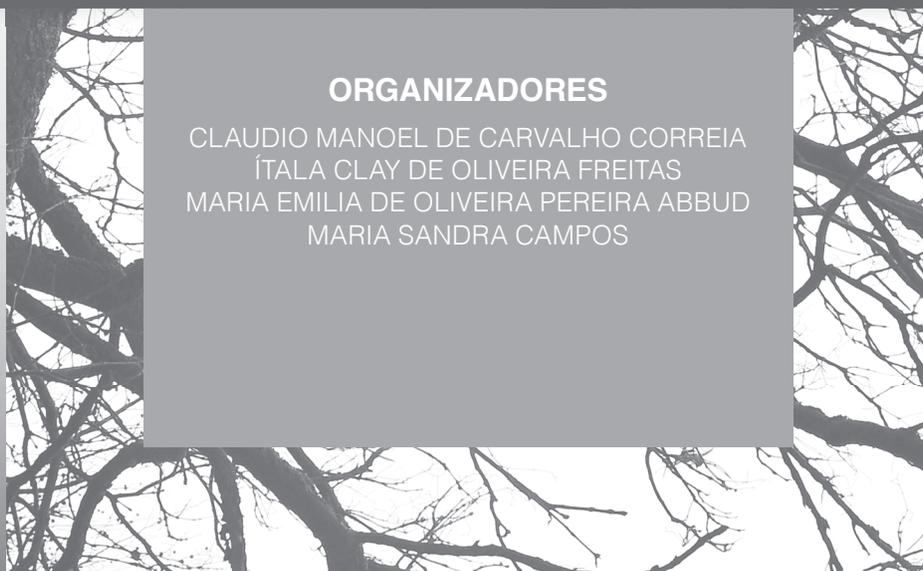
Esta obra foi publicada com o apoio do Governo do Amazonas,
por meio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do
Amazonas - Fapeam
Travessa do Dera, s/n, Flores, CEP: 69058-793, Manaus - AM
Fone: (92) 3878-4000
www.fapeam.am.gov.br



PROCESSOS COMUNICACIONAIS: TEMPO, ESPAÇO E TECNOLOGIA

ORGANIZADORES

CLAUDIO MANOEL DE CARVALHO CORREIA
ÍTALA CLAY DE OLIVEIRA FREITAS
MARIA EMILIA DE OLIVEIRA PEREIRA ABBUD
MARIA SANDRA CAMPOS



UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS

CONSELHO EDITORIAL

Presidente

Henrique dos Santos Pereira

Membros

Antônio Carlos Witkoski

Domingos Sávio Nunes de Lima

Edleno Silva de Moura

Elizabeth Ferreira Cartaxo

Spartaco Astolfi Filho

Valeria Augusta Cerqueira Medeiros Weigel

COMITÊ EDITORIAL DA EDUA

Louis Marmoz (Université de Versailles)

Antônio Cattani (UFRGS)

Alfredo Bosi (USP)

Armanda Mourão Botelho (Ufam)

Spartaco Astolfi Filho (Ufam)

Boaventura de Sousa Santos (Universidade de Coimbra)

Bernard Emery (Université Stendhal-Grenoble 3)

Cesar Barreira (UFC)

Conceição Almeira (UFRN)

Edgard de Assis Carvalho (PUC/SP)

Gabriel Conh (USP)

Gerusa Ferreira (PUC/SP)

José Vicente Tavares (UFRGS)

José Paulo Netto (UFRJ)

Paulo Emilio (FGV/RJ)

Élide Rugai Bastos (Unicamp)

Renan Freitas Pinto (Ufam)

Renato Ortiz (Unicamp)

Rosa Ester Rossini (USP)

Renato Tribuzi (Ufam)



PROCESSOS COMUNICACIONAIS: TEMPO, ESPAÇO E TECNOLOGIA

ORGANIZADORES

CLAUDIO MANOEL DE CARVALHO CORREIA
ÍTALA CLAY DE OLIVEIRA FREITAS
MARIA EMILIA DE OLIVEIRA PEREIRA ABBUD
MARIA SANDRA CAMPOS

**EDUA**
Editora da Universidade
Federal do Amazonas

Copyright©2012 Universidade Federal do Amazonas

REITORA
Márcia Perales Mendes Silva

EDITORA
Iraíldes Caldas Torres

INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E LETRAS
Diretor: Nelson Matos de Noronha

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
Coordenadora: Mirna Feitoza Pereira
Vice-coordenador: Gilson Vieira Monteiro
Secretário: Rhangel de Oliveira Souza

NÚCLEO DE APOIO À PRODUÇÃO CIENTÍFICA
COMISSÃO PERMANENTE DE PRODUÇÃO EDITORIAL
Coordenadora: Maria Emilia de Oliveira Pereira Abbud
Membro: Nair Santos Lima (bolsista Capes)
Colaboração: Manuella Dantas (bolsista Capes)

NORMATIZAÇÃO
Jean Charles Racene dos Santos Martins
Andrielle de Aquino Marques
Susy Elaine da Costa Freitas

PROJETO GRÁFICO, CAPA E EDITORAÇÃO ELETRÔNICA
Boteco de Ideias

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
INSTITUTO DE LETRAS E COMUNICAÇÃO
Diretor: Otacilio Amaral Filho

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO COMUNICAÇÃO, CULTURA E AMAZÔNIA
Coordenadora: Maria Ataíde Malcher
Vice-coordenadora: Netília Silva dos Anjos Seixas

SÉRIE COMUNICAÇÃO, CULTURA E AMAZÔNIA
Regina Lúcia Alves de Lima
Maria Ataíde Malcher
Gilson Vieira Monteiro
Mirna Feitoza Pereira
(editores)

Catologação na fonte

Processos comunicacionais: tempo, espaço e tecnologia / Cláudio Manoel de Carvalho Correia, Ítala Clay de Oliveira Freitas, Maria Emilia de Oliveira Pereira Abbud, Maria Sandra Campos (Orgs.). – Manaus: EDUA, 2012. 343 p.: il.; 23 cm.

315 p.

ISBN: 978-85-7401-675-7

1. Ciências da Comunicação. 2. Ecossistemas comunicacionais. 3. Linguagens da comunicação.
4. Redes e processos comunicacionais
I. Título.

CDU 070.1

EDUA
Editora da Universidade Federal do Amazonas
Av. General Rodrigo Octávio Jordão Ramos, 3.000, Campus Universitário,
Coroado I - CEP 69077-000 - Manaus-AM
Fone: 0xx 92 3305-4291 e 3305-4290
www.ufam.edu.br
e-mail: edua_ufam@yahoo.com.br

Sumário

Apresentação.....	9
Primeira Parte: Jornalismo e Propaganda.....	13
Os fluxos do Jornalismo impresso ao online: espaço, tempo, interação.....	15
<i>Aparecida Luzia A. Zuin Claudio Manuel de Carvalho Correia</i>	
Convergência, transmídia e excedente cognitivo na ocupação da USP.....	36
<i>Thiago Soares Allysson Viana Martins</i>	
Comunicação digital: efeitos sobre o processo de construção da notícia nos jornais de Manaus A Crítica e Diário do Amazonas.....	58
<i>Lourdes de Fátima Moraes de Sousa</i>	
De Le Bon a Lasswell: a ascensão das massas, a descoberta da comunicação e a era da propaganda”.....	80
<i>Francisco Rüdiger</i>	
A influência da televisão nos hábitos alimentares de uma população de adolescentes da região norte brasileira.....	102
<i>Maria Emilia de Oliveira Pereira Abbud Sebastião de Sousa Almeida</i>	
Segunda Parte – Tecnologias da Informação e da Comunicação.....	127
A linguagem na internet: afinidade entre o oral e o escrito.....	129
<i>Maria Sandra Campos</i>	
Mídias sociais: estratégias de comunicação e socialização na educação.....	144
<i>Denize Piccolotto Carvalho Levy</i>	
A comunicação no terceiro setor: a utilização das mídias sociais nas regiões norte e nordeste brasileira.....	157
<i>Manuella Dantas Corrêa Lima Maria Emilia de Oliveira Pereira Abbud</i>	
Por uma visão ecossistêmica da comunicação nas histórias em quadrinhos.....	174
<i>Anielly Laena Azevedo Dias Mirna Feitoza Pereira</i>	

O uso das TICs – Tecnologias da informação e da comunicação na reabilitação de pacientes hansênicos.....	196
<i>Júlio César dos Santos Boechat Carlos Henrique Medeiros de Souza Rosalee Santos Crespo Istoe</i>	
Terceira Parte – Mediações Culturais.....	213
Radiohead. Efeitos estéticos no sistema midiático	215
<i>Fabício Silveira</i>	
O videoclipe como reflexo da instabilidade topocronológica da era virtual: rumo ao futuro cibertrônico.....	231
<i>Denise Azevedo Duarte Guimarães</i>	
Recepção midiática e identidade étnica: estudo etnográfico sobre a televisão no quilombo maranhense Itamatatiua.....	251
<i>Wesley Pereira Grijó Rosa Maria Berardo</i>	
O festival Sairé a partir de uma visão sistêmica e semiótica.....	275
<i>Nair Santos Lima Ítala Clay de Oliveira Freitas</i>	
A comunicação comunitária e a promoção da cidadania na comunidade de Suruacá.....	293
<i>Priscila Rabassa Ítala Clay de Oliveira Freitas</i>	

Apresentação

Resultado da parceria iniciada em 2011 entre os Programas de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Amazonas (UFAM) e da Universidade Federal do Pará (UFPA), o presente livro intitulado “**Processos comunicacionais: tempo, espaço e tecnologia**” constitui-se no quinto volume da série Comunicação, Cultura e Amazônia. Em suas origens, esta série editorial aponta como objetivos agregar e divulgar prioritariamente, mas não exclusivamente, os estudos dos processos e modos da comunicação na região amazônica, buscando propiciar visibilidade às pesquisas e perspectivas teóricas que colaborem para o estímulo e a consolidação deste campo de estudos.

Esta obra não foge aos intentos iniciais. Contudo, por engendrar-se na atualidade e relevância de um momento especial para o PPGCCOM-UFAM, há de se declarar algumas nuances de sua feitura. Ela nasce em meio a reuniões, encontros, seminários e debates sobre a nossa própria constituição enquanto Programa e o desejo de elaborar e consolidar um projeto coletivo-colaborativo de trabalho. Delineia-se em um processo intenso de proposições, reiterações, elaboração de diretrizes e dúvidas criativas. Testemunha, portanto, um processo histórico de consolidação e transformação de nossas vontades, perspectivas e expectativas. Provavelmente, na busca por esta afinção orquestral de um pensamento comum (não homogêneo, mas norteador), mesmo que temporário, a reafirmação da necessidade de um pensamento não-localista para nossa produção científica apresentou-se como tônica.

Ao pensarmos a produção de conhecimentos referentes à Amazônia, buscamos ratificar este pensamento em fundamentos teórico-metodológicos que pudessem fazer sobressair o seu caráter universal. Neste sentido, nos disponibilizamos solidariamente à correlação com o diverso, com o plural, com o outro. Pensamos ainda na potência do ato político da construção conceitual, além da força de seu discurso, em suas possibilidades de restituição de assimetrias, criadas no desenho da atual geopolítica institucional e paradigmática. Em decorrência deste modo de pensar, optamos então pela ampliação das fronteiras a fim de não restringir geograficamente as pesquisas comunicacionais, mas, por meio delas crescermos no olhar sobre o contexto nacional que nos engloba. Desta forma, contamos com a contribuição do trabalho de autores de procedências acadêmicas diversas e de objetos de estudos outros que não apenas a Amazônia.

Tal procedimento, inevitavelmente nos remete ao próprio cerne da área de concentração do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comu-

nicação - UFAM, ou seja, nos compreendermos como um ambiente comunicacional, na construção e adensamento de nossas redes de produção científica, compartilhando sensibilidades, linguagens e experiências de leitura acerca do mundo em que vivemos sob a égide de intercâmbio plurissignificativo, através do qual se destaque a diversidade sociocultural e paradigmática. Desta forma, reitera-se que a metodologia adotada na montagem deste livro parece refletir, em síntese, uma estratégia de autoreferenciação, no sentido de que nos posicionamos interdisciplinar e quiçá transdisciplinarmente, e assim, nos reafirmamos como área de concentração na perspectiva de um olhar ecossistêmico.

A partir das explicitações feitas anteriormente, pode-se então apresentar a estrutura do livro, que está organizado em três partes:

A Primeira Parte - JORNALISMO E PROPAGANDA reúne 3 capítulos que visam o estudo do Jornalismo e dois capítulos sobre Propaganda. Nos estudos iniciais as contribuições apontam para as mudanças na prática jornalística contemporânea, evidenciando as transformações que ocorrem na produção de conteúdos para o jornal impresso e as mídias digitais. No que se refere aos estudos sobre Propaganda, o autor tece reflexões concernentes ao desenvolvimento teórico-empírico do conceito de propaganda, buscando retratar o contexto de origem do pensamento comunicacional. No segundo texto, os autores investigam a influência da televisão nos hábitos alimentares de adolescentes, com ênfase no conteúdo da propaganda de alimentos, incluindo os apelos emocionais e racionais associados ao produto.

A Segunda Parte - TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO compõe-se a partir de cinco estudos de natureza interdisciplinar, os quais problematizam aspectos diversos da linguagem e dos efeitos das tecnologias da informação e comunicação na atualidade. Verificam-se prismas teórico-metodológicos que envolvem a sociolinguística, os estudos acerca das mídias sociais e seus processos comunicacionais nos ambientes educacional e do terceiro setor, bem como as relações complexas da interação entre os sistemas de entretenimento e da tecnologia (web). Outras reflexões podem ser desencadeadas a partir dos estudos sobre a utilização das Tecnologias da Informação e da Comunicação e suas contribuições para a reabilitação de pacientes com sequelas hansênicas.

A Terceira Parte – MEDIAÇÕES CULTURAIS agrega um conjunto de cinco capítulos nos quais os dois primeiros tecem considerações acerca da cultura midiática contemporânea, seja no estudo da proposta midiática da banda de rock Radiohead, seja na análise do videoclipe *Boom Boom Pow* (2009), da banda Black Eyed Peas. Os demais capítulos apresentam temáticas inseridas em espaços culturais diversos, tais como o quilombo Itamatatuiá,

localizado na região da Amazônia Legal do estado do Maranhão, o município de Alter do Chão em suas festividades do Sairé, e o trabalho da Rede Mocoronga de Comunicação Popular, na comunidade ribeirinha de Suruacá, ambas localizadas no município de Santarém, no estado do Pará.

Para nós, organizadores deste volume, esta obra foi um desafio ímpar, uma vez que foi organizada mediante a tantos afazeres acadêmicos e ao difícil exercício da escuta, e da articulação de pensamentos diversos. No entanto, conseguimos ultrapassar os obstáculos e as barreiras que se apresentaram no íterim da organização para a entrega do resultado deste esforço. Eis o livro! Esperamos então que você leitor possa partilhar conosco esta viagem intelectual.

Os organizadores





PRIMEIRA PARTE:
JORNALISMO E PROPAGANDA





Os fluxos do Jornalismo impresso ao *online*: espaço, tempo, interação

Aparecida Luzia A. Zuin ¹
Claudio Manoel de Carvalho Correia ²

Resumo: Este trabalho tem como objetivo descrever os fluxos do jornalismo, do suporte papel ao suporte digital tendo como base a teoria das Matrizes da Linguagem. Para a análise do processo de hibridização e descrição das matrizes constituintes dos veículos jornalísticos, a pesquisa se baseou na teoria das *Matrizes da Linguagem e Pensamento*, desenvolvida por Santaella (2001), na qual afirma que quando se trata de linguagens existentes e manifestas, a constatação imediata é a de que todas as linguagens, uma vez corporificadas, são híbridas. As *Matrizes da Linguagem sonora – visual – verbal* foram aplicadas no jornalismo impresso e *online*, e estes foram analisados tanto no plano discursivo, como no plano da diagramação, com vias a buscar as diferenças significativas que podem ser observadas no uso das linguagens híbridas nesses dois *media*.

Palavras-chave: Jornalismo Impresso. Jornalismo Digital. Matrizes da Linguagem.

Introdução

A proposta deste capítulo é descrever os fluxos do jornalismo que vão do suporte papel ao suporte digital. Por sua vez, tempo, espaço e suporte serão analisados pelos vieses das matrizes da linguagem inerentes aos dois

¹ Pós-Doutoranda do Programa Avançado de Cultura Contemporânea – PACC da UFRJ. Doutora e mestre pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da PUC-SP. Docente da Fundação Universidade Federal de Rondônia – UNIR. Líder do Centro de Estudos e Pesquisas Jurídicas da Amazônia – CEJAM/UNIR (linha de pesquisa Direito e Comunicação) e Grupo de Estudos Semióticos em Jornalismo – GESJOR (linha de pesquisa Epistemologia Semiótica). E-mail: alazuin@gmail.com

² Doutor pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da PUC-SP. Mestre em Linguística pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ. Docente da Universidade Federal do Amazonas – UFAM. Vice-líder do grupo de pesquisa Mediação – Grupo de Pesquisa em Semiótica da Comunicação (linha de pesquisa Linguagens da Comunicação). E-mail: claudiomanoelcorreia@gmail.com

processos em tela. Para a abordagem do processo de hibridização e das matrizes constituintes dos veículos jornalísticos, a pesquisa se pautou na teoria das *Matrizes da Linguagem e Pensamento*, desenvolvida por Santaella (2001, p. 379), na qual afirma que, quando se trata de linguagens existentes e manifestas, a constatação imediata é a de que todas as linguagens, uma vez corporificadas, são híbridas.

O avanço das teorias desenvolvidas por Santaella (2001) para essa proposta de pensar as linguagens está no fato de que as três matrizes básicas que dão origem aos processos de hibridização estão baseadas nas Categorias Formais da Experiência, desenvolvidas pelo filósofo-lógico-matemático, Charles Sanders Peirce, que são à base de sua Semiótica: a Ciência Geral dos Signos. Assim, para Santaella, são três matrizes básicas que estruturam as linguagens: (1º) a Matriz Sonora, que está no domínio da Primeiridade; (2º) a Matriz Visual, que está no domínio da Secundidade; (3º) e a Matriz Verbal, que está no domínio da Terceiridade. Dessas três matrizes básicas se desenvolvem submodalidades, cuja aplicação nos permite um mapeamento tanto da estrutura quanto do funcionamento dos sistemas concretos de linguagem que estão sob análise. As *Matrizes da Linguagem sonora – visual – verbal* foram aplicadas no jornalismo impresso e *online*, e estes foram analisados tanto no plano discursivo, quanto no plano da diagramação, com vias a buscar as diferenças significativas que podem ser observadas no uso das linguagens híbridas nesses dois *media*.

As categorias da experiência como fundamento das matrizes da linguagem e pensamento

Na filosofia científica da linguagem desenvolvida por Charles Sanders Peirce, a preocupação fenomenológica se constituiu na fundamentação básica do seu pensamento filosófico como um todo. Para Peirce, o primeiro momento de análise e observação em um trabalho filosófico é a fenomenologia, grosso modo, a ciência que tem como objetivo a observação de qualquer fenômeno. A fenomenologia como ciência proporciona a análise dos processos de percepção e das formas e fontes pelas quais o conhecimento é apreendido. Assim, o fenômeno é entendido como qualquer coisa que esteja de algum modo e em qualquer sentido presente à mente, seja ela externa, interna ou visceral, ou pertença a um sonho ou uma ideia geral e abstrata da ciência (SANTAELLA, 1983, p. 32-33).

Ao considerar como experiência tudo o que se apresenta a nós, isto é, os fenômenos (ou na acepção de Peirce, os *phanerons*), aquilo que se impõe

ao nosso reconhecimento em um processo radicalmente dialético – como é peculiar a todo o pensamento de Peirce, que “conclui que tudo que aparece à consciência, assim o faz numa gradação de três propriedades que correspondem aos três elementos formais de toda e qualquer experiência” (SANTAELLA, 1983, p. 35), estamos falando de suas três categorias universais de toda experiência e todo pensamento: as categorias da Primeiridade, Secundidade e Terceiridade.

Para chegarmos a um panorama da amplitude dessas categorias, basta-nos ter em mente que, em nível bastante geral, o conceito de primeiridade corresponde ao acaso, originalidade, liberdade, e variação espontânea; o de secundidade corresponde à ação e à reação dos fatos concretos, existentes e reais; já no conceito de terceiridade, encontramos a mediação (como processo) e o crescimento contínuo.

O que Peirce nos apresenta são categorias lógicas que constituem as bases e o fundamento de seu conceito de signo e, também, de sua classificação sistemática dos signos. As Categorias da Experiência são para Peirce os três modos como os fenômenos aparecem à consciência. Porém, Santaella (1983) nos chama a atenção para que não entendamos “essas categorias como entidades mentais, mas como modos de operação do pensamento-signo que se processam na mente” (SANTAELLA, 1983, p. 42).

A categoria da Primeiridade é constituída como a presentidade. A consciência em estado de primeiridade é, sobretudo, uma qualidade de sentimento e, devido a sua característica essencialmente qualitativa, é a primeira categoria fenomenológica; portanto, é presente e imediata. É definida como uma primeira apreensão das coisas que a nós se apresentam. Como definiu Santaella (1983, p. 46) “já é tradução, finíssima película de mediação entre nós e os fenômenos”. Essa qualidade de sentimento característico da primeiridade é o modo mais imediato. O sentimento intrínseco a este conceito pode ser definido como a forma primeira, vaga, rudimentar e imprecisa de nossa apreensão dos *phanerons*, ou seja, dos fenômenos que surgem para serem apreendidos em nossa consciência. Peirce (1980), visando detalhar suas Categorias, define a manifestação da primeiridade com o sentido de que “a ideia de Primeiro predomina nas ideias de novidade, vida, liberdade. Livre é o que não tem outro atrás de si determinando suas ações; [...]. O primeiro predomina na sensação, distinto da percepção objetiva, vontade e pensamento” (PEIRCE, 1980, p. 88). Ou seja, é o estado de sensibilidade monádico.

Na categoria da Secundidade encontramos um mundo concreto, real, caracterizado pela ação e reação. Nas palavras de Santaella (1983, p. 47) “um mundo sensual, independente do pensamento e, no entanto, pensável, que se

caracteriza pela secundidade”. O próprio fato da vida e da existência em si mesma significa um processo de reação da consciência se relacionando com o mundo que a cerca. Onde houver um fenômeno, ou seja, um *phaneron* - existirá uma qualidade, ou seja, sua primeiridade. Entretanto, Santaella (1983), nos chama a atenção para a definição do próprio conceito fenomenológico da secundidade que deve ser observado:

[...] onde quer que haja um fenômeno, há uma qualidade, isto é, sua primeiridade. Mas a qualidade é apenas uma parte desse fenômeno, visto que, para existir, a qualidade tem de estar encarnada numa matéria. A facticidade do existir (secundidade) está nessa corporificação material (SANTAELLA, 1983, p. 47).

A partir das três categorias peirceanas da experiência, Santaella (2001) desenvolveu as três matrizes básicas consideradas como estruturas das três formas principais e essenciais de linguagens: (1º) a Matriz Sonora, sob no domínio da Primeiridade; (2º) a Matriz Visual, sob o domínio da Secundidade; (3º) e a Matriz Verbal, sob o domínio da Terceiridade. É a partir dessas três matrizes básicas que se desenvolvem submodalidades das três formas de linguagem, cuja aplicação nos permitiu um mapeamento tanto da estrutura quanto do funcionamento dos sistemas concretos de linguagem que estão sob análise. *As Matrizes da Linguagem* foram aplicadas aos veículos de notícias, impresso e *online*, e estes veículos foram analisados tanto no plano discursivo, como no plano da expressão, mais especificamente, no nível da diagramação, com o objetivo de buscar diferenças significativas que podem ser observadas no uso das linguagens híbridas nestas diferentes mídias jornalísticas.

As matrizes da hibridização das linguagens

Como já foi observado, Santaella (2001) desenvolveu uma classificação sistemática das três formas básicas de linguagem, chamando-as de *Matrizes da Linguagem e Pensamento*, na medida em que é a partir destas três linguagens e de suas misturas que emergem todas as formas de linguagens que encontramos em uso no universo vasto da comunicação. Portanto, sob essa perspectiva teórica das *Matrizes Sonora, Visual e Verbal* a presente análise se volta aos diferentes níveis e planos de linguagem: discursivo-verbal,

figurativo-visual; sonoro e hipermediático. A atenta observação dos diferentes níveis nos permite levantar questionamentos sobre a narrativa sucessiva cronológica (fixa, temporal, física) presente no jornalismo impresso e, também, questionamentos para futuras “previsões” sobre a questão dos processos de narratividade circular (nômade, virtual, interativa) (SANTAELLA, 2004) presentes no jornalismo *online*.

Assim como outros meios comunicacionais, a prática do jornalismo se viu na necessidade iminente de se adaptar às novas regras da modernidade e, para não se tornar obsoleto ou ultrapassado, aderiu às práticas da informatização. Hoje a interface entre o jornalismo impresso e o jornalismo *online* é uma realidade que muda a própria característica do jornalismo. Da mesma forma, mudam os paradigmas e os estudos acerca da organização e constituição linguística, imagética e textual deste campo de comunicação. Com o surgimento das técnicas e dos meios gráficos facilitadores para a reprodução da notícia e outros formatos textuais, o computador veio para, além de facilitar as tarefas cotidianas, possibilitar a interação dinâmica e dialógica com o leitor pela *Internet*. Se os meios de comunicação aos poucos agregaram as linguagens que possibilitariam uma maior condição de contato com o receptor, o jornal não poderia deixar a seu tempo de avançar no uso dessa hibridização semiótica. O jornal moderno se instalou no mercado comunicacional composto, cada qual em sua especialidade e/ou especificação, das linguagens verbal, sonora, visual, e atualmente, interativa. Conseqüentemente, tanto o jornal como a própria comunicação estão centrados nas práticas semióticas.

A estrutura midiática da informação jornalística impressa

Iniciaremos nossas análises sobre as diferenças entre o jornalismo impresso e o jornalismo *online*, a partir da observação do jornalismo impresso, já que, por questões históricas, o jornalismo impresso é anterior ao *online*, e se apresenta ainda como uma mídia extremamente poderosa de veiculação de notícias e ideologias. Como primeiro, muitas vezes, o jornalismo impresso ainda se constitui como matriz básica e exemplar para as novas mídias de sentido que surgem com o advento das novas tecnologias de comunicação. Assim, o estudo de sua estruturação é de fundamental importância para o entendimento das formas como veicula sentido e informação tanto no nível discursivo, como no nível diagramático.

O ponto de partida está no entendimento de que a forma básica de comunicação do jornal impresso, a “escrita”, deve ser entendida não como uma forma de linguagem verbal, mas sim, como uma manifestação da *Matriz*

Visual. Eis, portanto, uma formulação inovadora para se analisar e/ou pensar a escrita no suporte jornal, desde que esta formulação esteja embasada, segundo se propõe, pelos vieses das *Matrizes da Linguagem* ora posta. Importante reiterar esse ponto a fim de que a ideia não cause estranheza ao leitor.

Observemos: - a linguagem verbal escrita é, primeiramente, uma representação da linguagem verbal oral-auditiva. A linguagem verbal escrita é um fenômeno que demonstra a capacidade de transferência de meio, flexibilidade e adaptabilidade, características da linguagem verbal oral-auditiva, ou seja, a transformação da fala humana em um sistema específico de representação: o alfabeto. Desse modo, a linguagem verbal escrita é constituída por um sistema alfabético que representa visualmente as unidades fônicas de um determinado sistema linguístico, desta maneira, ela se constitui como uma forma de linguagem que precisa ser apreendida visualmente pelo leitor, para sua posterior decodificação. O código gráfico da língua representa visualmente, através de símbolos convencionais-representativos, os sons da língua que estão representando. Sendo assim, na análise do plano discursivo do jornal impresso, a escrita se apresenta como uma manifestação da *Matriz Visual*, em sua terceira submodalidade. Esclarecendo, de acordo com Santaella, teríamos dentro da Matriz Visual as 2.1. Formas não-representativas; 2.2. Formas Figurativas; 2.3. Formas Representativas. Logo, defendemos que a escrita do jornal impresso se insere na categoria das Formas Representativas. Para melhor visualização:

2. MATRIZ VISUAL

2.1 Formas não- representativas

2.2 Formas Figurativas

2.3 Formas Representativas

Ainda, a linguagem utilizada nas notícias impressas de jornal é uma forma representativa que se dá **por convenção**, uma vez que, o código gráfico utilizado para a representação da língua de uma determinada comunidade linguística é a escolha de uma determinada sociedade para que formas gráficas, que em um primeiro momento não possuem nenhuma relação direta com o que representam (pois as formas da escrita por representação fonética, não são formas figurativas) passem a representar sons que, combinados por uma complexa relação sistêmica, constituam palavras que, concatenadas, representam frases.

Portanto, a linguagem verbal escrita, veículo utilizado para representar os fatos e casos narrados nos jornais são - em um primeiro momento de

observação - no nível da matriz da linguagem visual, uma forma de **representação por convenção: o sistema**.

2. MATRIZ VISUAL

2.1 Formas não- representativas

2.2 Formas Figurativas

2.3 Formas Representativas

2.3.1 Representação por analogia: a semelhança

2.3.2 Representação por figuração: a cifra

2.3.3 Representação por convenção: sistema

Desse modo, a dependência da percepção visual para a decodificação desta forma específica de representação se dá por convenção. Devido à evidente arbitrariedade que constitui a base do funcionamento de todos os sistemas linguísticos, a linguagem verbal escrita, que representa as línguas naturais orais-auditivas nos noticiários de jornais também por princípios de convencionalidade e de arbitrariedade, se apresenta como um **sistema convencional arbitrário**.

MATRIZ VISUAL

2.3 Formas Representativas

2.3.1 Representação por analogia: a semelhança

2.3.2 Representação por figuração: a cifra

2.3.3 Representação por convenção: sistema

2.3.3.1 Sistemas convencionais analógicos

2.3.3.2 Sistemas convencionais indiciais

2.3.3.3 Sistemas convencionais arbitrários

Atente para a extensão das formas representativas ao longo do quadro da *Matriz Visual* aqui em destaque. A linguagem verbal embute as outras duas matrizes. Daí emerge seu alto grau de complexidade. Como foi observado, o ponto inicial de nossa análise está na matriz da linguagem visual, especificamente em seu terceiro nível: a “forma representativa por convenção”; e se caracteriza como um “sistema de convenção arbitrário”. É, pois, na linguagem visual que está o início de nosso processo de análise e de classificação. No que concerne ao nosso objeto, Santaella (2001) classifica as notícias jornalísticas como exemplos de narração. A notícia jornalística é um caso típico de **narração**. De acordo com as considerações de Santaella (2001, p. 289), “Os textos narrativos são aqueles que organizam ações e eventos em uma ordem sequencial”. Seu objetivo é apresentar um fato ocorrido para um determinado leitor, que no processo de leitura, interage com o texto verbal que é apresentado pelo

autor com a finalidade de “narrar” os fatos e eventos acontecidos. Porém, todo o processo de transmissão do fato ocorrido se dá através de um processo que busca seguir gradativamente a ordem sequencial do fato ocorrido.

3. MATRIZ VERBAL

3.1 Descrição

3.2 Narração

3.3 Dissertação

As notícias jornalísticas são, dessa forma, classificadas no nível da matriz da linguagem verbal como formas de narração. Porém, entre os três subníveis do processo narrativo classificados por Santaella (2001, p. 316-339), as notícias jornalísticas são exemplos de **narrativa sucessiva**, na medida em que:

[...] a relação entre as sequências da história é de ordem cronológica. As ações se sucedem no tempo, num encadeamento linear, uma depois das outras. É o caso típico da maioria das notícias jornalísticas: o acontecimento é relatado no seu encaaminhamento temporal, primeiro isto, depois aquilo etc. Tais narrativas caracterizam-se no nível da secundidade porque se trata do registro das partes temporais que compõem o todo de um acontecimento. (SANTAELLA, 2001, p. 331)

O tempo do fato ocorrido é representado em uma notícia jornalística, isto é, no texto apresentado no jornal, organizado em uma ordem sequencial que tem por finalidade a representação do fato em uma ordem temporal ocorrida no passado. Entre as submodalidades da narração sucessiva, Santaella (2001, p. 333-336) nos apresenta três níveis internos ao processo narrativo sucessivo: (1) descompasso temporal, (2) grau zero narrativo e (3) sucessividade cronológica. Entre essas três submodalidades, as notícias em jornais impressos podem ser classificadas como formas de **sucessividade cronológica**, uma vez que, segundo Santaella (2001, p. 335), a notícia “busca reduzir o acontecimento ao fio de sua temporalidade”. Assim, os fatos são narrados com o objetivo de construir um roteiro que busca se aproximar ao máximo do “fluxo do tempo” de um evento. Para Santaella (2001, p. 335) “a notícia é assim o gênero do discurso que melhor representa o acomodamento da narrativa verbal a um nível otimizado de pura sucessividade”. O fato é apresentado em uma sequência que busca representar a passagem do acontecimento no tempo.

3. MATRIZ VERBAL

3.1 Descrição

3.2 Narração

3.2.1 Narração espacial

3.2.2 Narração sucessiva

3.2.2.1 Descompasso temporal

3.2.2.2 Grau Zero narrativo

3.2.2.3 Sucessividade Cronológica

3.2.3 Narração causal

3.3 Dissertação

Vale atentar para o fato de que, no desenvolvimento da sucessividade cronológica da notícia jornalística, podemos observar, também, exemplos da terceira classificação da matriz da linguagem verbal: estamos falando da **Dissertação**. Dentro da terceira modalidade da matriz verbal, ou seja, na **Dissertação**, encontramos mais três subníveis do processo dissertativo: (1) dissertação conjectural, (2) dissertação relacional e (3) dissertação argumentativa. Os casos de dissertação que podemos observar no decorrer das narrativas sucessivas são exemplos do segundo subnível da dissertação: **Dissertação Relacional**.

3. MATRIZ VERBAL

3.1 Descrição

3.2 Narração

3.3 Dissertação

3.3.1 Dissertação conjectural

3.3.2 Dissertação relacional

3.3.3 Dissertação argumentativa

Segundo Santaella (2001, p. 357): “Na dissertação relacional, suposições ou teorias são correlacionadas com fatos, e, através deles, o discurso pretende testar a comprovação da teoria. Nesse caso, os fatos concretos funcionam como índices de suporte da teoria”. Percebemos nos comentários as observações acerca das notícias jornalísticas, isto é, exemplos da primeira submodalidade da dissertação relacional: “**comentário dos fatos**”; uma forma de discurso que é guiada pelo julgamento do enunciador, através da transformação dos fatos em ideias, ou seja, em pensamentos, em julgamentos.

A partir da análise do plano discursivo, podemos começar a pensar sobre como o plano diagramático do jornalismo impresso se apresenta. Se a representação escrita dos sons da língua confere ao jornalismo impresso uma complexidade de categorias que se iniciam em sua própria natureza visual, e se mescla à Matriz Visual, engendrando níveis de narratividade essenciais à transmissão da informação; no nível da diagramação, a visualidade inerente

à Matriz Visual, se desmembra em figuratividades e registros, na manutenção do equilíbrio da estrutura da informação jornalística.

O Jornalismo impresso apresenta tradicionalmente na diagramação da notícia, no nível da matriz visual, casos de **formas figurativas**. As formas figurativas são para Santaella (2001, p. 227) “formas referenciais que, de um modo ou de outro, com maior ou menor ambiguidade, apontam para objetos ou situações em maior ou menor medida reconhecíveis fora daquela imagem”. Podemos observar, em noticiários de jornais impressos, principalmente exemplos de formas figurativas da segunda submodalidade, isto é, a **figura como registro: a conexão dinâmica**.

2. MATRIZ VISUAL

2.1 Formas não- representativas

2.2 Formas Figurativas

2.2.1 A figura como qualidade: o *sui generis*

2.2.2 A figura como registro: a conexão dinâmica

2.2.3 A figura como convenção: a codificação

2.3 Formas Representativas

A figura como registro: a conexão dinâmica é, segundo Santaella (2001, p. 231), a manifestação “mais próximas da indexicalidade, [...] registro de objetos ou situações existentes”, no universo da linguagem visual. No nível da indexicalidade, a imagem é determinada pelo objeto. Há uma relação factual da imagem com seu objeto ou referente, como pode ser observado nas fotografias que acompanham as notícias nos jornais impressos. Porém, entre as submodalidades da figura como registro, podemos classificar as fotografias que acompanham as notícias jornalísticas como **Registro Físico**.

2. MATRIZ VISUAL

2.1 Formas não- representativa

2.2 Formas Figurativas

2.2.1 A figura como qualidade: o *sui generis*

2.2.2 A figura como registro: a conexão dinâmica

2.2.2.1 registro imitativo

2.2.2.2 registro físico

2.2.2.3 registro por convenção

2.2.3 A figura como convenção: a codificação

2.3 Formas Representativas

Podemos, também, encontrar em algumas notícias de jornal impresso exemplos de **registro imitativo**, já que, nesta classificação, a figura “é mimé-

tica em relação àquilo que ela registra. O traçado da figura imita, assemelha-se à forma visível do objeto denotado” (SANTAELLA, 2001, p. 233).

2. MATRIZ VISUAL

2.1 Formas não- representativas

2.2 Formas Figurativas

2.2.1 A figura como qualidade: o *sui generis*

2.2.2 A figura como registro: a conexão dinâmica

2.2.2.1 registro imitativo

2.2.2.2 registro físico

2.2.2.3 registro por convenção

2.2.3 A figura como convenção: a codificação

2.3 Formas Representativas

Por ser um meio de comunicação, o jornalismo envolve permanentemente a preocupação de satisfazer e atender aos anseios do grupo a que serve. A notícia, assim, foi incorporando em si as estruturas textuais que a tornaram capaz de desempenhar esta missão, replicando em diferentes momentos as dinâmicas da modernidade e assumindo uma natureza híbrida; uma notícia pode, pois, se compor de linguagem verbal, visual e/ou fotográfica, dependendo do suporte onde se instaura. Melhor: se o jornalismo é por condição uma linguagem híbrida, a notícia é híbrida, às vezes, em sua condição escritural/textual. Observe-se ainda que a narrativa da notícia representa um gênero literário de tradição assentada no épico, com a organização dos eventos em sequências, registros na mesma ordem que teriam ocorrido no tempo; de uma sequência a outra, há cortes temporais ou espaciais. É a partir desta gramática da notícia que as informações sobre objetos, ambientes e personagens são embutidas, na narrativa dos eventos; trata-se assim de elementos descritivos. Ocorre, com isso, na narrativa, um encadeamento de sequências S-, constituído de eventos (1,2,3 etc) temporalmente relacionados (S1, S2, S3 etc).

A estrutura da informação no labirinto da virtualidade

Segundo Santaella (2004) em “A prontidão perceptiva e a polissensorialidade do navegador”, o usuário da *Internet* quando adentra o universo da rede informacional trafega por um ambiente de signos híbridos, no qual imagens, gráficos, desenhos, figuras, palavras, textos, sons e mesmo vídeos misturam-se na constituição de uma metamídia complexa. É nesse ambiente que hoje, na era do virtual, o leitor do jornal experimenta o hábito de leitura. Percebe-se que o ato de tocar, folhear, sujar os dedos de tinta e deixar suas digitais como “carimbos” nas páginas dos cadernos jornalísticos foi substitu-

ido aos poucos pela prática exploratória no tatear do teclado e no *mouse* dos *notebooks* e *desktops*, dos toques e/ou do clicar no *mouse*, nas teclas sobe e desce e, nas telas *touchscreen* dos tablets e, também, pela fluidez, rotação e agilidade dos diversos movimentos das informações sugeridas nas telas nos *pads* dos *notebooks* etc. Assim, além da mudança nos modos de tatear o suporte do jornal impresso, os modos de leitura também se diversificaram como a própria maneira de escrever do jornalista. Dois sujeitos (jornalista e leitor) que duplamente necessitaram passar por um processo de cognição diferenciado a fim de conjugar o ler e o escrever no jornalismo, ainda, aprenderam a manusear as ferramentas do chamado - ciberespaço – assim, o leitor e o jornalista tentam pelo mesmo percurso fazer parte e se orientar através de um universo performativo dos *megas* ou *giga-bites*: um universo invisível que não se localiza no espaço real, mas no virtual.

Portanto, embora estejam na geografia espacial, com nomes próprios, endereços de localidade (rua, avenida, números, estado, país) no ambiente informacional do *site* onde se manifesta a(s) notícia(s) os exercícios de mobilidade são efetuados no corpo fluído das telas, *pads*, *touchscreen*, que, segundo Santaella (2004) é uma enxurrada de signos. Mais, o jornalismo *online*, como é tratado aqui, caracteriza-se por uma escrita e leitura multilinear e não-sequencial, um tipo de comunicação multilinear e labiríntica que coloca em jogo as qualidades sensíveis do tato e do olhar do produtor do jornal como do leitor deste. Por isso, o antigo hábito do jornaleiro ou entregador do jornal impresso aos poucos se esvai. Surge assim, o jornalismo rápido, dinâmico que dispensa todo o instrumental de um polo gráfico, apto a despertar a agilidade do *modus operandi* da modernidade, cuja função é se oferecer direta e instantaneamente ao receptor.

Quanto a essas afirmações, nada de novo é forjado aos estudos de mudança de hábitos nas leituras dos jornais, afinal, outros pesquisadores confirmam o dito. Mas, destacamos aqui, a natureza desse jornalismo, cuja ordem está marcada pela linguagem híbrida. Constituído pelo verbal, primeiramente no formato impresso e mais tarde acompanhado pelo sonoro, no jornal radiofônico, continuou sua trajetória incluindo o sistema visual, tanto no suporte impresso (com fotos, imagens, figuras, desenhos) como no telejornalismo. Quando se trata de *webjornais* (ou jornais *online*), fala-se em publicações eletrônicas e sistemas de hipertextos. São justamente sobre este jornalismo moderno que se debruçam hoje os estudos acerca dos modos de ver e ler as notícias. Os cuidados que balizam este modo de ver e ler estes textos distribuídos no jornal *online* é a escrita hi-

pertextual dos produtos disponibilizados na *web*.³

Já não é novo também citar sobre a tão conhecida pirâmide invertida, cujo propósito, no jornalismo, não significa uma narrativa linear. Ao contrário, ela rompe com a sequência cronológica (sucessiva) para privilegiar a conclusão, o mais importante. A narrativa proposta pela pirâmide invertida desconstrói a narrativa temporal, que conta os fatos na linearidade dos acontecimentos. Dizer logo de que se trata apesar de deixar ao leitor a possibilidade de seguir a leitura para outros fatos da narrativa da forma que queira, em lugar de sugerir apenas um caminho sequencial é a proposta da pirâmide invertida; teoricamente, os elementos da narrativa jornalística, ou unidades de informação, são apresentados por ordem decrescente de importância.

A utilização da estrutura da pirâmide invertida é característica do texto do jornalismo *online*. Nesta estrutura a notícia vai direto ao ponto, diz logo do que se trata. Entretanto esta não é a única maneira de se escrever no jornalismo *online*, ou em qualquer outra modalidade de jornalismo; nem quando esse estilo era amplamente adotado como verdadeiro paradigma da redação jornalística se tratava de algo único. No entanto, é clara a eficácia da pirâmide invertida como forma de redigir notícias na *web*, devido a certas características do novo meio. A função específica da pirâmide invertida do jornalismo na *Internet* é ir direto ao ponto, numa redação de estilo conciso, aquela que auxilia a comunicação num meio rápido, dinâmico e interativo como é a *web*, especialmente, ao se tratar de *hard news*, notícias de última hora que são fonte do jornal *online* na fase atual.

Uma vez que a pirâmide invertida rompe com a sequência linear-cronológica, no jornal *online*, a pirâmide é um princípio básico nos textos tanto impressos como na *web*. Há quem defenda que o estilo tradicional de redação cronológica, devido à usabilidade da *Internet* e ao tempo de leitura do receptor, seja mais eficaz. Seguindo a lógica discursiva com base nas Teorias do Jornalismo, adentraremos nas análises que tratamos de classificar como percursos discursivos semióticos do jornalismo *online*, através das *Matrizes da Linguagem e Pensamento*, de Santaella (2001).

Na Teoria do Jornalismo existem seis características que descrevem e explicitam o modo como a *Internet* executa sua função na rede: 1) Instantaneidade; 2) Perenidade; 3) Interatividade; 4) Multimediação; 5) Hipertextualidade e 6) Personalização do conteúdo.

A **Instantaneidade** é uma forma de “Grau Zero Narrativo”. O grau de instantaneidade – a capacidade de transmitir de imediato um fato – das

³ O termo WEB foi aqui empregado para designar a teia telemática mundial, da qual a *Internet* é a principal, porém não é a única componente.

publicações em rede aproxima-se do atingido pelo rádio, o mais alto entre as três mídias tradicionais, seguido pela TV e pelo jornal impresso. Essa instantaneidade é uma narração característica do Grau Zero Narrativo – onde o tempo é “real”.

3. MATRIZ VERBAL

3.1. Descrição

3.2. Narração

3.2.1. Narração espacial

3.2.2. Narração sucessiva

3.2.2.1. Descompasso temporal

3.2.2.2. Grau Zero Narrativo

3.2.2.3. Sucessividade cronológica

3.3. Dissertação

A **Perenidade** é também conhecida como arquivamento ou memória. O tempo é um elemento importante nesta função; é um elemento da sensibilidade: ontem, hoje, amanhã possibilitam conhecer o próximo, o distante da experiência, preenchendo-se de conhecimento, e com isso encontrar os sentidos. No jornalismo *online*, o tempo vai se organizar de modo: a) instantâneo; b) notícias-*flashes*; c) a rede comporta outros ritmos temporais devido aos sistemas de armazenamento digital de informação – mas ao mesmo tempo, arquivado, parado, para ser acessado independente da vontade; a *web* permite a coexistência de temporalidades, para que a notícia possa *ser-vista*, o veículo encontra um modo de representar a “memória humana”. O material jornalístico produzido *online* pode ser guardado indefinidamente, afinal, o armazenamento de informação binária tem um custo mais baixo. É possível guardar grande quantidade de informação em pouco espaço e essa informação pode ser recuperada rapidamente com busca rápida – *full text*. A perenidade está relacionada com a organização sistêmica de informação do computador, portanto, ela se apresenta como uma forma de sistema convencional analógico, subitem da Matriz Visual.

2. MATRIZ VISUAL

2.3 Formas Representativas

2.3.1 Representação por analogia: a semelhança

2.3.2 Representação por figuração: a cifra

2.3.3 Representação por convenção: sistema

2.3.3.1 Sistemas convencionais **analógicos**

A **Interatividade** é a possibilidade de diálogo entre jornalistas e lei-

tores da informação. No jornal *online* a interatividade atinge seu ponto máximo. O leitor pode escolher vários caminhos para ler as notícias. Na *web*, o leitor pode enviar formulários com comentários sobre uma notícia e ver suas observações colocadas imediatamente à disposição de outros usuários. Fixa-se na proximidade feita de contatos mediados por computador num tempo e espaço reconfigurados. Embora ainda esteja numa fase inicial e ser pouco aproveitada pelos jornais eletrônicos, a interatividade fomenta o contato entre dois mundos até agora separados: aquele de quem escreve e aquele de quem lê as notícias. A interatividade está mais próxima da dissertação, por possibilitar o diálogo entre os discursos do emissor-jornal com o discurso do receptor-leitor. Podemos perceber nos comentários das notícias jornalísticas, exemplos da primeira submodalidade da dissertação relacional: “comentário dos fatos”; uma forma de discurso que é guiada pelo julgamento do enunciador, através da transformação dos fatos em ideias, ou seja, em pensamentos, em julgamentos. Nas classificações das matrizes, temos:

3. MATRIZ VERBAL

3.1. Dissertação

3.3.1. Dissertação conjectural

3.3.2. Dissertação relacional

3.3.2.1-Comentários dos fatos, críticas e sugestões, chats, debates, fóruns etc.

Para Santaella, (2001, p.357) “na dissertação relacional, suposições ou teorias são correlacionadas com fatos, e, através desses fatos, o discurso pretende testar a comprovação da teoria. Nesse caso, os fatos concretos funcionam como índices de suporte da teoria”.

A **Multimediação** está na própria característica do jornal *online*, por ser uma forma de linguagem híbrida, onde todas as três matrizes estão em constante interação para veicular as informações, ou seja, na multimediação do jornalismo na *web* encontram-se as três matrizes funcionando em um processo de inter-relação: sons, imagens e linguagem verbal, unidos no mesmo meio para veicular a informação. Mais do que um mero somatório, trata-se de uma nova configuração discursiva: “a hipermídia é uma linguagem eminentemente interativa. O leitor não pode usá-la de modo reativo ou passivo”, diz Santaella (2001, p. 394).

O **Hipertexto** é um sistema de escrita e leitura não-linear aplicado à informática. As informações se organizam de forma não hierarquizada, espalhadas em uma rede com inúmeras conexões – os *links* ou *hyperlinks*. Moraes (2004, p. 105) diz que hipertexto denota “um texto composto de blo-

cos de texto – nos termos de Barthes, uma *lexia* – e os vínculos eletrônicos que os unem”. O hipertexto digital singulariza-se pelo dispositivo eletrônico *link*. Com a velocidade e a instantaneidade de acesso aos *links*, a informação inaugura aquilo que Pierre Lévy (1995, p. 125) denomina um novo sistema de leitura e escrita, diferente do formato impresso. A maleabilidade de leitura multilinear e o número de informações pedem ao leitor que ele seja capaz de ter um “mapa cognitivo” (um desenho mental-perceptivo) das trilhas de leitura. Santaella (2004, p. 35) define hipertexto como: “modo a-sequencial, fragmentos de informação de naturezas diversas, criando e experimentando, na sua interação com o potencial dialógico da hipermídia, um tipo de comunicação multilinear e labiríntica”.

No jornal impresso as páginas e figuras/imagens se apresentam em uma ordenação sintático-textual. O jornal *online*, por sua vez, apresenta a ordenação de modo associativa através do ato de navegação. Assim, segundo, Santaella (2004, p. 36) as notícias expostas nas páginas labirínticas da *web* são “enxurradas” de signos na tela do computador. O usuário está sempre dentro de um espaço informacional, um ambiente de signos híbridos nos quais os *nós de informação, de acordo com Santaella* (2001, p. 394) “podem aparecer na forma de texto, gráficos, sequencias de vídeos ou de áudios, janelas ou de misturas entre eles”, na constituição de uma metamídia complexa.

Nessa medida, a hipertextualidade se apresenta como uma forma de descrição conceitual.

3. MATRIZ VERBAL

3.1. – Descrição

3.1.3. Descrição conceitual

3.2. – Narração

3.3. – Dissertação

Ao passo que o internauta navega pelos *links* dos hipertextos, os fragmentos podem aparecer no nível da diagramação nas formas figurativas. As formas figurativas são para Santaella (2001, p. 227): “formas referenciais que, de um modo ou de outro, com maior ou menor ambiguidade, apontam para objetos ou situações em maior ou menor medida reconhecíveis fora daquela imagem”.

Nos *links* das páginas eletrônicas que disponibilizam a figura como registro do que poderá ser acessado é um exemplo da segunda submodalidade, isto é, a **figura como registro: conexão dinâmica**.

2. MATRIZ VISUAL

2.1. formas não-representativas

- 2.2. formas figurativas
 - 2.2.1. figura como qualidade: o *sui generis*
 - 2.2.2. figura como registro: a conexão dinâmica**
 - 2.2.3. figura como convenção: a codificação
- 2.3. formas representativas
 - 2.3.1. representação por analogia: a semelhança
 - 2.3.2. representação por figuração: a cifra
 - 2.3.3. representação por convenção: sistema

A figura como registro, segundo Santaella (2001, p. 231) são “manifestações mais próximas da indexicalidade, [...] registro de objetos ou situações existentes”. No nível da indexicalidade, a imagem é determinada como objeto. Há uma relação factual da imagem com seu objeto ou referente, como pode ser observado, nas imagens, fotografias, desenhos que aparecem nas páginas exibindo notícias *online*.

No que concerne à **Personalização do conteúdo**, devemos observar que o leitor-usuário faz e sente-se parte do processo. O termo multi-interativo serve também para tratar da personalização do conteúdo, porque a interatividade será efetivada conforme a configuração dos produtos e de acordo com os interesses individuais do leitor-usuário. Constrói-se através dos *links* acessados uma linearidade narrativa particular. Pelas descrições dos *links*, o usuário detecta a narrativa do discurso, e os *links* são os fios condutores da narrativa e o contato direto na personalização do conteúdo.

Do mesmo modo que a interatividade, a personalização está próxima da dissertação, uma vez que o usuário tem condições de fazer e/ou modificar o processo, ou ainda construir de acordo com sua mediação. No nível da Matriz Verbal:

3. MATRIZ VERBAL

- 3.1. Descrição
- 3.2. Narração
 - 3.2.1. Narração espacial
 - 3.2.2. Narração sucessiva
 - 3.2.2.1. descompasso temporal
 - 3.2.2.2. grau zero narrativo (por ser instantânea)
 - 3.2.3. Narração causal
- 3.3. Dissertação**
 - 3.3.1. dissertação conjectural
 - 3.3.2. dissertação relacional**
 - 3.3.2.1. Comentário dos fatos**
 - 3.3.2.2. Uso dos exemplos**
 - 3.3.2.3. Fóruns**

3.3.2.4. Debates

3.3.2.5. E-mails

3.3.3. dissertação argumentativa

É desse modo, que um dos aspectos evolutivos mais significativos dessa conjuntura revolucionária está no aparecimento e rápido desenvolvimento de uma nova linguagem: a hipermídia. A multidimensionalidade da hipermídia, para Santaella (2001, p: 393): “além de permitir a mistura de variadas modalidades das três matrizes da linguagem e pensamento – textos, imagens, sons, ruídos e vozes em ambientes multimidiáticos – a digitalização também permite a organização reticular dos fluxos informacionais em arquiteturas hipertextuais”. Por isso a convergência do texto escrito (livros, periódicos, científicos, jornais, revistas), do audiovisual (televisão, vídeo, cinema) e da informática (computadores e programas informáticos). Uma vez hipermidiática é uma linguagem longe de ser apenas uma nova técnica, “um novo meio para a transmissão de conteúdos preexistentes, a hipermídia é, na realidade, uma nova linguagem em busca de si mesma”, prossegue Santaella (2001, p: 392), mas acima de tudo o jornalismo *online*, como se pode analisar é uma linguagem híbrida por natureza.

Considerações Finais

A partir de nossas análises, podemos encontrar claramente no jornalismo impresso, relações explícitas entre a *Matriz Verbal* e a *Matriz Visual*, com forte presença do discurso narrativo. Porém, no jornalismo *online* encontramos a presença das *Matrizes Verbal, Sonora e Visual* com a característica eminente da interação. Dessa forma, as *Matrizes da Linguagem* foram aplicadas aos veículos de notícias, impresso e *online*, e estes veículos foram analisados tanto no plano discursivo, como no nível da diagramação, com vias a buscar as diferenças significativas que podem ser observadas no uso das linguagens híbridas nestes diferentes veículos de comunicação e de sentido.

Algumas questões importantes que emergem de nossas primeiras observações sobre as singularidades e princípios de organização do jornal impresso, está o fato de que primeiramente, no que conceituamos como “nível do discurso”, a linguagem verbal escrita que compõem a base da informação do jornalismo impresso é, primeiramente, uma representação da linguagem verbal oral-auditiva. As notícias jornalísticas são exemplos de narração (na perspectiva da *Matriz Verbal*), uma vez que os textos narrativos organizam as ações e eventos em ordem sequencial. Além da análise do plano discursivo do

jornalismo impresso, desenvolvemos um estudo do nível de diagramação. O jornalismo impresso apresenta tradicionalmente na diagramação da notícia, no nível da matriz visual, casos de formas figurativas.

No caso do jornalismo *online*, a hibridização da linguagem se dá no nível verbal, sonoro, visual e interativo. Neste tipo de mídia, a notícia se apresenta como uma linguagem híbrida, composta por estruturas textuais diversas, que na perspectiva da *Matriz Verbal*, podemos descrever como descritiva, narrativa, dissertativa, porém integrando o corpo do cibernauta no processo de comunicação.

Nestes termos, quando comparado com as estruturas de linguagem do jornalismo impresso, fica evidente que a notícia, a cada tempo, se insere às necessidades dinâmicas dos processos de comunicação e cultura do tempo e do espaço. Caracterizando-se essencialmente como uma forma de mídia interativa, os jornais na *Internet* permitem ao usuário traçar seu próprio percurso discursivo. A interatividade explorada na *web*, como *e-mails*, fóruns, *chats*, *newsletters* (a newsletter possibilita um canal direto de comunicação com clientes), redes sociais (Facebook, Twitter, Vostu, Google Plus, LinkedIn etc). fazem do leitor-usuário uma parte do processo jornalístico, na medida em que é para ele que se destina e ao mesmo tempo se submete o conteúdo editorial.

Quando comparada com o jornal impresso, o jornal *online*, e suas notícias postadas na *web* apresentam diferenças bastante singulares que demonstram como a estrutura da linguagem se mistura aos processos de interatividade. Nas publicações digitais os *links* estão nas manchetes e no índice dos editoriais na *home-page*; enquanto que no jornal impresso, a localização da matéria indica sua importância. A página eletrônica é agrupada por editoria, tornando-se um índice geral. No nível do discurso, o hipertexto é um sistema de escrita e de leitura não-linear aplicado à informática, caracterizando-se, por uma escrita e leitura multilinear e não-sequencial, de forma que no universo da grande rede, permite que as notícias jorrem informações em fluxo contínuo.

No que concerne à diagramação, enquanto no jornal impresso as páginas e figuras/imagens se apresentam em uma ordenação sintático-textual, no jornal *online*, encontramos uma forma de ordenação associativa, através do ato de navegação do internauta. Assim, o princípio da interatividade, característico do jornalismo *online*, permite ao leitor-usuário estar sempre dentro de um espaço informacional, ou seja, em um ambiente de signos híbridos no qual, imagens, gráficos, desenhos, figuras, palavras, textos, sons e até mesmo o vídeo, se misturam na constituição de um sistema midiático complexo. Desse modo, o uso da *Internet* une as matrizes sonora, visual e verbal, em um mesmo espaço, criando uma linguagem múltipla e, sobretudo, dinâmica. O uso do jornal na internet se apresenta muito mais do que um

mero somatório de linguagens, e sim como uma nova configuração discursiva: uma fusão das três *Matrizes da Linguagem* por meio do hipertexto.

Referências

BAKHTIN, Mikhail Mikhailovitch. **Estética da Criação Verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

LAGE, Nilson. **Estrutura da Notícia**. São Paulo. Editora Ática, 1979.

LÉVY, Pierre. **As Tecnologias da Inteligência**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1995.

MORAES, Francilaine Munhoz de. Discurso Jornalístico OnLine. **Comunicação e Espaço Público**, ano 7, n. 1-2, p. 105, 2004.

PEIRCE, Charles Sanders. **Escritos Coligidos**. 2.ed. São Paulo: Abril Cultural, 1980. (Os Pensadores).

SANTAELLA, Lucia. **O que é Semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

SANTAELLA, Lucia. **Matrizes da Linguagem e Pensamento**: sonora, visual, verbal. São Paulo: Iluminuras, 2001.

SANTAELLA, Lucia. **Corpo e Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2004.



Convergência, transmídia e excedente cognitivo na ocupação da USP

Thiago Soares¹
Allysson Viana Martins²

Resumo: A cobertura da *Ocupação da USP* pela *Folha de S. Paulo* é fenômeno propício para um estudo da convergência e transmídia no jornalismo. Da produção de conteúdos para o jornal impresso e para o site, chegando à integração com as redes sociais (*Twitter* e *Facebook*), observa-se uma particularidade na forma de endereçamento dos conteúdos jornalísticos: os usos das redes sociais pelas organizações jornalísticas – neste caso, o Grupo Folha de Comunicação – aciona a ideia de produção colaborativa no jornalismo contemporâneo, juntamente às estratégias de convergência e transmídia. A partir da revisão desses conceitos, reconhecemos que a produção de conteúdo através dos usos estratégicos do excedente cognitivo dos fruidores aponta para lógicas de uma nova prática na atividade jornalística.

Palavras-chave: Jornalismo. Convergência. Transmídia. Ocupação da USP. Folha de S. Paulo.

Introdução

É fundamental reconhecer que coberturas jornalísticas funcionam como uma importante baliza de compreensão das práticas e processos de construção da informação. A cobertura jornalística, em sua temporalidade urgente e necessidade de acompanhamento do desdobrar dos fatos, traduz-se como um lugar privilegiado para se perceber como as lógicas organizacionais das empresas jornalísticas, as atividades de repórteres, fotógrafos, designers, editores, entre outros e as premissas de noticiabilidade estão engendradas e agenciadas.

Observar, analiticamente, os fatos ocorridos no ano de 2011, sugerem uma gama de possibilidades e objetos passíveis de investigação, como

¹ Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas da UFPB e Doutor em Comunicação e Culturas Contemporâneas pela UFBA, e-mail: thikos@uol.com.br.

² Mestrando em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela UFBA e integrante do Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line (GJOL), e-mail: allyssonviana@gmail.com.

explicita o especial da *Folha.com*, *Onda de revoltas*³ (2011): a *Primavera Árabe*, “revoltas” que aconteceram no Oriente Médio e no norte da África, colocou em questão os regimes de governabilidade de países destas áreas; a *Geração à Rasca*, nomenclatura utilizada para identificar as várias manifestações ocorridas em Portugal; a *Spanish Revolution*, que reivindicava uma melhor representação dos partidos políticos na Espanha em crise; o *Occupy Wall Street*, no qual os manifestantes reclamavam contra a desigualdade social e a ganância dos empresários e reivindicavam contra a impunidade dos responsáveis da crise financeira mundial, entre outros.

No final de outubro de 2011 teve início na cidade de São Paulo, no Brasil, a *Ocupação da USP*, fato cujo estopim foi a prisão de três estudantes da universidade que portavam maconha no campus (PRADO, 2011) e que, de alguma forma, pode dialogar com esta “onda” reivindicatória que acometeu alguns lugares do mundo. Duas questões ganham relevo na escolha deste fato como uma disposição analítica: a aparente banalidade do estopim inicial, a premissa de que a USP é a mais emblemática instituição de ensino superior no Brasil e a relação de “ocupação” de espaços públicos como disposição de reivindicação e protesto.

Neste capítulo, nossa observação para análise recai sobre o jornal *Folha de S. Paulo* na cobertura da *Ocupação da USP*, de 27/10 a 08/11. O período selecionado marca o estopim das revoltas e a hipótese aqui delimitada aponta para os usos de novos espaços de construção da informação: as redes sociais. Nosso procedimento tem como princípio debater que noções como convergência e transmídia são fundantes na prática jornalística da *Folha de S. Paulo* (impresso e site), no entanto, tais práticas ganham em dinâmica e circulação, uma vez que são integradas às redes sociais (*Twitter* e *Facebook*).

A *Folha de S. Paulo*, além de parecer utilizar as redes sociais de maneira ampla, é o maior jornal de circulação do estado de São Paulo (FOLHA, 2011), cidade em que aconteceu o fato em discussão. Há uma particularidade na forma de arquitetura da cobertura jornalística da *Ocupação da USP* que nos interessa: o modo como a *Folha* utilizou suas redes sociais, seu site e seu jornal impresso para abordar o fenômeno, valendo-se dos seguidores no *Twitter* e dos fãs do *Facebook* para conseguir depoimentos, imagens, vídeos, qualquer material de publicação. Há um claro uso do que Clay Shirky (2011) chama de “excedente cognitivo”, tendo como base o reconhecimento de que os fruidores dos conteúdos informativos dedicam tempo livre para produzir conteúdo para os veículos de mídia. Este uso estratégico do “excedente cognitivo” dos fruidores como aparato para construção de mais conteúdo de

³ Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/especial/2011/ondaderevoltas/>>. Acesso em: 10/12/2011.

cobertura jornalística nos parece ser um dos trunfos da *Folha de S. Paulo*. Antes de adentrarmos nos meandros analíticos, acreditamos ser necessário discutir as noções de “convergência” e “transmídia”.

Por que (ainda) falar em convergência?

Convergência é um termo bastante recorrente na academia e no mercado. Os pesquisadores Antikainen et al. (2004, p. 8) afirmam que “convergência pode ser percebida nos conteúdos, nos dispositivos terminais e nos sistemas de rede”⁴. Para o caso específico do jornalismo, entretanto, a pesquisadora Barbosa (2008, p. 88) explica que “[...] mais que uma palavra da moda ou justificativa para sobrecarga de trabalho e cortes nas equipes, a convergência jornalística é uma oportunidade para renovar o jornalismo e atualizá-lo frente às demandas do público do século XXI”.

Identificamos ao menos três tipos de convergência midiática: de formato, de terminal/dispositivo e de conteúdo. A convergência de formato⁵ é entendida como sinônimo de multimídia⁶ ou multimeios⁷. Outro estilo é a de terminais, na qual se reúne especificidades de diversas mídias em só um dispositivo. Por fim, existe a convergência de conteúdo, que tem relação com a transposição dos materiais de um dispositivo para outro e é a que enfatizamos de maneira mais forte. A convergência de conteúdo nos interessa de maneira mais explícita, pois há mais possibilidade de perceber nesta seara maior fundamentação de um conceito criado por Jenkins (2008): a narrativa transmidiática ou transmídia.

A expressão “convergência”, na nossa análise, referencia apenas o que caracterizamos como convergência de conteúdo. Segundo Jenkins (2008, p. 41), “[...] a velha ideia da convergência era a de que todos os aparelhos iriam convergir num único aparelho central que faria tudo para você (à la controle remoto universal).

⁴ Tradução nossa.

⁵ Um entendimento maior sobre que é multimídia pode ser encontrado em Ferrari (2003), Primo (2007) e Santaella (2003). Para uma discussão acerca do conceito de convergência, Abreu e Branco (1999), Antikainen et al. (2004), Barbosa (2008) e Jenkins (2008). Em trabalhos anteriores, já refletimos acerca dessa diferenciação, apostando que cada termo e expressão se referem a características e funcionalidades diferentes (MARTINS, 2010).

⁶ Para Mielniczuk (2003) e Palacios (2002; 2003), convergência – enquanto característica do webjornalismo – diz respeito à integração de diversos formatos midiáticos, como vídeo, áudio, imagem, infográfico, animação e texto. Nós, por outro lado, acreditamos que essa função de englobar som, imagem, movimento etc. recai sobre a multimídia.

⁷ Em 2003, Santaella afirma que a “mistura de áudio, vídeo e dados é chamada de multimídia” (2003, p. 83). E, ainda de acordo com a autora, com o mesmo intuito podemos utilizar o termo “multimeios” (2007, p. 300).

O que estamos vendo hoje é o hardware divergindo, enquanto o conteúdo converge”. Na concepção da pesquisadora Suzana Barbosa, “para o jornalismo, a convergência significa integração entre meios distintos, produção de conteúdos combinando multi-plataformas para publicação e distribuição, convergência estrutural com a reorganização das redações e a introdução de novas funções para os jornalistas”. Distinguem-se, então, quatro tipos de convergência jornalística: tecnológicas; empresariais; profissionais; de conteúdo. Em conformidade com nossa visão, a autora define os “[...] dois últimos níveis como os de maior interesse acadêmico e profissional e nos quais situam as mudanças mais significativas, porque trazem mais novidades” (BARBOSA, 2008, p. 97). Aqui, enfatizamos, sobretudo, a convergência de conteúdo, isto é, a capacidade de adaptação e transposição de um material de um meio para outro, permitindo, desta maneira, “[...] a construção de narrativas jornalísticas em conformidade com tais recursos” (BARBOSA, 2008, p. 88).

Transmídia: do entretenimento ao jornalismo

A narrativa transmidiática é uma espécie de desdobramento de um assunto através de mais de uma mídia. Para que haja transmídia, um tema precisa ser trabalhado inicialmente em um meio e ser ampliado em outro. Apostamos que a convergência de conteúdo (a transposição para outro meio) pode facilitar essa noção de transmídia. Um dos maiores modismos (sem acepção negativa) entre os veículos de comunicação para cobertura de um fenômeno é apostar (ou tentar) em uma integração de suportes, isto é, na narrativa transmídia, sobretudo aliada à convergência e às redes sociais (AGUIAR; MARTINS, 2012). A utilização de redes como *Twitter* e *Facebook*, a propósito, foi considerada um diferencial na maioria das manifestações em 2011 (HUNTER, 2011; MARQUES, BOMFIM, VIEIRA, 2011; SADDY, 2011), com papel ativo na organização das manifestações ou na denúncia de irregularidades e atrocidades cometidas pelos governantes, policiais e envolvidos.

Nascida no âmbito do entretenimento, a transmídia “[...] refere-se a uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias – uma estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa de comunidades de conhecimento” (JENKINS, 2008, p. 47). Em outras palavras, o consumidor, na transmídia, busca a ampliação de um assunto através de diversos meios. Jenkins (2008, p. 47) esclarece que “[...] os consumidores devem assumir o papel de caçadores e coletores, perseguindo pedaços da história pelos diferentes canais”.

Um produto transmidiático deve ser autossuficiente, ou seja, um indivíduo pode consumir apenas o filme e entenderá sua narrativa, bem como apenas jogar o game e também compreenderá o enredo proposto. Ainda assim, se um meio não trazer complemento para o produto de outra mídia, não há narrativa transmídia, pois não há ampliação do tema ou assunto. Os produtores devem desenvolver produtos que contribuam para um sistema maior de narrativa. Em outras palavras, as franquias não podem repetir, mas ampliar a história. Jenkins esclarece que “uma história transmidiática se desenrola através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmidiática, cada meio faz o que faz de melhor” (2008, p. 135).

Se pensarmos no conceito de transmídia como complementação de um tema, ele se adapta à área jornalística. Nos últimos dois anos, esforçamo-nos para verificar de que forma a transmídia pode ser observada no jornalismo (AGUIAR ; MARTINS, 2012; MARTINS, 2011, 2011a; MARTINS; SOARES, 2011). Essa visão também é trabalhada por Mascarenhas, Nicolau e Posnar (2011). Ainda que a web não seja fundamental para a existência da narrativa transmidiática, é nela que mais se destaca, especialmente pela possibilidade de acontecer aliada à convergência.

Quando um produto convergido possui links para conteúdos mais antigos, esse fenômeno é caracterizado como transmídia, já que há um desdobramento do assunto anteriormente abordado em outro veículo, ou mesmo quando é trabalhado de outro modo nas redes sociais, no site ou na TV. A cobertura da *Ocupação da USP* deve trazer exemplos empíricos dessa interação entre meios, seja devido à convergência ou à narrativa transmidiática, que proporciona, na integração entre site, jornal impresso e redes sociais, um espaço para divulgação, debate e ampliação do assunto em mais de uma plataforma específica.

As redes sociais possuem três relações específicas com o jornalismo: fonte e pauta para a informação; filtro de notícia; reverberação dos conteúdos (RECUERO, 2009, p. 7). No caso do uso das redes sociais como fontes, isso pode acontecer seja porque o fato ou fenômeno surgiu nesse (ciber)espaço – como o movimento Fora Sarney, em 2009 – ou mesmo em situações em que a mídia não consegue estar no local, como no caso de Salam Pax, blogueiro que se tornou conhecido após registrar diariamente a invasão do Iraque, em 2003⁸. As redes sociais são complementares ao jornalismo, produzindo efeitos em sua prática, mas não desenvolvendo o mesmo que os jornalistas, pois não produzem notícias, apenas “[...] elementos que podem ser noticiados. Estão,

⁸ Ver Zago (2010) para saber mais sobre o uso das redes sociais como pauta e fonte para o jornalismo.

de um modo geral, produzindo efeitos no jornalismo, mas não praticando jornalismo, uma vez que esses processos são fortemente construídos a partir de perspectivas de capital social e ganho individual dos atores” (RECUERO, 2009, p. 13).

Este estudo não se concentra nos usuários da rede, no modo como estes se apropriam do conteúdo – seja servindo como pauta ou fonte, ou mesmo disseminando e comentando os assuntos⁹. Aqui, interessa-nos a maneira como a *Folha de S. Paulo* se valeu do *Twitter* e *Facebook* na cobertura sobre a *Ocupação da USP*, integrando essas redes sociais às publicações do jornal e do site, para onde o conteúdo impresso converge. Como “[...] a mera observação do produto – a notícia – é incapaz de revelar se a matéria teve sua origem a partir de algo que foi dito no *Twitter*, ou sugerido através da ferramenta” (ZAGO, 2010, p. 13), torna-se impossível, quando não é explicitado pelo próprio veículo, verificar de que forma o *Twitter* (e também o *Facebook*) influenciou o *Grupo Folha* na produção de seu material. Focalizamos a perspectiva do jornal como filtro da (própria ou não) informação, ou seja, na maneira como escolhe o que circula nas redes sociais, no impresso e no site.

Quem fala o quê: a *Folha de São Paulo* e a *Ocupação da USP*

A versão online da *Folha de S. Paulo* começou se chamando *Folha Web* (até 2000) para depois se tornar *Folha Online* e, em 2010, incorporar a denominação *Folha.com*. Seu site está associado ao portal UOL, também do *Grupo Folha*, e informa no momento do acesso que ele é o “[...] primeiro jornal em tempo real em língua portuguesa”. Ainda que tenha *Twitter* de várias editorias específicas e uma geral do site, o @Folha_com, nosso estudo se dedicará apenas ao @Folha_cotidiano criado em 18 de novembro de 2009 –, tendo em vista que foi na editoria Cotidiano onde acontecia a publicação sobre a *Ocupação da USP*, conforme explicado na matéria do dia 06 de novembro na versão impressa da *Folha*.

A *Ocupação da USP* ocorreu em 27 de outubro, com a revolta de estudantes da universidade devido à prisão de três colegas que foram flagrados por policiais portando maconha. A manifestação dos estudantes exigia o fim do convênio USP-PM, proibindo a entrada da polícia militar sob qualquer circunstância, garantindo autonomia aos espaços estudantis. Para o capitão da polícia militar e estudante de Ciências Sociais da USP Emerson Massera, “o campus é público, logo a PM não pode deixar de entrar. Não é uma opção, é uma obrigação. A PM vai continuar cumprindo e fazendo cumprir a lei, bem

⁹ Gabriela Zago (2011) aposta na existência de uma recirculação jornalística nas redes sociais.

como garantir os direitos fundamentais e a liberdade de expressão” (PINHO, 2011, [s/p.]). A parceria de cinco anos entre a PM e a USP foi firmada em 08/09, visando aumentar a segurança do campus (JESUS, 2011; MACEDO, 2011; PRADO, 2011). Embora a prisão dos três estudantes devido ao uso da maconha tenha sido o estopim para a manifestação, a utilização ou legalização da droga no campus não fazia parte das exigências dos revoltosos, explica Prado (2011).

No dia da prisão (27 de outubro), os estudantes ocuparam o prédio da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas (FFLCH) da USP, e em 02 e novembro chegaram à reitoria, com a operação de retirada tendo iniciado na madrugada de 08 de novembro. A desocupação da reitoria aconteceu em uma operação conjunta da Polícia Militar, Polícia de Choque, Comando de Operações Especiais (COE), Grupo de Ações Táticas Especiais (GATE), Cavalaria da PM (ALMEIDA; VIEIRA, 2011; FEDEROWSKI; ALMEIDA; CASQUEL, 2011; JESUS, 2011; PRADO, 2011). Após a retirada dos manifestantes da reitoria, os estudantes se reuniram para uma assembleia na qual ficou decidida pelo início de uma greve geral dos alunos (GOMES, 2011). A invasão da polícia levou 73 pessoas presas, das quais quatro eram funcionárias da USP, e com a liberdade dada após o pagamento da fiança de um salário mínimo (R\$ 545,00) por pessoa. No início, a polícia exigia R\$ 1.050. A pena para os estudantes era de três anos e meio de reclusão, que podia ser substituída por serviço comunitário, tendo em vista as acusações de “desobediência da ordem judicial (o prazo estipulado pela justiça para a desocupação do prédio era até às 23h do dia 7 de novembro)”, além de “dano ao patrimônio (segundo a perícia, o prédio foi danificado)” (TEIXEIRA, 2011). Desta forma, o movimento passou, então, a exigir “a retirada de processos administrativos e criminais movidos contra alunos e funcionários pela instituição” (PRADO, 2011).

Ocupação da USP pela Folha de S. Paulo

Conforme esclarecido anteriormente, focalizaremos a cobertura da *Ocupação da USP* realizada pela *Folha de S. Paulo*. Ainda que as manifestações tenham continuado por mais tempo, o período de 27 de outubro a 08 de novembro marca o estopim das revoltas, perpassando pela ocupação da FFLCH e da reitoria da USP até a entrada da polícia no campus e a retirada dos estudantes. Resguardando as lógicas e rotinas de cada meio, o corpus de nosso estudo tem uma alteração. A cobertura das mídias on-line não segue uma lógica de periodicidade, ou seja, a qualquer momento o conteúdo

pode ser publicado, não necessitando esperar a veiculação de uma próxima edição. Por conseguinte, o corpus escolhido no site, *Twitter* e *Facebook* corresponde exatamente ao período em que os fatos principais ocorreram. Como a publicação no impresso possui uma lógica diferente, amarrado pela necessidade temporal e espacial das edições diárias, iniciamos e findamos a análise das publicações um dia após o período delimitado, em outras palavras, a edição impressa da *Folha de S. Paulo* foi avaliada de 28 de outubro a 09 de novembro.

Nesses 13 dias, a *Folha de S. Paulo*, em sua editoria de Cotidiano, onde as reportagens e matérias produzidas acerca da *Ocupação da USP* eram veiculadas, observamos 19 referências à manifestação, na qual apenas uma tinha caráter opinativo, haja vista que o espaço destinado para expressar o ponto de vista do jornalista ou do jornal se localiza nas páginas A2 e A3 do caderno principal.

Além dessas menções à manifestação no caderno específico para sua cobertura, identificamos algumas outras alusões no primeiro caderno. Em quatro dias, a capa trazia alguma imagem guiando o leitor para matéria acerca da *Ocupação da USP*, enquanto em cinco dias existia apenas uma pequena chamada sem imagem para a informação. No dia 04/11, a chamada sem imagem na página principal (ver Figura 1) não foi para uma matéria ou reportagem no caderno especializado na cobertura, porém, para um texto editorial que representa a visão do *Grupo Folha*¹⁰. As imagens foram destinadas apenas às reportagens veiculadas no caderno específico para a cobertura do movimento, enquanto as outras chamadas eram apenas textuais. A opinião do veículo foi o único conteúdo opinativo a ganhar destaque na capa, demonstrando o interesse do veículo na disseminação da sua visão.

¹⁰ A *Folha de S. Paulo* defende a permanência da PM no campus da USP, pois é natural aumentar o policiamento em áreas perigosas, não sendo a universidade uma exceção. Destaca ainda que os invasores dos prédios (FFLCH e reitoria) eram a minoria, no caso da última chegando a ser “a minoria de uma minoria”. Para a *Folha*, quem ameaça as atividades na USP são os invasores, não a Polícia Militar.

EDITORIAIS Opinião A2
Leia “**Fantasia minoritária**”, acerca da invasão da reitoria da USP, e “**Dilema diplomático**”, sobre o reconhecimento do Estado Palestino pela Unesco.

Figura 1: Chamada na capa para texto opinativo da *Folha de S. Paulo*.

Ainda que a cobertura da *Ocupação da USP* tenha sido realizada especificamente em uma seção da *Folha*, em alguns espaços do caderno principal houve menção à invasão. Na página A2, destinada aos colunistas e ao editorial do veículo, pudemos verificar seis textos e uma charge que expressavam opinião. Apesar de os colunistas terem liberdade de expressar seu ponto de vista sobre algum fenômeno, não podemos deslocá-lo de ser lugar de fala, ou seja, ele está chancelado e autorizado pelo meio no qual seu texto está sendo veiculado. Todos os colunistas possuem uma visão alinhada a da *Folha de S. Paulo*.

A página seguinte, A3, é um espaço opinativo e interativo (por comentário). A primeira interação com o leitor aconteceu dois dias após o tumulto ter iniciado. No dia 05 de novembro, além de três manifestações dos leitores, o jornal pôs dois textos de colaboradores tratando da *Ocupação da USP*. Nestes dois textos, a *Folha* trouxe uma visão a favor e outra contra sobre tudo que estava acontecendo, sob a pergunta: “A USP deve manter o convênio com a Polícia Militar?”. Quando passamos para os comentários dos leitores, observamos uma maioria contra a *Ocupação da USP* feita pelos estudantes e a favor da presença da PM na instituição. Dos 33 comentários, 12 se apresentavam contra o convênio USP-PM e 21 a favor. Ainda que a maior parte dos comentários esteja em consonância com a visão do jornal e o maior espaço destinado aos textos dos leitores¹¹ seja para alguém que é contra o tumulto promovido pelos alunos, a *Folha de S. Paulo* divulga manifestações tanto a favor quanto contra seus articulistas, outros leitores e até colaboradores. É comum a disponibilização de comentários que citam outros leitores, colaboradores e articulistas (ver Figura 2).

¹¹ O maior comentário observado tinha 28 linhas e trazia uma visão favorável ao convênio USP-PM.

USP

No artigo “Polícia para quem precisa”, o prof. Henrique Carneiro se esquece de que o porte de drogas ainda é crime (lei 11.343) e que são os usuários que mantêm o poderoso tráfico. O consumo de drogas não diz respeito apenas ao usuário, haja visto o mal que ele causa à sua família e à sociedade. Se for para a polícia fazer “vista grossa” na USP, então que se revogue a lei.

JOSÉ CLÁUDIO ZAN (São José do Rio Preto, SP)



Concordo com o leitor Eduardo da Rosa Borges no “Painel do Leitor” de ontem quando diz ser a favor da discussão sobre a liberação da maconha. Quanto às vítimas do tráfico, todos nós sabemos que a maioria foi morta pela polícia, e não pelos traficantes.

JOSÉ REINALDO BALDINI (Dourado, SP)

Figura 2: Comentários citando colaborador e leitor da *Folha de S. Paulo*.

No dia 06 de novembro, a *Folha* publica uma matéria sobre a mudança de data para a desocupação da reitoria no caderno principal, embora informe aos leitores que o assunto é tratado na seção Cotidiano. Por fim, na capa do caderno Cotidiano, no dia 04 de novembro, houve uma chamada para o site da *Folha*, convidando os leitores a acompanhar a invasão da reitoria, e no último dia de análise, em 09 de novembro, uma publicação na página C4 trouxe uma lista de links (ver Figura 3) que direcionavam o consumidor para o site do veículo, nos quais eram disponibilizados: vídeo da ação da polícia na USP, áudio para um depoimento sobre a pichação e sujeira na reitoria, imagens da reintegração de posse da reitoria, além da divulgação do *Twitter* da seção *Cotidiano* e da página no *Facebook*. Ainda no dia 09, na página C2, um comentário do colunista Antonio Prata trazia o link do seu blog, integrado no portal *UOL*, também do *Grupo Folha*. No geral, não observamos nenhuma menção aos conteúdos nas redes sociais, ou seja, nenhuma matéria trouxe um assunto do *Twitter* ou *Facebook* como tema principal, uma atualização que tenha se tornado notícia ou uma citação.



Figura 3: Lista de links em matéria da *Folha de S. Paulo*.

No site *Folha.com*, observamos um total de 73 publicações referentes à *Ocupação da USP*, no período de 27 de outubro a 08 de novembro, o equivalente a 5,6 publicações diárias, nos 13 dias. Apesar dos números, há uma grande diferença de quantidade de publicação diária¹². As matérias geralmente trazem links e imagens. Duas fotos foram especialmente repetidas, no caso da *Ocupação da USP*, ambas de caráter pejorativo para os estudantes, denegrindo o movimento ou os equiparando a bandidos (ver Figura 4). A lista de links levava quase sempre para algum álbum: seja do dedicado ao protesto de modo geral, da invasão à reitoria pelos estudantes, da manifestação dos alunos que apoiavam a PM, da reintegração da reitoria pela polícia ou do tumulto entre estudantes e jornalistas. Os vídeos da ocupação dos alunos da reitoria e da reintegração de posse deste prédio pela Polícia Militar também figuraram na

¹² No dia 30/10, não houve nenhuma notícia sobre a manifestação, e nos dias 27/10 e 29/10 o site veiculou apenas duas atualizações sobre o fato. Enquanto nos outros dias não se passava de oito publicações, no dia 08/11, o *Folha.com* trouxe 21 matérias acerca da ocupação.

maioria das publicações, seja na própria matéria ou dispostos nos links. Com alguma frequência, as imagens tinham links na legenda que direcionavam

para alguns desses álbuns. Os links na narrativa também direcionavam para os álbuns, além de um fato alheio ao movimento, como em uma matéria de 07 de novembro¹³. Hiperlinks para interagir com o jornal esteve presente em 14 publicações.



Figura 4: Ambas as imagens apareceram em diversas matérias sobre a Ocupação da USP.

As publicações sobre a *Ocupação da USP* renderam vários comentários em quase todas as atualizações. Contudo, os que ficavam em evidência não eram os últimos realizados, mas os que representavam opinião semelhante ao do *Grupo Folha*. O ápice de postagem com comentários foi de 926, em 28/10, e 1864, no último dia de análise. Três colaborações do *Painel do Leitor* são divulgadas (através de links) em 18 matérias, todas em consonância com o ponto de vista do *Grupo Folha*. Do total, 18 matérias foram atualizadas após a publicação, sobretudo as notícias de 08 de novembro. Alguns conteúdos foram claramente atualizados sem que esse fato tenha sido exposto, sendo colocados links de notícias publicadas após o horário de veiculação da matéria na qual estavam dispostos (ver Figura 5).

¹³ Especial sobre a ocupação de 2007. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/especial/2007/ocupacao_na_usp/>. Acesso em: 30 nov. 2011.

08/11/2011 - 09h11

São apenas delinquentes mimados

Recomendar 15 mil +1 87

O que estamos vendo na USP não tem nada de político ou ideológico. É apenas delinquência. Não existe nenhuma causa. Não representa nem remotamente aquela comunidade universitária.

[Leitor conclui que fumar maconha antes dos 18 anos é perigoso](#)

Figura 5: O texto foi publicado em 08 de novembro às 09h11, enquanto o do link é de 24 minutos depois, logo, 09h35.

A integração com o jornal impresso só acontece quando é disponibilizado texto de um articulista. A relação com o *Facebook* existiu apenas na citação de um texto divulgado nessa rede – que remetia à justificativa dos estudantes que apoiavam o convênio PM-USP (ver Figura 6) – com a explicitação de que o protesto dos alunos que eram contra a ocupação da FFLCH foi organizado nela (ver Figura 7). A integração com o *Twitter* só ocorreu na única publicação que não obteve comentários – texto do articulista José Simão, no qual expôs os questionamentos que os seguidores lhe fizeram. Além das citações das redes no corpo do texto, o site *Folha.com* destina espaços padrões para publicidade do *Twitter* – o geral e o da editoria em questão – e da página no *Facebook* – em dois lugares –, bem como do Google + (ver Figura 8).

C Acompanhe a Folha.com no Twitter Seguir

Folha de S.Paulo no g+

FOLHA Folha de S.Paulo no Facebook Curtir

704,832 pessoas curtiram Folha de S.Paulo.

Nadia Karoline Rafael Samuel Clayton

Plug-in social do Facebook

+ CANAIS

- [Acompanhe a Folha no Twitter](#)
- [Conheça a página da Folha no Facebook](#)

Figura 6: Citação de texto publicado no *Facebook*.

De acordo com o texto publicado no Facebook, o movimento repudia o episódio de quinta-feira (27) --quando estudantes contra a PM ocuparam um prédio administrativo da FFLCH (Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas) e houve confronto com a polícia.

"A Cidade Universitária é parte da cidade de São Paulo e deve ser tratada como tal. Aqui a lei se cumpre e os fora da lei são devidamente punidos!", diz a nota. "A minoria contra tudo e todos não pode nos impedir de querer o que é nosso de direito!", afirma o grupo em outro trecho.

Figura 7: Explicitação de evento organizado apenas através do *Facebook*.

O evento foi marcado pelos alunos no Facebook. De acordo com o texto na rede social, o movimento repudia a ocupação de prédio administrativo da FFLCH (Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas) e o confronto ocorrido com a polícia no dia 27.

Figura 8: Dois espaços diferentes (acima e abaixo) para divulgação das redes sociais.

Do período de 13 dias avaliados, em dois não observamos qualquer referência ao movimento: em 27 de outubro – quando a manifestação iniciou – e em 30 de outubro. No total, o *Twitter* @Folha_cotidiano fez 66 tuitadas referentes à *Ocupação da USP*. Todas levam para o site *Folha.com*, para reportagens (praticamente todas) e galerias de imagens, ou mesmo para um vídeo e uma enquete indagando o navegante “[...] você concorda com a permanência da PM na USP?” – apenas uma atualização para as duas últimas. A página de *Facebook* da *Folha de S. Paulo* foi a que se deteve menos na cobertura e divulgação do caso. Nos 13 dias estudados, apenas oito materiais traziam alguma referência à *Ocupação da USP*, com seis dias não tendo nenhuma atualização sobre a manifestação. As atualizações são apenas divulgação das notícias e galerias de imagens do *Folha.com*, ou mesmo do jornal impresso *Folha de S. Paulo*, convergido para o site.

Usos e apropriações do excedente cognitivo

Como já apontamos em outros trabalhos, “[...] o uso de recursos como *hashtags* [...] e *live blogging*, apesar de aparentemente simples, são valiosos quando bem utilizados”, haja vista que “percebemos um salto evolutivo na exploração das possibilidades interativas [das redes sociais]” (AGUIAR; MARTINS, 2012, p. 10). Obviamente, estes são apenas dois exemplos de recursos, existindo um grande número de experimentações ainda sendo realizadas, por exemplo, “[...] a produção de uma página especial dentro do

site destinada apenas à cobertura [...] parece se encaixar nos conceitos de convergência e transmídia” (AGUIAR; MARTINS, 2012, p. 10), pois transpõe o conteúdo e o complementa.

No jornal, observamos indicações para conteúdos no site em duas publicações. Com exceção do link para o blog do colunista Antonio Prata, não observamos nenhuma menção aos conteúdos nas redes sociais. Apenas em uma matéria, em 09 de novembro, foi divulgado o *Twitter* da editoria Cotidiano e da página no *Facebook* da *Folha*. Ainda nesta publicação, havia disponibilizada uma lista de links. Além dessa notícia, só mais uma, no dia 04 de novembro, citou o site. Diferente, todavia, do estudo feito por Lopes da própria *Folha de S. Paulo*, quando “[...] identificou 30 menções em 13 matérias no período [uma semana], tendo classificado seis como tendo o *Twitter* como assunto principal, quatro como tweets que viraram notícia e três como declarações de fontes via *Twitter*” (ZAGO, 2010, p. 4).

O site *Folha.com* integra as suas publicações com as redes, dispondo links para conteúdos produzidos pelos repórteres, articulistas, colaboradores ou leitores, além de imagens e vídeos. Os links divulgam os álbuns e galerias criadas para o protesto, bem como as gravações em vídeo obtidas. Ao fazer uso do conteúdo produzido por fruidores, temos caracterizada, pela *Folha.com*, uma estratégia de endereçamento de excedente cognitivo numa lógica que pode ser compreendida como práticas de jornalismo colaborativo, juntamente às estratégias de convergência e transmídia. O fruidor/leitor destina seu tempo livre para produzir conteúdo para a empresa.

A relação com o impresso aconteceu somente quando os articulistas veicularam algum texto publicado no jornal, convergido para o site e acessível apenas por assinantes do portal *UOL* ou da *Folha de S. Paulo*. O *Twitter* foi citado apenas no texto do colunista José Simão, enquanto o *Facebook* apareceu algumas vezes, porém, apenas por dois motivos: utilizar uma citação dos estudantes que eram a favor do convênio USP-PM e citar que a manifestação feita por esses alunos foi organizada nesta rede social. Fora isso, existia apenas espaços padrões para publicidade do *Twitter*, da página do *Facebook* e do Google+. De acordo com a pesquisa de Zago (2010), a *Folha.com* tende a trazer matérias referenciando o *Twitter* nos conteúdos sobre celebridade e política.

O *Twitter* foi utilizado para divulgação de enquete e de galeria de imagens no site e para ênfase no vídeo publicado pela USP de suas câmeras de segurança. Havia também um uso para além da simples disseminação das matérias do site da *Folha*, por exemplo, quando o vídeo fazia parte de uma matéria e o jornalista focalizava só no conteúdo vídeo (ver Figura 9). Ainda

que Recuero e Zago (2011) percebam um aperfeiçoamento da utilização do *Twitter* pelas empresas jornalísticas, não afirmamos que a conta Cotidiano da *Folha de S. Paulo* experimente as especificidades que o microblog oferece de forma eficiente. As autoras citam retweets, *hashtags*, menções, geolocalizações, encurtadores próprios de links, contas verificadas e as listas como características eficientes.



Vídeos mostram ocupação do prédio da reitoria da USP; veja. folha.com.br/no1001081

3 Nov via [Folha Cotidiano welcome-app 1.0](#) ☆ Favorito ↻ Retweeter ↩ Responder

Figura 9: Ainda que divulgue apenas no vídeo, este faz parte de uma matéria.

A página de *Facebook* da *Folha de S. Paulo* não trabalhou com as possibilidades que a rede social permite. Todas as atualizações foram feitas visando apenas a divulgação do material que estava no site, seja para galeria de imagens ou reportagens, seja para divulgar a convergência do jornal impresso para o *Folha.com*, onde os assinantes da *Folha* ou do portal *UOL* têm acesso. Ainda que o *Facebook* do jornal em outros momentos tenha realizado uma enquete (ver Figura 10), convocado o leitor para colaborar e opinar (ver Figura 11), instigando sua dúvida e curiosidade (ver Figura 12), entre outras apropriações, parece que este uso mais específico e aprimorado dos recursos dessa rede social não é um padrão, conforme observado na cobertura da *Ocupação da USP*.



Figura 10: Exemplo de enquete no *Facebook* da *Folha de S. Paulo*.



Figura 11: Facebook da *Folha* instiga leitor para colaborar e opinar.



Figura 12: Facebook da *Folha de S. Paulo* guia leitor para seu site através da curiosidade.

A integração entre os espaços da *Folha* acontece, principalmente, porque as redes sociais costumam divulgar o conteúdo produzido no site e

no impresso, convergido para o *Folha.com*. Em outras ocasiões, a empresa procura trabalhar com as redes sociais de modo a complementar o assunto e trazer possibilidades que o site e o jornal não permitem. Todavia, isso só foi observado em momentos que o *corpus* de análise não foi compreendido. Há ainda uma integração ideológica na qual a opinião acerca da *Ocupação da USP* é compartilhada em todos os espaços de publicação do *Grupo Folha*.

Referências

AGUIAR, L.; MARTINS, A. Convergência e transmídia nos debates dos candidatos a governador da Paraíba: a rede paraíba de comunicação nas eleições 2010. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 9, n. 1, jan./jun. 2012.

ANJ – ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS. **Maiores jornais do Brasil**: os maiores jornais do Brasil de circulação paga, por ano, [s/d]. Disponível em: <<http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/maiores-jornais-do-brasil>>. Acesso em: 23 nov. 2011.

ANTIKAINEN, H; KANGAS, S; VAINIKAINEN, S. Three views on mobile cross media entertainment. **VTT Information Technology, Research Report**, 2004. Disponível em: <http://www.souplala.net/show/crossmedia_entertainment.pdf>. Acesso em: 21 maio 2010.

BARBOSA, S. Modelo Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD) em interação com a convergência jornalística. **Revista Textual & Visual Media de la Sociedad Española de Periodística**, Madrid, v. 1, p. 87-106, 2008.

FEDEROWSKI, B; ALMEIDA, G; CASQUEL, J. Polícia Militar executa a retomada da reitoria. **Jornal do Campus**, 2011. Disponível em: <<http://www.jornaldocampus.usp.br/index.php/2011/11/policia-militar-executa-a-retomada-da-reitoria/>>. Acesso em: 05 dez. 2011.

FERRARI, P. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2003.

FOLHA.COM. **Circulação**: o maior jornal brasileiro, 2011. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/institucional/circulacao.shtml>>. Acesso em: 23 nov. 2011.

GOMES, M. Estudantes votam por greve geral em Assembleia. **Jornal do Campus**, 2011. Disponível em: <<http://www.jornaldocampus.usp.br/index.php/2011/11/estudantes-votam-por-greve-geral-em-assembleia/>>. Acesso em: 05 dez. 2011.

HUNTER, E. The Arab revolution and social media. **Flip the media**, 2011. Disponível em: <<http://flipthemedial.com/index.php/2011/02/the-arab-revolution-and-social-media/>>. Acesso em: 11 dez. 2011.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

JESUS, R. Entenda melhor a ocupação da USP. **Portal Ijuhy**, 2011. Disponível em: <<http://www.ijui.com/especiais/artigos/28079-entenda-melhor-a-ocupacao-na-usp-por-ricardo-da-silveira-de-jesus>>. Acesso em: 04 dez. 2011.

MACEDO, L. Alunos prometem ocupar prédio até fim do convênio da USP com a PM. In: **G1 São Paulo**, 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2011/10/alunos-prometem-ocupar-predio-ate-fim-do-convenio-da-usp-com-pm.html>>. Acesso em: 04 dez. 2011.

MARQUES, A.; BOMFIM, R.; VIEIRA, M. As faíscas do mundo e da USP não são iguais. **Jornal do Campus**, 2011. Disponível em: <<http://www.jornaldocampus.usp.br/index.php/2011/11/as-faiscas-do-mundo-e-da-usp-nao-sao-iguais/>>. Acesso em 10 dez. 2011.

MARTINS, A. **Crossmídia e transmídia no jornalismo**: convergência, memória e hipermídia no Globo Esporte. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2011. (e-book)

_____. Experiência das narrativas cross e transmidiáticas no webjornalismo. **Logos – Estatuto da Cibercultura no Brasil**, v. 34, n. 01, 2011a. Disponível em: <<http://www.e-publicacoes.uerj.br/ojs/index.php/logos/article/view/1226/1593>>. Acesso em: 01 dez. 2011.

MARTINS, A; SOARES, T. As narrativas cross e transmídia e as características do webjornalismo no Globo Esporte. **Conexão – Comunicação e Cultura**, UCS, Caxias do Sul, v. 10, n. 20, jul./dez. 2011.

MASCARENHAS, A.; NICOLAU, M.; POSHAR, A. A morte transmidiática de Osama Bin Laden: remediação em jornalismo na cibercultura. In: SIMPÓSIO ABCIBER, 5., 2011, Florianópolis-SC. **Anais...**Florianópolis, 2011.

MIELNICZUK, L. **Jornalismo na web**: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. 2003. Tese (Doutorado em comunicação) - Universidade Federal da Bahia, Salvador, UFBA, 2003.

PALACIOS, M. Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para debate. **Workshop de Jornalismo Online**. Covilhã – Portugal, 2002. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_informacaomemoria.pdf/>. Acesso em: 27 out. 2010.

_____. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo online: o lugar da memória. In: MACHADO, E. & PALACIOS, M. (Orgs.). **Modelos do jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003.

PINHO, A. “Presença da PM é uma obrigação”, diz capitão. **Jornal do Campus**, 2011. Disponível em: <<http://www.jornaldocampus.usp.br/index.php/2011/11/presenca-da-pm-e-uma-obrigacao-diz-capitao/>>. Acesso em: 05 dez. 2011.

PRADO, R. Entenda a ocupação feita por alunos em prédios da USP. **G1 São Paulo**, 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2011/11/entenda-ocupacao-feita-por-alunos-em-predios-da-usp.html>>. Acesso em: 04 dez. 2011.

PRIMO, A. **Interação mediada por computador**: comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2007.

RECUERO, R. Redes sociais na internet, difusão de informação e jornalismo: elementos para discussão. In: SOSTER, Demétrio; FIRMINO, Fernando (Org.). **Metamorfoses jornalísticas 2**: a reconfiguração da forma. Santa Cruz do Sul: UNISC, 2009.

RECUERO, R.; ZAGO, G. Jornalismo em microblogs: um estudo das apropriações jornalísticas do *Twitter*. In: SILVA, Gislene; KÜNSCH, Dimas; BERGER, Christa; ALBUQUERQUE, Afonso. **Jornalismo contemporâneo**: figuras, impasses e perspectivas. Salvador: Compós/EDUFBA, 2011.

SADDY, R. Social media revolutions. **Journal of Professional Communication**, v. 1, n. 1, article 5, 2011.

SANTAELLA, L. **Cultura e artes do pós-humano**. São Paulo; Paulus, 2003.

_____. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SHIRKY, C. **A Cultura da Participação**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

TEIXEIRA, M. Alunos detidos na reintegração de posse da Reitoria são liberados. **Jornal do Campus**, 2011. Disponível em: <<http://www.jornaldocampus.usp.br/index.php/2011/11/alunos-detidos-na-reintegracao-de-posse-da-reitoria-sao-liberados/>>. Acesso em: 05 dez. 2011.

ZAGO, G. O Twitter como fonte e pauta de notícias na mídia online de referência. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 33., set. 2010, Caxias do Sul, RS. **Anais...**Caxias do Sul, 2010.

_____. Recirculação jornalística no *Twitter*: motivações dos interagentes para filtrar e comentar notícias. In: CONFIBERCOM, 1., ago. 2011, São Paulo, SP. **Anais on-line...**São Paulo, 2011. Disponível em: <<http://confibercom.org/anais2011/pdf/134.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2011.



Comunicação Digital: efeitos sobre o processo de construção da notícia nos jornais de Manaus A Crítica e Diário do Amazonas

Lourdes de Fátima Moraes de Sousa¹

Resumo: Este trabalho teve como objetivo analisar as mudanças na produção da notícia impressa em Manaus, na era da comunicação digital. Para embasar teoricamente a sua concepção, procedemos a estudo bibliográfico que se constituiu em um referencial teórico suficiente para a análise dos dados, calcados em autores como Castells (1999; 2001), Dizard Jr (2000), Levy (2000; 2003; 2005) e Thompson (2008). Foram apontadas mudanças sofridas pelo meio impresso face ao advento da internet, trazendo à luz colocações de Basseto (2008), Canavilhas (2011) e Sant’anna (2008). Quanto ao procedimento metodológico, optamos por um estudo de caso, tendo como campo de aplicação de pesquisa dois diários impressos: A Crítica e Diário do Amazonas. Por meio da análise dos resultados, pudemos constatar que os impressos apresentaram mudanças, por exemplo, com relação à pauta, composição da notícia, aspecto gráfico e do próprio perfil do jornalista que hoje exerce um papel multimidiático.

Palavras-chave: Comunicação. Jornalismo impresso. Webjornalismo.

Introdução

Neste estudo – Comunicação Digital: efeitos sobre o processo de construção da notícia nos jornais de Manaus A Crítica e Diário do Amazonas – consideramos o seguinte: as tecnologias, sustentadas por plataformas digitais e estilos diversos de mídia, transformaram a sociedade por completo. Em decorrência desse contexto de fortalecimento e renovação, observamos o quanto essa inovação tem influenciado o processo de comunicação, mais especificamente como as condições de produção da informação na Internet vêm determinando mudanças também nos jornais impressos.

¹ Bacharel em Comunicação Social e possui Licenciatura Plena em Letras. É Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade Federal do Amazonas. Bolsista (FAPEAM) e doutoranda em Linguística pela Universidade Federal de Santa Catarina, desenvolvendo pesquisa na área da Sociolinguística

Construímos, então, para esta pesquisa, questões norteadoras, a saber: a Internet modificou a sugestão de pauta no jornalismo impresso? Quando pesquisam virtualmente os fatos, os jornalistas buscam outras fontes ou somente as referendadas na Internet? A notícia impressa pode ser considerada uma reatualização da notícia virtual? Enfim, a comunicação digital mudou de fato a forma de apresentação da notícia impressa?

Poucas pesquisas tendo como seu objeto as mudanças em jornais impressos foram encontradas. Pressupomos que os interesses tenham se voltado, em grande parte, para o novo campo aberto ao jornalismo com o surgimento da Internet, ou melhor, com o advento da web: o webjornalismo. Enquanto as pesquisas atuais se voltam para o jornalismo na web, nos propusemos trilhar o caminho inverso, procurando descrever alguns dos elementos hoje presentes no impressos que vieram da Internet.

Nessa direção, e de modo inovador, investigamos sob quais aspectos – do tratamento da notícia, de pauta, conteúdo visual – as mudanças ocorreram. Partimos da proposição de que o impresso, ao se utilizar da Internet para captação ou investigação das informações, sofreu transformações absorvendo elementos do jornalismo presente na rede. Estamos, então, diante de um tema complexo, pois ainda é difícil definirmos com exatidão qual será o futuro do jornalismo impresso frente ao caráter cada vez mais acelerado da Internet.

Na era digital a portabilidade não possibilita apenas ao jornalista o furo, mas também a qualquer pessoa possuidora de um aparelho conectado à Internet, cuja instantaneidade permite uma comunicação sem fronteiras. São essas condições, como elementos motivadores, que visam a uma análise mais profunda da relação do jornal impresso com a Internet e com as ferramentas de mídias sociais.

Procuramos entender o comportamento do jornalismo impresso nos jornais A Crítica e Diário do Amazonas, sob o impacto da era tecnológica, e as formas como as mídias tradicionais e as digitais interagem, excluem-se ou há convergência entre elas. Não basta, entretanto, identificar ou descrever mudanças no processo de produção da notícia impressa, é necessário investigá-las, a fim de mapearmos e analisarmos como são as relações entre a informação em suporte digital e em suporte impresso e como o jornal diário vem se apropriando do conteúdo virtual para a construção de sua própria informação.

Já nos é possível afirmar, a priori: o “furo” das notícias não está mais nos meios de comunicação impressos ou mesmo na televisão ou rádio, pois não é mais necessário esperar o dia seguinte para se ter a notícia em primeira mão. Mídias sociais como blogs e twitter podem ser consideradas fontes importantes para a composição da notícia jornalística impressa.

As dúvidas e os questionamentos são intermináveis porque para os jovens ávidos por informações em tempo real, os jornais podem parecer desatualizados. Por outro lado, para uma demanda por histórias mais bem contadas e contextualizadas, melhor escritas e completas, e com produto gráfico mais bem acabado, as revistas semanais podem suprir as necessidades mais do que os jornais (SANT'ANNA, 2008, p.26).

Assim, o próprio jornalismo iniciou um tempo de mudanças. Nessa caminhada, independentemente de seu grau de convergência com outros meios no ambiente virtual, “o negócio do jornal e o seu produto não serão mais os mesmos daqui a alguns anos” (SANT'ANNA, 2008, p.26). Cabe-nos ressaltar o seguinte: três anos após a publicação da obra de Sant'anna, a notícia impressa já não era mais a mesma.

Nos limites deste trabalho, não poderíamos tratar em profundidade de outras questões que não as contempladas em nosso recorte, pois o estudo da comunicação digital é vastíssimo e diversificado. Selecionamos os que consideramos essenciais para o entendimento do nosso objeto de pesquisa, apresentados a seguir.

Fundamentos Teóricos

Com a Internet, diferentes modelos de produção, acesso, distribuição e propriedade do conhecimento surgiram. Se antes a informação era dirigida por empresas de conteúdos, de terminais e operadoras, agora o mercado é dirigido pelos consumidores/cidadãos. Esses consumidores que têm acesso às novas plataformas digitais estão também cada vez mais participativos como produtores de conteúdos (CÔNSOLO FILHO, 2009, p. 150). A Internet transformou de maneira significativa o comportamento do homem e sua relação com a informação e com o próprio processo de comunicação.

Segundo Molina, com relação aos jornais, estes estão perdendo não apenas leitores para a Internet. Há uma faceta mais preocupante em curto prazo: a transferência dos anúncios classificados para a rede, principalmente “os de emprego, de imóveis e de veículos. Tal desequilíbrio afetou a economia das empresas editoras”² (MOLINA, 2007, p. 20).

Para Sant'Anna (2008, p.34), atraídos pelas informações em tempo real na Internet e no rádio, pelos programas noticiosos e documentários nas

² Quando Molina publicou, em 2007, o livro *Os Melhores Jornais do Mundo*, quatro dos 17 jornais apresentados na obra haviam sido vendidos desde 2004 e havia também rumores em torno da venda de mais três.

TVS a cabo, pelos textos e produtos gráficos sofisticados das revistas semanais, e “premidos por uma diminuição em seu tempo dedicado à leitura diária, os leitores têm demonstrado interesse decrescente pelos jornais”. Em seguida o autor alerta que justamente nas novas gerações o problema será ainda maior. Para quem experimenta na infância os estímulos dos jogos eletrônicos, do computador e da própria Internet, o jornal impresso pode revelar-se um “meio opaco, inerte e desinteressante” (SANT’ANNA, 2008, p. 20). Considerando-se, então, que o surgimento da Internet possibilitou imediatismo e acesso ilimitado a novas informações, os jornais impressos tiveram que se defrontar com essa realidade.

Nesse sentido de comunicação tradicional, os meios utilizados não permitiam a intervenção dos receptores ou a contribuição de conteúdo, e, embora não completamente monológicos, eram fundamentalmente assimétricos ou de sentido único. O advento da internet, no entanto, subverteu esse conceito e passou a permitir o dialogismo entre os usuários da rede. Como as tecnologias cada vez mais influenciam a vida das pessoas e provocam novas formas de comunicação como, por exemplo, a comunicação interativa proporcionada pela Web 2.0, essa influência, conseqüentemente, também atingiu a produção da notícia nas mídias tradicionais.

Moraes (2002, p. 45), afirma que o jornalismo está passando por transformações profundas e se encontra “em franco processo de renovação de muitas de suas práticas”. A autora alerta que, diante das transformações e do aprimoramento das técnicas e dos equipamentos do processo comunicativo e da velocidade com que assimilamos ferramentas da Internet, a comunicação revela-se mais fácil, mais rápida e mais barata. Como exemplo, compara como era a participação de um leitor antes e depois da Internet: para participar com críticas ou sugestões a um jornal há alguns anos era necessário ao leitor escrever uma carta, pagar, postá-la e aguardar a entrega; hoje, basta enviar um *e-mail*.

Para Sant’Anna (2008, p. 26), o jornal e o próprio jornalismo ingressam “em uma era de transformações em todas as suas dimensões”, pois, independentemente do quanto haja convergência com os outros meios – multimidiatização – na Internet, o negócio do jornal e seu produto não são mais os mesmos e continuarão a se modificar no decorrer dos anos. O autor então se pergunta qual será o destino do jornal impresso.

No campo da mídia impressa, os jornais apresentam dificuldade ainda maior em concorrer com a web. Dizard Jr (2000, p. 78), salienta: o problema persistente da atividade jornalística é o de estar perdendo futuros leitores numa taxa alarmante.

Na atual sociedade a Internet é uma espécie de protótipo de formas

inovadoras de comportamento comunicativo (MARCUSCHI, 2005, p. 34). Caso bem aproveitada, pode ser bastante eficaz como um meio de se lidar com múltiplas semioses, pois parte do sucesso atribuído a essa tecnologia é o fato de reunir em um só meio várias formas de expressão como texto e som. Desse modo, é possível a identificação de usuários interessados não apenas em consumir, mas também em produzir informações. Surgiram então ferramentas como blogs, fotologs, twitter, facebook, encarregados de transformar o cenário da publicação de relatos pessoais em veiculação online de fatos jornalísticos.

Os blogs e o twitter são o espaço ideal para a interação sobre os mais variados temas, porque mudaram os hábitos no consumo da informação e podem influenciar decisões editoriais de empresas jornalísticas. Jornais impressos, por exemplo, podem tomar como pauta os conteúdos circulantes nos sites mais acessados e de credibilidade reconhecida pelos internautas. Para Sant'Anna (2008, p. 37), no que diz respeito aos jornais impressos, eles vêm enfrentando uma acirrada concorrência com diversos outros meios. A Internet “bombardeia uma audiência que passa cada vez mais tempo em frente ao computador”. Em meio a esse cenário, Sant'Anna (2008) afirma que a cada dia diminui o número de brasileiros que lê jornais impressos.

Caldas (2002, p. 17-19), indaga sobre o que será do jornal impresso na era dominada pela mídia eletrônica, pois esse teve sua estrutura abalada e ainda está sob o impacto das grandes transformações ocorridas nos últimos anos. Como resposta, indica o caminho da preservação dos valores e de suas principais características, pois leitores de jornal e usuários de Internet têm interesses e curiosidades diferentes.

Jornalismo impresso e webjornalismo

Novas ferramentas comunicacionais surgiram com a web 2.0 para tornarem a produção de conteúdos mais participativa e democrática. Essas ferramentas, basicamente de capacidade multimidiática e multilinear, agregaram diferentes formatos na produção de informações que vieram a influenciar também ao jornalismo.

A informatização provocou a grande revolução na imprensa moderna. Com a popularização do computador e a possibilidade da digitalização de informações e imagens a difusão de mensagens na mídia se tornou ainda mais rápida e abrangente. “Na década de 80, do século passado, os computadores já haviam invadido as redações, tornando-se ferramentas indispensáveis na produção e transmissão da informação” (BASSETO, 2008, p. 31).

Para Giovanninni, (apud BASSETO, 2008, p. 32), os jornais introduziram terminais processadores de texto nas salas de redação, substituindo as máquinas de escrever. Assim, matérias podiam ser escritas e editadas mais depressa e enviadas eletronicamente para as oficinas de produção, como parte de um processo contínuo, acionado pelo computador. Nesse contexto, o papel foi desaparecendo das redações dos jornais e o computador foi ganhando cada vez mais espaço. A produção da matéria, edição, diagramação e tratamento de imagens passaram a ser feitos através do computador por meio do qual os dados são enviados de um setor para o outro eletronicamente. Para Basseto,

Neste processo, a indústria de *software* cresceu e passou a desenvolver programas cada vez mais modernos e auto-suficientes na produção do jornal. Na frente de seu computador, o jornalista não só passou a produzir sua matéria como também acompanhá-la em todos os seus estágios. A antiga *lauda* foi aos poucos substituída por espaços previamente deliberados, permitindo ao jornalista saber onde e como sua matéria seria publicada. (BASSETO, 2008, p. 31, grifo do autor).

De acordo, Dizard Jr. (2000, p. 22), ressalva a importância do perfil profissional nesse contexto. Para o autor, uma das certezas com que os novos profissionais de mídia devem contar no futuro é a certeza de lidar constantemente com as mudanças tecnológicas. Essas mudanças não significam um fim, pois as mídias tradicionais ainda estarão presentes por muito tempo como parte do panorama da comunicação de massa, mas ela será diferente e os sobreviventes serão as organizações que se adaptarem às realidades tecnológicas e econômicas em transformação. Aqueles que perderem “serão os dinossauros empresariais, grandes e pequenos, que não podem ou não querem mudar – todos candidatos a fusões, aquisições ou simplesmente à falência” (DIZARD Jr., 2000, p. 22).

Nesse novo cenário surgiu o jornalismo para a rede, ocorrendo uma transformação no processo de produção e distribuição das informações, como já salientamos, denominado de webjornalismo, jornalismo online, ciberjornalismo, jornalismo eletrônico ou jornalismo digital. Tendo sido, inicialmente, apenas uma versão dos jornais impressos veiculada na internet, o webjornalismo acabou por seguir trajetória diferente, pois a simples transposição do conteúdo presente no impresso, sem tratamento, não concedia ao conteúdo o status de um jornalismo próprio para a web.

A fim de entendermos o conteúdo jornalístico na Internet é necessário apresentarmos como o jornalismo se reconfigurou em função das tecnologias

digitais de informação e comunicação. As novas ferramentas digitais serviram como ferramentas que ajudaram na reestruturação da profissão de jornalista. Nesse contexto, a produção industrial da notícia, as relações entre as empresas de comunicação com as fontes, a audiência, os concorrentes, o governo e a sociedade trouxeram novas implicações para o jornalismo. Ressaltam-se “como um dos seus efeitos, a readaptação legitimadora das rotinas produtivas e de linguagens às exigências da instantaneidade e da visualidade do jornalismo *online*” (BIANCO, 2005, p.133, grifo do autor).

Segundo Canavilhas (2001), o desenvolvimento dos meios de comunicação social está intimamente relacionado com os avanços que ocorreram nos métodos de difusão. Um exemplo citado pelo autor diz respeito à imprensa norte americana que cresceu enquanto os jornais puderam aumentar de forma substancial a sua área de influência, acontecendo o mesmo com o rádio e a televisão. Graça aos avanços técnicos na distribuição do sinal, “estes meios conseguiram a cobertura total dos respectivos países por via hertziana e, mais recentemente, uma dimensão global graças aos satélites” (CANAVILHAS, 1999, p. 2).

Inicialmente, devido a questões técnicas, como a rapidez da rede e interfaces textuais incipientes, a Internet começou distribuindo os conteúdos do meio substituído - o jornal. Com relação ao rádio e à televisão, só mais tarde esses “aderiram ao novo meio, mas também nestes casos se limitaram a transpor para a Internet os conteúdos já disponibilizados no seu suporte natural” (CANAVILHAS, 1999, p. 1).

Apresentação e análise dos dados

O corpus da pesquisa foi constituído por dois jornais que circulam diariamente em Manaus: A Crítica e Diário do Amazonas. Os dois foram selecionados por serem de grande circulação e apresentarem formatos diferentes, permitindo-nos a observação de aspectos mais diversificados em termos de composição visual. Enquanto A Crítica está no tamanho standard, o Diário do Amazonas está em tamanho berlinense. Os dois jornais também se encontram presentes em suporte virtual.

O jornal A Crítica foi idealizado por Umberto Calderaro Filho e fundado em 19 de abril de 1949. O jornal circula diariamente, de segunda a domingo, como número variado de páginas, aumentando geralmente aos domingos com a inclusão de suplementos como, por exemplo, a Revista da TV. Já o Diário do Amazonas foi lançado em 15 de março de 1985, sob a presidência de Cassiano Assunção. Em 2009, após o surgimento do tablóide Dez Minu-

tos, o jornal mudou de formato, migrando do standard para o berliner. Hoje, o Diário do Amazonas, segundo dado obtido em entrevista, tem uma redação integrada com 60 profissionais trabalhando tanto para os impressos quanto para a Web. Em 2010, surgiu o Portal da empresa, o D24Am.

Este estudo foi, de acordo com o objetivo a que se propôs, enquadrado na modalidade do estudo de caso. Na pesquisa de campo, foi aplicado um questionário entre a amostra composta por 26 pessoas de um universo de cerca de 110 jornalistas dos jornais A Crítica e Diário do Amazonas. Além da aplicação dos questionários, complementamos a coleta de dados por meio de entrevista semi-estruturada com os chefes de redação dos dois jornais.

No primeiro momento, fizemos o levantamento dos jornais que circulam em Manaus, procurando identificar quais deles seriam mais interessantes. Na segunda fase, procedemos à aplicação do questionário estruturado com perguntas fechadas e abertas. O instrumento foi composto por 19 questões, divididas entre as seguintes unidades: 1. A Internet modificou a sugestão de pauta no jornalismo impresso? 2. Quando pesquisam virtualmente os fatos, os jornalistas buscam outras fontes ou somente as referendadas na Internet? 3. A notícia impressa pode ser considerada uma reatualização da notícia virtual? 4. A comunicação digital mudou de fato a apresentação da notícia impressa?

A nossa previsão inicial contemplava 10 questionários respondidos por A Crítica e 8 pelo Diário do Amazonas, pois o critério essencial para a seleção dos informantes foi o de que esses jornalistas produzissem para o ambiente impresso. Resolvemos enviar um número maior de questionários e coletamos 16 de A Crítica e 10 do Diário do Amazonas. A aplicação se deu entre os meses de fevereiro e abril de 2011.

As entrevistas seriam realizadas com os chefes de redação dos jornais, mas fomos informados que essa função é exercida pelo Editor Executivo em A Crítica e, no Diário do Amazonas, como a redação é integrada, há um chefe de redação tanto para o ambiente online como para os seus dois impressos (Diário do Amazonas e Dez Minutos). Além deles, decidimos por ouvir o responsável pelo Portal A Crítica, a fim de que dispuséssemos de dados comparativos.

Em análise sobre o impacto das combinações entre mídia tradicional e tecnologia nos Estados Unidos, Dizard Jr. (2000) afirma que os setores editoriais tradicionais - como os jornais, revistas e livros - estão adaptando seus “estilos operacionais às realidades do computador e enfrentando a concorrência de um número cada vez maior de provedores eletrônicos de informação” (DIZARD JR., 2000, p. 220). Entretanto, não podemos vaticinar o fim da imprensa.

As mudanças não assinalam, contudo, o fim da imprensa. Johannes Gutenberg continua vivo nos jornais matutinos, nas revistas semanais e nos 50.000 títulos de livros publicados anualmente nos Estados Unidos. As indústrias de impressão e os setores de publicação americanos permanecem confortavelmente lucrativos. A ideia de que os computadores e outros aparelhos eletrônicos poderiam transformar os Estados Unidos numa ‘sociedade sem papel’ mudou (DIZARD JR., 2000, p. 220).

A análise de que a Internet significaria a derrocada do jornalismo impresso, em especial dos impressos diários, não foi abordada nesta pesquisa. Não nos propusemos a avaliar ou entrar nessa seara de discussões, uma vez que tal questão nos parece bastante complexa e sob um viés distante do foco deste trabalho. Procuramos, então, mantermo-nos fieis às propostas da pesquisa.

As primeiras questões do questionário, de caráter mais geral, tinham por objetivo traçar o perfil dos entrevistados. Deles, 65% são do sexo masculino e 35% do sexo feminino e a maioria representada exerce a profissão entre 5 e 10 anos. 74% trabalham no mesmo jornal entre 1 e 5 anos, 35% entre 5 e 10 anos e 8% estão há mais de 15 anos. Um dado coletado demonstra que a maioria não está restrita apenas a um ambiente. 73% produzem tanto para o produto *online* quanto para o impresso da empresa na qual trabalha sendo que 52% deles o fazem de maneira frequente. Para fins de análise da segunda parte da pesquisa retornamos a cada uma das questões levantadas.

Unidade 1: a Internet modificou a sugestão de pauta nos jornais pesquisados.

Pudemos comprovar mudanças na pauta dos jornais pesquisados tanto pelos dados obtidos na pesquisa quali-quantitativa como no resultado das entrevistas com os seus editores. Dentre os pesquisados, 88% concordaram que a Internet modificou o processo de pauta.

Em A Crítica, a respeito do assunto, tivemos como resposta do entrevistado que está salientado o momento de reinvenção do impresso, pois “o impresso vive um momento de reinvenção... E começa na pauta! Hoje, percebo que eles tentam cada vez mais fazer coisas diferentes, saindo do hard news...” (ENTREVISTA, 2011). No caso do Diário do Amazonas a Internet modificou a pauta porque “tornou o campo de coleta de informações que podem vir a se tornarem notícias maiores” (ENTREVISTA, 2011).

Em consonância com a afirmação Basseto (2008) declara que, en-

quanto supúnhamos o jornalismo impresso já haver moldado o seu paradigma de produção da notícia, as tecnologias digitais surgiram e subverteram tal concepção. Quando se pensava que o jornalismo havia chegado ao seu auge com relação à linguagem e formas de produção da notícia, nos deparamos com as novas tecnologias. As ferramentas digitais, além de possibilitarem maior velocidade na produção e divulgação da informação também vêm transformando o jornalismo como nós o conhecemos. O autor também afirma que

A cada nova ferramenta que surge, os jornalistas, responsáveis pela transformação dos fatos em notícias, se vêem obrigados a novas adaptações. O tempo, grande vilão do jornalismo de qualidade, ganha cada vez mais espaço obrigando os jornalistas a produzirem mais em menos tempo. Em virtude dessa cobrança, as fontes vão se unificando e, por conseguinte, as notícias também (BASSETO, 2008, p. 11).

No processo jornalístico, a pauta é o ponto de partida que serve de base para a investigação. A partir da década de 1990, como a Internet proporcionou ao jornalismo um novo campo de atuação, e começaram a surgir os rumores sobre o fim do jornal impresso, a rotina dos jornais se modificou e, conseqüentemente, a concepção da pauta. Jorge (2007, p.190) também afirma que a pauta mudou. Para a autora, a pauta dos impressos é um documento que organiza a redação por ser feita previamente e por tentar antecipar ou propor uma temática de agenda. No entanto, com a chegada da Internet ela já não é tão detalhada e “hoje, tudo o que os redatores precisam deve ser buscado na Internet e as indicações são, na verdade, endereços de sítios eletrônicos na rede.” (JORGE, 2007, p. 190).

Formas diferentes de divulgação jornalística presentes no mundo virtual são os *sites* especializados em notícias e desvinculados de versões impressas. Como apresentam textos mais curtos e divulgam fatos e acontecimentos de forma quase que instantânea, também acabam servindo de auxílio na produção de pauta para as versões impressas. “Hoje, entre as tarefas diárias de um jornalista, está a conexão direta e constante com a Internet e os sites de notícias disponibilizados nela” (BASSETO, 2008, p 31).

Unidade 2: Quando pesquisam virtualmente os fatos, os jornalistas buscam fontes além das referendadas na Internet.

Sobre fontes de notícia, no caso específico da nossa pesquisa, buscamos respostas quanto ao fato de o jornalista do impresso buscar ou não outras

fontes para a verificação dos fatos, além das encontradas na Internet, e se as mesmas são confiáveis. Entre os entrevistados, a maioria, representada por 88%, não confia plenamente na notícia postada na Internet; 4% é o percentual de jornalistas que considera apenas as fontes virtuais e não consideram necessária a checagem em outras para a composição da notícia impressa. Infere-se ser esse percentual ainda inexpressivo. No caso do jornal A Crítica (ENTREVISTA, 2011), com respeito às fontes, afirmou-se que

Os jornalistas são orientados a checar todas as informações retiradas da Internet (exceção para dados em planilhas de portais oficiais). A Internet é uma importante fonte de informações, mas estas devem ser consideradas um ponto de partida na apuração. (ENTREVISTA, 2011).

Ainda se tratando do jornal A Crítica (ENTREVISTA, 2011), é do impresso a decisão de escolha das fontes, mas não tem dúvidas que os sites de notícias aparecem no cenário digital como um facilitador porque, por um lado, chega a diminuir a pressão das edições. Por outro, na prática, qualquer repórter ou editor acompanha os outros veículos para saber o que está sendo notícia e não é diferente com o online, que “são fontes com toda certeza” (ENTREVISTA, 2011). Com relação às estatísticas, A Crítica considera que a internet as proporciona de forma precisa e automática, algo que o impresso não pode oferecer. A ferramenta pode dar uma ideia do que está chamando a atenção da audiência.

No Diário do Amazonas (ENTREVISTA, 2011), as fontes são mesmas tanto para o impresso como para o online, pois para a produção da notícia são utilizados os aparatos de ambos, uma vez que a redação é integrada e utiliza a mesma estrutura física. Sobre fontes de notícia, Basseto (2008) diz não existirem dúvidas que as notícias são produtos sociais originadas de várias vertentes interligadas, como a organização empresarial, a cultural, a formação social do jornalista “e o meio físico e humano onde o mesmo está inserido. Diante disto, não podemos negar que um dos fatores mais relevantes na produção da notícia são as fontes de informação que o profissional tem a seu dispor”. (BASSETO, 2008, p.71).

Quanto às fontes virtuais, Bianco (2005, p. 139), confirma que no dia a dia da redação de meios de comunicação clássicos, a Internet é um canal de acesso e contato com múltiplas fontes, agências de notícias e jornais online. Na verdade, a rede é ferramenta criadora de possibilidades para se fazer virtualmente o trabalho de vigilância e exame de documentos oficiais, “realizar investigações e trabalhar assuntos que, em boa parte, são esnobados pela

imprensa tradicional.” (BIANCO, 2005, p.139). Concordamos com Basseto (2008) quando diz existirem vícios advindos do uso inadequado da Internet que não podem ser simplesmente deixados de lado, “como a distribuição de bobagens coletivas, a divulgação de informações por fontes não confiáveis e, por consequência, a apropriação dessas informações” (BASSETO, 2008, p. 72).

Corroborando a afirmação anterior obtida em A Crítica (ENTREVISTA, 2011), com relação à confiabilidade, e indo ao encontro de um dos objetivos específicos deste estudo, identificamos sites e redes sociais referendados pelos jornalistas como fontes para a produção da notícia. Pudemos elencar sites citados pelos pesquisados e considerados fontes confiáveis, em maioria, os oficiais ou portais de grandes corporações de comunicação. Foram listadas 95 ocorrências. Entre elas figuram em primeiro lugar o portal G1, Folha Online, Portais estatais e sites oficiais de entidades conhecidas, cada um com 11 citações. Em seguida, estão UOL, O Globo e o Estadão. As mídias sociais citadas foram o twitter, blogs de notícias e o facebook. Três jornalistas listaram o Google e a Wikipédia como sites confiáveis, mas esses, na realidade, funcionam como mecanismo de busca e como enciclopédia digital, respectivamente.

Uma informação relevante a ser considerada neste estudo, diz respeito à credibilidade das fontes sejam elas reais ou virtuais. Devem ser *tão confiáveis a ponto de as informações fornecidas* demandarem o *mínimo esforço e o mínimo de controle*. *“Entrevistados que em outras ocasiões forneceram fatos confiáveis têm maior chance de continuarem a ser acessados pelo jornalista, até virarem fontes regulares” (PEREIRA Jr., 2006, p. 82)*. Em contrapartida, como a Internet se tornou elemento constitutivo do próprio método de checagem e apuração de informação, o impresso busca em fontes virtuais diferenciadas a mesma informação. Ou seja, em vista da acomodação do repórter na redação, o processo de apuração é continuamente realizado na rede.

As características de confiabilidade de um determinado *site*, elencadas pelos entrevistados, envolvem a sua imagem, o seu tempo na rede, a qualidade da apuração do fato, o conteúdo disponibilizado, o caráter oficial, entre outros. No caso da utilização de mídias sociais, como blogs e twitter, 77% dos entrevistados utilizam-se deles para seleção/apuração de informações, enquanto apenas 15% não os consideram. Entretanto, com relação a essas mídias, inferimos serem consideradas mais fontes de informação do que propriamente espaços onde a notícia está completa.

Unidade 3: A notícia impressa pode ser considerada uma reatualização da notícia virtual.

Constatamos que 100% dos jornalistas utilizam a Internet no processo de captação das informações. Ainda abordando a mesma questão, a frequência na captação é consideravelmente alta e representa 96% das informações a serem trabalhadas pelo impresso, corroborando as questões vistas anteriormente. Contudo, o mencionado contexto não significa que eles as considerem como notícias acabadas, prontas a serem convertidas diretamente para o veículo impresso. Para 65%, o trabalho mais detalhado vai depender da notícia. Em contrapartida, 35% optam pelo trabalho mais elaborado de todas as matérias convertidas para o impresso. Outro fator está nas relações de qualidade entre a informação virtual e a impressa: 81% acreditam haver, no ambiente *online*, menos qualidade no tratamento da notícia do que no impresso.

Em defesa de uma linguagem própria para a *web* e outra para os impressos, em A Crítica (ENTREVISTA, 2001), entende-se existirem dois tipos de jornalismo: o impresso e o online:

Entendo que jornalismo impresso é uma coisa e Jornalismo Online é outra. É necessário entender isso e não tentar dizer que um vem do outro [...] No caso do texto, por exemplo, é evidente que são diferentes, pois são ‘fôrmas’ diferentes, a informação precisa ser construída de uma forma para atender as necessidades do online e de outra para servir ao impresso. (ENTREVISTA, 2011).

Ainda em A Crítica (ENTREVISTA, 2011), encontramos como diferencial entre os meios o fato de as notícias no impresso terem maior credibilidade:

Alguns veículos estão mais adiantados nesse processo de mudança, outros continuam fazendo o jornal impresso “clássico”, mas penso que este é um caminho natural: cada vez mais o leitor vai buscar no impresso (cuja credibilidade segue imbatível), os porquês da notícia (pois em geral o “o quê”, “quem”, “onde” já estão nas TVs, rádios e agora Internet). Aliás, a questão da credibilidade é um ponto de vantagem para o impresso. Já ouvi de vários leitores que só acreditam na notícia quando a leem no impresso da Rede Calderaro (jornal A Crítica), mesmo tendo visto/ouvido sobre o assunto antes no portal e TV. (ENTREVISTA, 2011).

Em o Diário do Amazonas (ENTREVISTA, 2011), a notícia depende

do produto jornal e para qual público ele é direcionado. É o que explicaria o fator da empresa manter dois jornais de formato e conteúdo diferenciados para classes sociais distintas e manter um portal na rede,

Um jornal popular, por exemplo, direcionado para classes C, D e E, por exemplo, se baseia mais nos assuntos discutidos. Um jornal mais denso, direcionado para formação de agenda, deve investir em material exclusivo. Essas duas correntes se unem quando um fato de grande relevância.

Segundo Bianco (2005, p. 12), no sentido de contribuir para o corte e focalização dos fatos que serão transformados em notícia, a Internet proporciona aos jornalistas a possibilidade de obter rapidamente a informação que irá complementar suas matérias e contribui para contextualização e aprofundamento dos temas. Entretanto, por outro lado, esse procedimento padroniza o conteúdo dos veículos porque é comum o uso das mesmas fontes e todos as reproduzem.

Nesse contexto, para Basseto (2008) a importância da internet na rotina diária dos impressos está ligada principalmente às facilidades para a obtenção de dados e até de matérias completas elaboradas e divulgadas por sites jornalísticos, pois, “a internet figura como um grande facilitador da síndrome do ‘Control C control V’, uma vez que suas ferramentas possibilitam a cópia de dados, sejam eles texto, fotos ou gráficos” (BASSETO, 2008, p. 90). Em discordância, entretanto, às afirmações acima de Basseto, constatamos nos jornais pesquisados o aprimoramento da notícia impressa em complementação ao tratamento superficial disposto na internet.

Unidade 4: Afinal, a comunicação digital mudou a forma da apresentação da notícia impressa.

Ao longo da fase de análise da pesquisa, comprovamos que todos os entrevistados aceitam a Internet como um componente já completamente inserido no meio impresso. 100% a utilizam no processo de captação de informações jornalísticas. A captação é frequente em 96% dos casos. Constatamos, ainda, o percentual de 84% de jornalistas concordando com a assertiva de que a comunicação digital modificou o impresso, enquanto 8% discordam. Uma vez que 87% dos entrevistados consideram que o impresso ainda não se modificou completamente face ao advento da internet, podemos argumentar que outras transformações virão a acontecer, embora não possamos apontar quais serão e em que tempo ocorrerão.

Barbosa Filho; Castro (2008, p. 92-95), teorizam que as *mídias digitais, com suas condições de convergência e interatividade*, agregou um novo elemento à *proposta de comunicação*. Além da fonte, mensagem e destinatário, passa a existir a possibilidade de um quarto componente: o campo do retorno interativo. Nessa comunicação digital, o diálogo se realiza entre quem produz e quem recebe em tempo real. Esse espaço interativo cresce em grandes proporções se considerarmos as muitas possibilidades, por exemplo, da rádio, da TV digital, dos jornais e revistas no ambiente virtual e dos celulares.

Esse novo processo de comunicação vem, em sentido inverso, ao que nos parece, influenciando ou mesmo modificando a forma de apresentação das notícias nos meios impressos, uma vez que estes também fazem uso das mídias digitais. A comunicação digital, portanto, não apenas modifica rotinas, ela também diminui funções, cria novos ofícios e reduz a idade dos profissionais que circulam nas redações e áreas técnicas (BARBOSA FILHO; CASTRO, 2009, p. 89).

Considerando que a Internet também influencia na escolha das manchetes, em A Crítica,

Não é regra, mas fazemos o acompanhamento da audiência ao longo do dia e ela é um dos pontos (de forma alguma o único) que consideramos no momento de elaborar a capa. No caso de A Crítica, ainda são leitores/públicos diferentes, mas a tendência com a democratização do acesso à Internet e popularização dos sites de notícia é caminhar para o quadro acima. Com isso, não só a audiência do portal passará a ter mais peso na capa, mas também aumentará nossa preocupação em apresentar o “assunto do dia” sob um viés inédito ou inesperado. (ENTREVISTA, 2011).

Outro dado interessante obtido nas entrevistas é quanto à questão de elementos do ambiente virtual transpostos para o impresso. Nesse sentido, em A Crítica:

Com o desafio de apresentar ao leitor uma visão diferente da notícia, o impresso segue com a obrigação de ser “completo” (então temos que ter o que está na Internet e mais). Esse conteúdo, em geral, de leitura mais direta, é transplantado para peças. A Crítica desde 2004 tem um projeto gráfico editorial que faz uso de peças: são entradas mais curtas nas páginas (como “links” que levam o leitor a um “saiba mais”, depoimento, galeria de quem é quem, dentro daquela matéria que ele está lendo). Essa “fragmentação” da informação e a forma como ela é apre-

sentada, na minha opinião, vem da necessidade de acompanhar a Internet [...] Como eu disse, ‘entradas’ mais curtas e diretas nas páginas são uma forma de transpor para o impresso elementos do texto online. (ENTREVISTA, 2011).

Em termos gerais, as mudanças mais destacadas têm relação, em primeiro lugar, com o tratamento da notícia. Em seguida, ficaram as modificações na pauta, no conteúdo, na rapidez da captação da informação e, por último, visual/gráfica.

No aspecto visual/gráfico, entre os dois jornais o que mais mudou foi o Diário do Amazonas:

A principal mudança no impresso (produto) foi no aspecto gráfico, o que resulta, em alguns casos, em redução do espaço físico. A mudança no jornalismo se dá em função do paradigma fato_x_tempo. Acredito no jornalismo puro, não importa a plataforma. Deve ser bem apurado, bem produzido, bem redigido. A questão de tamanho de texto, de quantidade de fontes, de recursos multimídias se dá devido a engrenagem da notícia versus o tempo. Explico: se o fato ocorreu, tem que ser noticiado imediatamente. A melhoria da notícia, com aprofundamento de informações e mais recursos assessoriais, se dá à medida que se tem mais tempo para produzir. (ENTREVISTA, 2011).

No caso de A Crítica, “mais importante do que as mudanças gráficas, é a mudança no tratamento da notícia. O impresso se reinventou para ‘ganhar’ da Internet, em abordagens analíticas, explicativas, contextualizadas” (ENTREVISTA, 2011).

Além das análises já apresentadas, pareceu-nos oportuno entender melhor as relações de convivência entre os jornalistas do online e do impresso, uma vez que os jornais pesquisados estão presentes nos dois ambientes. Além disso, os sentimentos com relação a como os pesquisados encararam o processo de mudança na produção da notícia, se de forma positiva ou negativa.

50% dos entrevistados julgaram positiva a influência da *web* sobre o impresso; 8% consideram negativa e 42% positiva e negativa ao mesmo tempo. Chamou-nos a atenção que cerca de metade dos jornalistas ouvidos de A Crítica e de o Diário de Amazonas tivessem visão ao mesmo tempo positiva e negativa dessa influência. Para eles, de forma positiva, a Internet ofereceu um leque maior de opções de informação ao jornalista; abriu um campo em que os leitores expressam-se independentemente do jornalismo impresso; proporcionou destaque ao impresso em termos de este trabalhar mais detalhadamente a

informação; há dependência mútua entre online e impresso.

Além dessas mudanças também foram elencadas: as informações chegam mais rápido às redações; propõe novas ideias e estruturas dentro das redações e até em relação a pautas e textos; a troca de informações tornou-se muito mais rápida e ampla; facilitou a busca de personagens e fontes, bem como para a solicitação de informações de todas as partes do mundo; contribui na hora das sugestões de pauta, pois fatos interessantes na Internet também viram matéria.

Em contrapartida, para cada uma das facetas positivas, a Internet apresenta uma característica negativa: variedade de informações falsas/incompletas e sem a devida apuração; hoje, para o impresso, qualquer cidadão é um concorrente em potencial; o online passa a falsa impressão de que a notícia está completa, mas em geral carece de informações mais detalhadas; a informação chega mais rápido aos leitores, obrigando os jornais impressos a darem tratamento diferenciado para a notícia que já é de conhecimento do leitor.

Outras facetas negativas da Internet sobre o impresso são: por ser um ambiente extremamente dinâmico, a difusão na Internet de informações falsas ou erradas é também muito fácil e até possível que esses enganos acabem estampados nas páginas dos jornais; obriga que o impresso realize matérias jornalísticas mais elaboradas e aprofundadas, menos factual e com mais criatividade para rivalizar com o conteúdo multimídia da web; reduz do hábito de leitura dos jornais impressos; o online disponibiliza as notícias em tempo real; acomodou os repórteres na redação, seja na apuração como na elaboração de pautas. Enfim, a internet pode sinalizar o fim do jornal impresso.

A apuração dos demais dados também corroborou as nossas conclusões. A rede não apenas modificou a notícia com também a própria configuração das redações, pois hoje trabalham em um só espaço o impresso e o online. Além disso, também se exige um jornalista com um novo perfil, capaz de transitar e produzir pra ambientes diversos. Outro aspecto que consideramos está relacionado à rapidez das transformações tecnológicas. Assim, ao questionarmos os entrevistados quanto à completa modificação do impresso em virtude do online, obtivemos: 87% consideram que o impresso ainda não se modificou completamente face ao ambiente online. Apenas 13% consideram que as mudanças atingiram o máximo.

Considerações Finais

Retornaremos aqui às questões gerais que nortearam o nosso trajeto - as notícias nos jornais impressos A Crítica e Diário do Amazonas são produ-

zidas a partir de dados/informações obtidos na rede mundial de computadores; A Crítica e Diário do Amazonas assumiram novas configurações geradas pela comunicação digital – e que pudemos comprovar ao longo da nossa caminhada. A abordagem sobre as influências da Comunicação Digital no processo de construção da notícia impressa em Manaus, por meio da pesquisa empreendida, mostrou que as ferramentas tecnológicas surgidas nas últimas décadas do século XX foram decisivas para as mudanças nos meios de comunicação tradicionais.

Segundo os autores de nosso referencial foi no jornal impresso que as modificações foram mais sentidas, não apenas na seleção dos fatos como também no próprio tratamento da notícia. Fez-se necessário que o impresso se adaptasse, ou mesmo modificasse, aos novos tempos sob o risco de desaparecer. E esse processo ainda não se concluiu, conforme dados já apresentados. Assim, neste trabalho, achamos oportuna a análise dessas mudanças, para mostrar quais os aspectos do impresso que mais absorveram características da notícia como se apresenta na *web*.

De um lado, A Crítica afirmou suas mudanças mais ao nível da escrita da notícia, pois os seus textos trazem abordagens contextualizadas, analíticas e explicativas. Nesse sentido, o impresso tem como vantagens sobre a Internet credibilidade e qualidade no tratamento da informação. Por outro lado, o Diário do Amazonas sofreu como principal transformação o aspecto gráfico, tendo o seu tamanho reduzido. Todavia, o trabalho mais apurado de uma notícia tem relação com o fator tempo, ou seja, quanto mais tempo o jornalista tem para produzir uma matéria mais ela será aprofundada.

Outro aspecto que facilitou as transformações no impresso foi, de certa forma, o fato de ele “concorrer” com o produto online da mesma empresa. Todavia, como comprovamos a maioria dos jornalistas do impresso, hoje, também produz com frequência para a Internet. Assim, atribuindo-se a esse aspecto razões econômicas, o jornalista não poderia deixar de contribuir para o ambiente virtual, principalmente no que diz respeito à concorrência, pois o “furo” reservado ao impresso poderá estar a qualquer momento no portal concorrente.

É no ambiente digital que a concorrência se acirra porque no espaço da *web 2.0* qualquer cidadão é produtor e distribuidor de conteúdo. Nesse espaço, o jornalismo se reconfigurou, ao ponto de exercer influências em relação ao conteúdo produzido pelo jornalismo tradicional, como vimos em termos de pauta, fontes, tratamento da notícia, tratamento gráfico. Nessa reconfiguração, as possibilidades de comunicação ganham dois importantes elementos: a interação imediata e um espaço não mais marcado por limites espaciais. Com

a web, globalizamos definitivamente a informação e práticas colaborativas surgem em diferentes pontos do ciberespaço.

Ressaltamos, neste estudo, como essas condições de produção de notícias para web também podem se mostrar significativas na construção noticiosa do jornalismo impresso, principalmente no que se refere aos jornais diários. A propósito da pesquisa empreendida nos dois jornais, por meio da apuração mais detalhada nos tornou visível, por exemplo, as consequências das mudanças não somente no fazer jornalístico, mas também na própria profissão de jornalista, pois, à vista das mídias digitais, ele passou a ser um homem multimídia.

Ainda que consideremos que o jornal impresso e o virtual de propriedade de uma mesma empresa devam coexistir de maneira complementar, não é essa a realidade nos dois jornais pesquisados. Foram significativas as considerações sobre haver colaboração e concorrência ao mesmo tempo entre os dois ambientes. Existe concorrência porque o imediatismo da web está, ao que parece, “engolindo” o jornal impresso e ainda por haver certa rivalidade entre os profissionais do impresso e do online. Na medida em que as informações captadas são compartilhadas entre o impresso e o online eles são colaborativos, e concorrentes quando não ocorre o compartilhamento, o que não é incomum. A Internet permite, teoricamente, o acesso a uma informação mais factual, mas ainda assim acaba concorrendo diretamente com o impresso. Um exemplo desse fato é quando informações do impresso são cedidas para o online. Também são colaborativos quando o online serve como fonte ou quando pauta o jornal impresso, mas quando antecipa um assunto que, a partir de então, deve ser tratado diferenciadamente pelo impresso no dia seguinte, tornam-se concorrentes.

Diante do exposto pudemos concluir que, de fato, a Internet mudou o processo de produção da notícia impressa em Manaus e como espaço para coleta de informação pronta constitui-se num ambiente onde os jornalistas buscam informação. O processo de checagem, entretanto, pode ser por vezes insuficiente, deixando margens à produção de notícias falaciosas. À luz de todas as nossas considerações, acreditamos na discussão que nos levou à consecução deste trabalho e esperamos que ele abra caminho para outras pesquisas relacionadas ao tema.

Referências

BARBOSA FILHO, André; CASTRO, Cosette. **Comunicação Digital: educação, tecnologia e novos comportamentos**. São Paulo: Paulinas, 2008.

BASSETO, Sílvia Regina. **Jornalismo impresso na era da internet**: Como funciona a redação do jornal Correio do Estado, de Campo Grande, Mato Grosso do Sul. 2008. Dissertação (Mestrado). Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. Bauru: 2008.

BIANCO, Nelia R. del. A Internet como fator de mudança no jornalismo. **Revista brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, p. 133-148. 2005.

CALDAS, Álvaro. O desafio do velho jornal é preservar seus valores. In: CALDAS, Álvaro. **Deu no Jornal**: o jornalismo impresso na era da Internet. Rio de Janeiro: PUC RJ. 2002.

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo**: considerações gerais sobre jornalismo na *web*. CONGRESSO IBÉRICO DE COMUNICAÇÃO, 1., 1999. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>>. Acesso em: 03 Abr. 2011.

CASTELLS, M. **A galáxia Internet**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbekian. 2001.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra. 1999.

CÔNSOLO FILHO, Synesio. **A Comunicação Contemporânea e o Jornalismo na web**: análise dos portais UOL e estadão. Dissertação de mestrado. Faculdade Cásper Líbero. 2009.

DIZARD JR, Wilson. **A nova mídia**: a comunicação de massa na era da informação. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 2000.

JORGE, Thais de Mendonça. **A notícia em mutação**. Estudo sobre o relato noticioso no jornalismo digital. 2007. Tese (Doutorado)- Universidade de Brasília. 2007.

LÈVY, Pierre. **O que é virtual?** São Paulo: Ed. 34. 2005.

LÈVY, Pierre. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Edições Loyola. 2003.

LÈVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34. 2000.

MARCUSCHI, Luiz Antonio; XAVIER, Antônio Carlos (Org.). **Hipertexto e gêneros digitais**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005

MONTEIRO, Gilson Vieira. **Por um clique**: o desafio das empresas jornalísticas tradicionais no mercado da informação. 2002. Tese (Doutorado)- Universidade de São Paulo. 2002.

MORAES, Heloisa Juncklaus Preis. O feedback possível: a relação do jornal *online* com o impresso. **Revista Famecos**, Rio Grande do Sul. Ago. 2002.

PEREIRA Jr., Luiz Costa. **A apuração da notícia**: métodos de investigação na imprensa. 2. ed. Petrópolis: Vozes. 2006.

SANT'ANNA, Lourival. **O destino do Jornal**: a Folha de São Paulo, O Globo e o Estado de São Paulo na sociedade de informação. Rio de Janeiro: Record, 2008.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade**. Petrópolis, RJ: Vozes. 2008.



De Le Bon a Lasswell: a ascensão das massas, a descoberta da comunicação e a era da propaganda

Francisco Rüdiger¹

Resumo: O capítulo retrata o contexto de origem e as primeiras linhas de desenvolvimento daquilo que, no século passado, se tornou conhecido como campo de estudos da comunicação. As etapas do raciocínio são três. Na primeira, ressalta-se a complexidade pouco notada, entre os comunicólogos, das reflexões sobre a opinião e os meios contidas na psicologia de massas de Gustave Le Bon. Em seguida, relata-se como a apropriação das teorias organicistas de origem alemã permitiu aos sociólogos da Escola de Chicago elaborarem uma reflexão pioneira a respeito do impacto da comunicação na sociedade. Ocupando-se da contribuição de Harold Lasswell, o texto mostra, em seu terceiro segmento, a forma como ela sintetizou as duas tradições, através da proposição de uma série de estudos visando desenvolver teórica e empiricamente o conceito de propaganda.

Palavras-chave: Origens do pensamento comunicacional. Gustave Le Bon. Escola de Chicago. Harold Lasswell.

Quando a era liberal burguesa tocou seu final, em meio ao banho de sangue da I Grande Guerra, já fazia tempo que estava em marcha o processo de democratização das instituições que conduziria a sociedade ao que ela é hoje no Ocidente (cf. Gauchet, 2007). Alexis de Tocqueville foi pioneiro ao elaborar sua fisionomia desde o ponto de onde ela, pela primeira, se consolidou: os Estados Unidos da I metade do século XIX. Depois, Stuart Mill, embora a saudasse, alertou para os riscos ao pluralismo de opiniões e ao desenvolvimento de indivíduos diferenciados presentes em sua chegada no outro lado do Atlântico. Nietzsche, enfim, sonhou com a contenção de seu progresso, pregando utopicamente, contra o avanço da massificação de nossas instituições, a fantasia de uma reação aristocrática.

Para esses autores todos, o principal, em síntese, era que a burguesia liberal criara uma ordem social cuja dinâmica econômica e societária estava

¹ Doutor em Ciências Sociais pela Universidade de São Paulo, Mestre em Filosofia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Professor dos cursos de comunicação da Pontifícia Universidade Católica e Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Também é docente do Depto. de Filosofia nessa última Universidade. Publicou mais recentemente o livro com o título “As teorias da cibercultura” editora Sulina, 2011.

pondo em xeque seus próprios privilégios e classe, levando à entrada e participação das massas em todas as esferas da civilização. “Há um fato que, para o bem ou para o mal, é o mais importante na vida pública européia da hora presente: este fato é o advento das massas ao pleno poderio social”, resumiu em texto referencial o filósofo espanhol Ortega y Gasset ([1929] p. 49).

Durante a era liberal, o poder e as instituições eram confiados a minorias vocacionadas, supostamente em benefício da maior parte da população; agora, prosperaria uma hiperdemocracia, em que, de um modo ou de outro, as multidões passam a impor suas crenças e padrões de conduta cada vez mais diretamente. Por isso, conclui o autor, embora isto não se traduza apenas em anarquia, “[...] as inovações políticas dos anos mais recentes não significam outra coisa que o império político das massas” (ORTEGA Y GASSET, [1929], p. 56).

Em torno da virada para o século passado, os progressos do capitalismo e a expansão das relações de mercado começaram, porém, a provocar a ruptura e eventual desintegração das instituições ainda reguladas pela tradição, inclusive aquelas oriundas da era burguesa. A concentração econômica e o aumento da produtividade do capital, conjugados com a crescente organização política e sindical dos trabalhadores, promoveram um aumento do padrão geral de vida e a extensão da cidadania para as camadas populares.

Na Europa, em especial, a pressão do movimento socialista e a adoção do princípio do voto universal, combinadas com a elevação do nível de escolaridade da massa da população, estimularam o desenvolvimento de uma política de concessões, especialmente no campo da legislação social, por parte das classes dirigentes. De maneira mais geral, exceto entre os setores extremistas, a sensação no mundo ocidental era a de que, “agora, reina o povo”, de que “substituímos o direito divino dos reis pelo direito divino da multidão”, dizia Ivy Lee, em 1916 (apud EWEN, 1995, p. 75).

O Ocidente, noutros termos, começou a assistir, também no cotidiano, à progressiva substituição dos padrões cristalizados e ideias fixadas pela tradição por relações sociais e experiências cada vez mais flexíveis e abertas, pautadas por padrões mercantis. Apareceu, aos poucos, uma cultura popular urbana, desvinculada das tradições folclóricas - baseada no desenvolvimento das tecnologias de imprensa e telecomunicação, que chamou à atenção o público educado conforme os padrões da ilustração burguesa – tivesse este um perfil liberal ou social democrata.

Nesse contexto, saltava à vista de muitos o fato de estar havendo uma “[...] revolução nas comunicações”, a respeito da qual as testemunhas e comentaristas do tempo, por ele próprio promovidas ao proscênio da vida

intelectual, se posicionaram politicamente, dividindo-se, inicialmente, em dois grupos. De um lado, houve os que saudaram essa revolução como um processo progressista e democrático, que reage positivamente sobre a toda a humanidade e altera a dinâmica do conjunto da vida societária. De outro, as vezes que viram nela a base para a revolta das massas contra os princípios da civilização e o estabelecimento de uma anarquia política e espiritual cuja solução, fosse ou não desejada, poderia ser inclusive o fim da democracia.

Diante das novas realidades, os intelectuais tenderam a se dividir entre aqueles cuja ótica se fixou no significado histórico e dimensão estrutural desses desenvolvimentos e aqueles cuja ótica privilegiou antes o seu significado político e dimensão instrumental. Os primeiros foram, também, os que deram início à construção do conceito de comunicação, os que começaram a instituir a comunicação como categoria formadora da sociedade. Os segundos foram os que elaboraram o conceito de propaganda, entenderam os meios de formação da opinião pública como instrumentos de uma ação social organizada com objetivos políticos e econômicos.

No que segue, o texto visa, em primeiro, esclarecer a forma como a crítica cultural conservadora reagiu politicamente e elaborou a recepção teórica do processo de ascensão das massas, através de uma nova leitura dos escritos do maior porta-voz daquela crítica, Gustave Le Bon. Centrando o foco na I geração da Escola de Chicago, o segundo passo visa mostrar que o movimento democrático moderno logrou engendrar seus próprios intelectuais e que foi em meio à fração deles que os meios técnicos, em vez de instrumentos de propaganda, começaram a ser pensados como formas de operar uma revolução na comunicação da sociedade. Enfim, examina-se a forma como, no contexto em questão, o fenômeno da propaganda se tornou objeto de ciência política com pretensão de rigor, mediante uma revisão e esclarecimento dos estudos sobre o assunto, elaborados por Harold Lasswell.

Gustave Le Bon e a psicologia de massas

Le Bon (1922) é uma referência recorrente nos relatos históricos sobre a trajetória do pensamento articulador das conexões entre comunicação e cultura, mas de fato parece ter sido pouco consultado, diretamente, pelos especialistas do campo. Visto muito de longe, por estes, como referência inspiradora de uma abordagem mecanicista do problema, o autor é antes responsável pela elaboração de um diagnóstico do tempo presente camuflado de tratado sobre a psicologia das multidões em que, vez por outra, relampeja um juízo sobre a nascente imprensa de massas que influenciou decisivamente

as teorias da era da propaganda.

Carlyle e Taine haviam testemunhado com horror a mobilização de vastas multidões com objetivos políticos revolucionários, sem chegar a elaborar teoricamente o acontecimento para além dos preceitos do conservadorismo burguês. Parte Le Bon, ao contrário, de uma concepção psicossociológica da história de claro acento positivista, em que os costumes e as instituições são vistos como sedimentações secundárias das crenças fundamentais que permitem definir uma raça. Quando elas logram se condensar, pensa o autor, começa a história de um povo e se pode falar de cultura e sociedade. As crenças são, para ele, portanto, os suportes necessários da civilização: “[...] elas imprimem uma orientação nas ideias e só elas podem inspirar a fé e criar o dever” (LE BON, 1922, p. 130).

Quando, contudo, elas faltam, por destruição externa ou esgotamento interno, cai-se, afirma o autor, na anarquia, uma situação que, aparentemente, tende ser cada vez mais a nossa, conforme dariam sinal os fenômenos de multidão. Para Le Bon (1922, p. 141), as crenças estão, em nossa época, se tornando irrelevantes na vida das massas. O progresso da indústria e das ciências está abalando o firmamento das crenças políticas e sociais em que se articulava nossa civilização. O resultado é a crise e declínio das instituições que lhes conferiam ordem e estabilidade, a crescente força das multidões, tudo isso num movimento combinado que, talvez, “[...] marcará uma das últimas fases [da história] do Ocidente” (LE BON, 1922, p.10).

Afinal de contas, nesse contexto, a raça perde sua coesão e força. Avança o egoísmo individual, em detrimento do egoísmo coletivo. O povo se torna um aglomerado sujeito a explosões de violência, ansioso por líderes que lhes forneçam objetivos. As opiniões passam a preponderar sobre as crenças, mas, ao mesmo tempo, as primeiras se tornam cada vez mais voláteis e passageiras, porque cada vez menos se apóiam naquelas últimas (LE BON, 1922, p. 136).

Depois de ter exercido a sua ação criadora, o tempo enceta essa obra de destruição a qual não escapam os deuses nem os homens. Tendo chegado a certo nível de força e de complexidade, a civilização cessa de crescer. Desde que ela já não cresce mais, está condenada a declinar rapidamente. A hora de velhice vai soar em breve (LE BON, 1922, p. 197).

Quando é este o caso, como agora, nesta hora de virtual anarquia, pensava o papel da imprensa, como o do estado, da escola e das igrejas se altera. Outrora a ação dos governos, as ideias do clero e a influencia de um

pequeno numero de jornais constituíam os verdadeiros reguladores ou guias da opinião. Rousseau ajudou “[...] a provocar a morte de milhões de homens”. A Cabana do Pai Tomás foi forte influência “[...] para a sanguinolenta guerra de secessão na América do Norte”. Depois, afirma o autor, a credulidade das massas foi se transferindo para a imprensa cotidiana. Esta passou a ter a “imensa influência” que, antes possuíam os livros, “no surgimento e propagação das opiniões”. Devido às circunstâncias da vida moderna, o fato é que “são em número incalculável as pessoas que têm unicamente a opinião do jornal que elas lêem” (LE BON 1956, p. 155).

“Hoje, porém, continua, os jornais não fazem mais do que refletir a opinião” (LE BON, 1922, p. 137). As crenças estão perdendo a força. Reina por quase toda a parte a opinião da multidão, e a ela a imprensa não faz senão se submeter. A crescente difusão da imprensa, por isso mesmo, precisa ser vista como um fator que, em última análise, enfraquece as crenças e fomenta a mobilidade das opiniões entre a multidão.

“Com os atuais meios de publicidade, uma opinião, uma crença, uma doutrina podem ser lançadas como mais um produto farmacêutico” (LE BON, 1923, p. 70). O fenômeno torna públicas as mais variadas opiniões, fazendo com que sua influencia seja, senão destruída, pelo menos enfraquecida no tocante às crenças. “[Atualmente] nenhuma opinião chega a dilatar-se e todas são condenadas a uma existência efêmera. Morrem antes que se tenham podido propagar-se o bastante para tornarem-se [crenças] gerais” (LE BON, 1922, p. 137).

Para Le Bon (1923), a força da imprensa, sempre considerável, passa, em nossa época, da função de formadora da opinião para a de expressão dos seus sentimentos e tendências imediatas. A condição de formadora das crenças que ela antes possuía está sendo substituída pela de fator potencialmente explosivo da sociedade, agora que “[...] representa, de uma maneira exclusiva, o reflexo das opiniões populares e das suas incessantes variações”.

Tendo se tornado simples agência de informação, ela renuncia a impor qualquer ideia, qualquer doutrina. Segue todas as mudanças de pensamento público, e as necessidades da concorrência a isso a obrigam, sob pena de perder seus leitores. Os velhos órgãos solenes e influentes de outrora, cujos oráculos a geração precedente escutava com respeito, desapareceram ou tornaram-se folhas de informações, de boatos mundanos e de reclames financeiros (LE BON, 1922, p. 138).

Desde então, os governos e a imprensa renunciaram a suas respectivas

autoridades, precisando perceber os movimentos da opinião e reagir de acordo para seguir influenciando ou, no caso dos jornais, não perderem os leitores. As crenças estão se diluindo e, por isso, as opiniões não têm mais direção segura. As pessoas estão se tornando céticas, porque as opiniões demonstram cada vez menos ancoragem nas crenças. “Diante da discussão e da análise [a que tudo submete nosso tempo], todas as opiniões perdem o seu prestígio. Elas se desfazem rapidamente, e poucas são as ideias ainda suscetíveis de nos causar entusiasmo. O homem moderno está cada vez mais invadido pela indiferença” (LE BON, 1922, p. 140).

Por tudo isso, os movimentos de massa arrebatam agora, na maioria das vezes, de forma explosiva, a partir da mais leve influência, mas, via de regra, irracionalmente. As causas até podem ser profundas, mas a centelha que os detonou e que ainda estabelece seu amplo alcance, em geral, não. O contágio mental que os explica é, em geral, obra de agitadores com ou sem o respaldo da imprensa (LE BON, 1922, p. 162). Para Le Bon (1922), as massas formam um rebanho que, para seguir um caminho, não pode dispensar um pastor, embora este só logre impor sua vontade porque, antes disso, já estava hipnotizado pelas ideias da qual se torna apóstolo. A coletividade sem coesão nem unidade só se torna multidão mediante a intervenção dos agitadores, porque “[...] não é o anseio de liberdade, mas o da servidão que domina sempre na alma das multidões” (LE BON, 1922, p. 105).

Quando não são simples agitadores, estes pastores elaboram aquelas ideias para consumo de massas e criam nas almas a fé que move as opiniões: são eles que “tornam os homens escravos absolutos do seu sonho” (LE BON, 1922, p. 103; LE BON, 1923, p. 67). Quando lhes falta este talento, agem de acordo com as circunstâncias, unicamente para explorar uma situação de desespero e provocar a violência contra uma pessoa, grupo ou instituição. Para Le Bon (1922), os povos e a opinião geral, não seus líderes, ditam os rumos da história, mas também é verdade que, senão raramente, sua conduta é espontânea – a liderança é absolutamente necessária e, assim, surge a possibilidade de direcioná-los. “Governar contra a opinião é impossível, mas se pode criá-la”, chega ele a dizer em *Hoje e Amanhã*. A opinião pode ser “orientada”, e este é o papel de seus líderes, que para tanto podem contar com a ajuda “[...] das universidades, dos jornais e demais associações” (LE BON, 1918, p. 136).

Destarte, reconhece o autor que as redações são uma das fontes da grande arte de persuadi-las, esta arte “da qual procedem o domínio dos indivíduos e dos povos e a função das crenças” (LE BON, 1956, p. 158; LE BON, 1923, p. 70). Para ele, o controle das mesmas abriria a quem o conseguisse

“[...] o senhorio de um país”, conferiria a seu proprietário a capacidade de “[...] à vontade, promover a paz e a guerra”. Em certos casos, pode-se atribuir à imprensa o poder de “[...] provocar acontecimentos”. Na França, cita como os financistas atraíram capitais para seus cofres, comprando os jornais, a fim de nos fazer especular com a construção do canal do Panamá. Manipulando publicamente para o noticiário os termos do “[...] famoso telegrama de Emms, Bismarck provocou uma explosão de opiniões que determinou a Guerra [franco-prussiana]” (LE BON, 1956, p. 162). Também “[...] está geralmente reconhecido agora, complementa, que a guerra dos Estados Unidos com a Espanha foi provocada por alguns jornalistas” (LE BON, 1956, p. 155).

Em Psicologia dos novos tempos, Le Bon chega a afirmar que:

Na atualidade, os jornais se tornaram um dos grandes fatores formadores da opinião. O jornal, com efeito, usa todos os meios de persuasão que conhecemos: afirmação, repetição, contágio e prestígio. Por mais independente que seja o leitor, a repetição das mesmas ideias acaba, sem que se perceba, por influenciar e, assim, por modificar as opiniões (LE BON, 1920, p.111).

Noutra parte, o referido autor, contudo, matiza a afirmação, ressaltando que isso, em última instância, não só depende do desejo de servidão das massas, mas também varia de acordo com as suas condições de vida e processo histórico. Os processos de contágio mental do povo alemão são muito mais influentes na sua conduta do que aqueles encontrados entre os ingleses, por exemplo. Os mecanismos institucionais de propagação das crenças e opiniões sempre devem ser levados em conta. “A repetição veemente, no mesmo jornal, de que A é um perfeito velhaco e B um homem honestíssimo” eventualmente pode nos convencer-nos (verificar se o autor escreveu assim mesmo, se for o caso, escrever *sic*) disso, “desde que, bem-entendido, não leiamos muitas vezes outro jornal de opinião contrária, em que os dois qualificativos sejam invertidos”, exemplifica Le Bon (1956, p. 110).

Nesse aspecto, a ressalva é crucial, porque, para ele, desprovida de nexos com a ação dos agitadores, a influência da imprensa, como dito, é muito limitada. “A imprensa não dirige, antes canaliza a opinião: ela serve apenas para condensar, em termos simples, milhares de opiniões fragmentadas que, em sua pequenez, não podem ser formuladas” (LE BON, 1923, p. 70). Na Alemanha e Áustria, os pangermanistas levaram o povo a apoiar o início da grande guerra com o uso da imprensa, mas o fundamental foi a ação dos agitadores. Caporetto foi um desastre militar para os italianos provocado pela agitação antiguerra dos socialistas entre as tropas. Os bares e outros locais

de aglomeração humana têm, no tocante ao contágio das crenças, muito mais força do que os jornais. A literatura escrita trabalha com a opinião, propagando-se preferencialmente pelo raciocínio. As crenças seguem outra dinâmica, baseadas em afetos e sentimentos, em carga e descarga de emoções. A afirmação dogmática e a repetição constante são essenciais para a imprensa fazer surtir algum efeito no leitor, mas só isso não forma uma corrente de opinião. O contágio das ideias ainda precisa encontrar apoio nas emoções, e esse requer a intervenção direta dos agitadores (LE BON, 1922, p. 109).

O contágio por meio do impresso pode ocorrer em massas dispersas, sempre que essas se coloquem “[...] sob a influência de certos acontecimentos que orientam os espíritos no mesmo sentido e lhes incute os caracteres especiais das multidões” (LE BON, 1922, p. 111). O mecanismo, todavia, supõe que as ideias em circulação não se afastem daquelas em que já creem os seus recebedores, sobretudo quando eles estão preparados pelos fatores longínquos. As pessoas, em geral, não sabem se conduzir por conta própria, precisando se submeter a lideranças e guias que só raramente e “[...] insuficientemente, podem ser substituídos por essas publicações periódicas que fabricam opiniões para os leitores e lhes oferecem frases feitas, dispensando-os de toda reflexão” (LE BON, 1922, p. 104).

A Escola de Chicago e a descoberta da comunicação

A revolução democrática promovida pela expansão do capitalismo e as lutas de classe contra a sociedade burguesa suscitaram, entre os setores hegemônicos, o temor pela ascensão das massas como força social em meio às instituições. O processo, por outro lado, também criou, no entanto, seus intelectuais orgânicos, entre os quais merecem menção, neste contexto, os que primeiro viram nos meios técnicos e publicísticos que auxiliaram no seu desenvolvimento um fator de promoção social e progresso da civilização.

Albion Small e Charles Cooley foram pioneiros em propor este tipo de abordagem com o emprego do termo comunicação, retomando, em chave funcionalista, as metáforas organicistas com que Schaflee esboçara sua sociologia, mas também o esforço de reflexão histórico-sistemática sobre os meios de transporte de informações feito por Knies. De acordo com este último, o processo de desenvolvimento dos meios de transporte, especialmente os de transporte de informações (que ele chamava de notícias), deve ser entendido como forma do homem cultivar suas habilidades como ser social, aprimorando suas várias relações com seus semelhantes. Schaflee sofisticou essa perspectiva, chamando a atenção para o fato de que o desenvolvimento

da sociedade, em especial o de sua consciência comum, depende não apenas da contínua criação de símbolos, mas da permanente invenção de veículos capazes de permitirem o relacionamento intelectual entre as pessoas ao envolverem conhecimento, julgamento e decisão (HARDT, 1979, p. 41-131).

Seguindo estas pistas, Small (1894, p. 370) descobriu “[...] a imensa importância dos aparatos sociais de comunicação, cujos serviços na sociedade atuam de forma análoga às formas do sistema nervoso no corpo animal”. A sociedade se estrutura com base no desenvolvimento de órgãos especializados na produção e distribuição de riqueza, tanto quanto naqueles especializados na coordenação e sustentação desses últimos. Entre estes, estão os que “[...] disciplinam e desenvolvem os poderes psíquicos do indivíduo”, os sistemas relacionados com a criação e comunicação de influências psíquicas: conhecimento, sentimentos e vontade, por meio de instituições que vão da família e o estado, até o telégrafo e a imprensa (SMALL, 1894, p. 211).

Small tomou de Schaffle o entendimento de que a comunicação pode ser vista como “o sistema nervoso da sociedade” (SMALL, 1894, p. 215), constitui uma rede que permite o contato psíquico entre suas várias partes. Os circuitos de comunicação funcionam de maneira análoga às fibras nervosas que regem os centros de controle e coordenação do organismo nos animais, mas de maneira psíquica.

Os elementos pessoais do organismo social não se mantêm pelo contato físico por meios materiais, mas por laços psíquicos. Os movimentos na sociedade são ocasionados por impulsos psíquicos. A ação social depende da comunicação de pensamentos através de todo o organismo (SMALL, 1894, p. 261-262).

As comunicações são do ponto de vista do conteúdo, psíquicas, e físicas, do ponto de vista dos meios pelos quais os impulsos psíquicos são transmitidos. O conteúdo é espiritual, a forma é material. As pessoas são células de um organismo, em que os meios servem para preservar a memória e superar as distâncias, sem alterar o princípio de transmissão de impulsos psíquicos, que nascem com a palavra trocada de indivíduo para indivíduo (SMALL, 1894, p. 216-217).

Os aparatos técnicos e agências de comunicação (correios, telégrafo, transportes) servem para materializar e transportar os símbolos dos impulsos psíquicos, formando uma “[...] rede de comunicações” (SMALL, 1894, p. 220) de abrangência cada vez mais ampla, até formar um sistema que, no limite, alcança dimensões planetárias.

Esta estrutura é usada pelos sistemas reguladores de todos os grupos, grandes ou pequenos, da família ao estado. Mas é apenas um meio técnico para se comunicar simbolicamente, e não tem ação ou efeito como influência psíquica (SMALL, 1894, p. 221).

Os sistemas reguladores, com efeito, se caracterizam por desenvolver esta função, agenciando seus conteúdos através de órgãos como: as escolas, igrejas, associações, partidos e repartições do governo. A imprensa apresenta aspectos singulares e nisso tudo se destaca, porque é a agência que trabalha nos planos material e psíquico. Ela coleta ideias, encarna-as em símbolos impressos e os distribui com maior ou menor alcance, enquanto as agências de notícias fazem o mesmo para os jornais (SMALL, 1894, p. 223).

Falando em termos gerais, a sociedade se desenvolve, à medida que a imprensa se converte “[...] no principal meio de comunicação entre uma autoridade e seus seguidores” e, nesse sentido, ela também serve para exercer influência, embora sempre de acordo com um contexto pré-determinado. “Vista como um todo, ela fornece estímulo e direção à atividade social de todo o tipo”, ela “[...] influencia todos aqueles capazes de exercer liderança e, através deles, faz com que sua influência seja sentida até os últimos limites do organismo psíquico [da sociedade]” (SMALL, 1894, p. 326).

Porém, em última instância, “[...] na sociedade, todo indivíduo deve ser pensado como um centro estruturado, do qual se irradia um número maior ou menor de canais psicofísicos” (SMALL, 1894, p. 217), desta forma, não importa o meio, e, apesar da crescente influência da imprensa, segundo o autor, “[...] em geral, cada um, simultaneamente, medeia a comunicação e as modifica, acrescentando-lhe as próprias impressões” (SMALL, 1894, p. 218).

Cooley seguiu as pegadas de Small e, com isso, ajudou a dar feições de escola à Escola de Chicago, de cuja primeira geração pertenceram. Como outros de seu grupo, o autor explorou teoricamente a tese de que “[...] o desenvolvimento da sociedade depende da acurada, rápida e livre comunicação dos impulsos psíquicos através do seu organismo” (COOLEY, 2004, p. 246). Para ele, a comunicação seria bem definida como o “[...] mecanismo através do qual as relações sociais existem e se desenvolvem – todos os símbolos espirituais, mais os meios de fornecê-los através do espaço e preservá-los através do tempo” (COOLEY, 1909, p. 61). Como tal, passa ela, agora, porém, por uma revolução, cuja percepção é absolutamente necessária para entender a era moderna, “porque, assim, ele está criando um novo mundo para nós” (COOLEY, 1909, p. 65).

Desde a Revolução Industrial, os mecanismos de comunicação vêm passando por uma profunda mudança, os quais permitem à sociedade se tornar orgânica em amplas dimensões e, por aí, desenvolver novas formas de sociabilidade. As ferrovias, o telégrafo, o telefone e a imprensa de massas estão permitindo ampliar nosso poder de expressar e receber ideais em termos cada vez mais globais. Os livros e periódicos são os mais importantes, porque veiculam ideias comuns e, assim, são meio de influência recíproca em escala de massas.

[Todos estes meios] tendem a fortalecer e diversificar o fluxo de pensamento e sentimentos, multiplicando as possibilidades de relacionamento social. [...] Eles tornam todas as influências mais rápidas em transmissão e mais gerais em sua incidência. Elas ficam mais acessíveis a grandes distâncias e junto a um maior número de pessoas (COOLEY, 1897, p. 24-25).

As fofocas e trivialidades, por certo, encontram nesse processo uma forma de avanço, mas isso é secundário. Os contatos sociais estão se ampliando no tempo e no espaço, em meio a formações mentais cada vez mais abertas, variadas e bem informadas. As comunicações favorecem o desenvolvimento da inteligência e a extensão de nossas liberdades relativas à tradição, visto que, quatro fatores distinguem seus novos meios técnicos:

Expressividade, ou o raio de ideias e sentimentos que têm competência para transportar. Permanência, ou registro que atravessa o tempo. Rapidez, ou capacidade de vencer o espaço. Difusão, ou acesso a todas as classes de seres humanos (COOLEY [1895], apud CZITROM, 1982, p. 99).

O principal, no entanto, é que, assim, elas promovem a educação em massa, a participação coletiva e, em última instância, a democracia. “Quando as pessoas se informam e discutem, desenvolvem uma vontade e isso, mais cedo ou mais tarde, impacta nas instituições da sociedade” (COOLEY, 1909, p. 70).

A I Guerra Mundial e o papel que nela teve a propaganda contribuíram para colocar esta perspectiva em segundo plano, no cenário intelectual que lhe sucedeu, mas, ainda assim, se manteve seu eco, conforme dá sinal, por exemplo, sua retomada e desenvolvimento por MacDougall. Embora costume ser visto como teórico da psicologia de massas, é numa relativização de suas pretensões, devedoras da I Escola de Chicago, que devemos situar a parte

mais original de sua obra. Para ele, o fato é que, apesar do seu emprego instrumental:

A crescente liberdade de relacionamento através do mundo civilizado, mas também além dele, [proporcionada pelos meios de comunicação], tem sido a principal característica de uma época de progresso e pode ser reconhecida como a condição mais fundamental de tal processo (MACDOUGALL, 1920, p. 406).

Atentando de forma pioneira para particularidades da sociedade moderna, o autor sugeriu que a psicologia de massas, com que se relaciona o emprego propagandístico dos mecanismos de comunicação, fosse um fenômeno secundário em relação ao da formação de grupos sociais com distintos interesses no âmbito do estado nacional. Para ele, as comunicações produzem uma influência mediata e melhor refletida, porque indireta, e, por isso, ajudam a “elevar o nível do processo coletivo mental acima do nível médio da mente [individual]” (MACDOUGALL, 1920, p. 269). Favorecendo o surgimento de lideranças locais menos provincianas, o fenômeno aprimora a elaboração das ideias dos grupos locais e a formação de uma visão mais consciente de sua situação, tanto quanto a dos demais, revelando-se, já neste autor, portanto, um fator fundamental do que, mais tarde, será chamado de pluralismo democrático.

Harold Lasswell e a era da propaganda

Harold Lasswell tem sido visto, com razão, como um dos fundadores do campo da pesquisa científica em comunicação e, erroneamente, como um dos arautos do que nele teria sido o esquema da agulha hipodérmica. Seguindo uma sugestão de John Marshall, o autor puxou, com sucesso, um movimento para converter o estudo da propaganda, do qual havia se tornado especialista, em parte menor de uma tarefa intelectual mais abrangente, que seria a da construção de uma ciência da comunicação. Porém assim o fez como concessão aos que, no meio intelectual, resistiam em converter a propaganda em objeto de um programa de pesquisa e instrumento de ação por parte do governo e das instituições.

De fato, seguiu o autor pregando uma visão linear dos processos de influência simbólica, em que a comunicação pública relevante era pensada como ação instrumental ou prática de propaganda (LASSWELL, 1946). Nessa perspectiva, contudo, sempre tendeu a evitar o raciocínio segundo o

qual podemos deduzir da análise de uma mensagem, sua especialidade, os efeitos na atitude e conduta do seu receptor. “Precisamos de dados distintos, para descrever as intenções e efeitos [das mensagens de uma comunicação]” (LASSWELL, 1941, p. 114). A ciência política revela que, embora seja esta a pretensão da propaganda, na prática “tudo complica a tarefa de manejar os homens em massa” (LASSWELL, 1936, p. 39).

Lasswell teve a atenção atraída para o fenômeno da propaganda como cientista político de coração democrático, mas personalidade conservadora e atitude filosófica fortemente influenciada pelo empirismo, ainda que não fosse obtuso. Tendo obtido formação na Universidade de Chicago, ele manteve em vista a relevância dos símbolos como elemento mediador dos processos sociais, ensinada pelos mestres daquela Escola. Porém, os entendeu dentro de uma perspectiva essencialmente instrumental como meios de propaganda, ainda que, reconhecendo seu caráter expressivo (ou comunicativo).

Antes dele, Robert Park pusera um freio nas reflexões sobre o sentido emancipatório do desenvolvimento da comunicação na sociedade feito pelos pioneiros da Escola de Chicago, observando que a consciência social é determinada por uma vontade geral, oriunda de um mecanismo psicológico de cunho coletivo e irracional. A opinião pública, como juízo resultante de uma deliberação consensual de um coletivo racional, e a conduta de multidão, como expressão irracional de um coletivo simplesmente numérico, são fenômenos residuais no processo histórico. O público e a multidão não são categorias ontológicas que agrupam e separam as pessoas objetivamente, mas formas de interação social, resultantes de certos processos de comunicação excepcionais, que, embora, às vezes, no iluminem e nos ajudem a progredir política e moralmente, noutros casos podem nos tornar destrutivos em relação às obras da civilização.

[A multidão e] o público representam, cada um, apenas uma parte de processos psicofísicos moventes que afetam os grupos sociais. As leis [sociais] se fundam sobre uma tradição sólida, sobre uma substância espiritual. Tais leis não podem ser comparadas com os estados mutantes por que passam os grupos sociais. Chamemos de vontade geral àquela substância espiritual (PARK, 2007, p. 97).

Lasswell encontrou motivos para ser menos otimista com relação ao papel da comunicação na sociedade e a crer no seu impacto sobre os processos formadores dessa vontade durante a I Guerra Mundial. Diferentemente de Park, ele notou e reagiu ao desenvolvimento do fenômeno da propaganda

viabilizado pelo surgimento de novos meios de comunicação. Como tantos outros de sua geração, causou-lhe impacto o fenômeno da criação e emprego racionais de símbolos públicos, via as campanhas de propaganda que teve lugar durante a Guerra. Em seguida, o autor acompanhou a escalada disso tudo promovida pelos movimentos e regimes totalitários, fascistas e comunistas, e pelas corporações privadas de seu país, passando a se questionar sobre a legitimidade e circunstâncias de seu uso na democracia (LASSWELL, 1941), através de sucessivos estudos e monografias.

Partindo dessa experiência, Lasswell se tornou uma referência fundamental para se entender a pré-história do pensamento comunicacional. Primeiro, porque não só foi um dos primeiros a reconhecer cientificamente a propaganda como fato social indisputável criado pelas circunstâncias da vida política na sociedade de massas. Segundo, porque reconheceu a necessidade de ela ser praticada pelas pessoas e organizações, a fim de tentar manter sua influência diante das demais. Os processos políticos são função de uma dinâmica em que, mesmo na democracia, sempre há, de um lado, a elite dirigente e, de outro, a massa dos seguidores. A política é o processo de influência das pessoas uma sobre as outras, quando, quem influencia mais é uma elite, e os outros formam uma massa, eventualmente uma contra-elite (LASSWELL, 1936).

Nas condições modernas de vida, o resultado disso é o inevitável e irrefreável desenvolvimento das ações de propaganda. No passado, os símbolos que intermediavam o pensamento e a ação eram essencialmente regulados por normas e princípios tradicionais, que comandavam as instituições, inclusive a imprensa, de modo mais ou menos estável ou orgânico. Em nosso tempo, ocorre que “as oportunidades para se manipular os símbolos cresceram proporcionalmente com a complicação de nosso meio material provocada pela expansão da tecnologia” (LASSWELL, 1936, p. 10).

Hoje, a tendência são as forças políticas tentarem manipular racionalmente com eles, visando obter a adesão das massas a seus projetos de condução ou liderança da sociedade. O surgimento de uma sociedade de massas, que separa as pessoas, exige, para que elas se ponham em ação coletiva, uma instituição como a propaganda. A propaganda “[...] é o antídoto para este tipo de problema”, porque “[...] agora vivemos em um mundo atomizado, no qual as peculiaridades do indivíduo adquiriram vasta e inédita influência, e isto requer muito mais empenho constante para unificá-lo e coordená-los do que anteriormente” (LASSWELL, 1927, p. 222).

Em resumo, a propaganda poderia ser definida como o esforço de controle das atitudes através da manipulação de símbolos (LASSWELL, 1936,

p. 9) e, por isso, não surpreende que ela tenha se tornado “[...] um dos mais poderosos instrumentos [de influência] do mundo moderno” (LASSWELL, 1927, p. 221). Lendo os textos do autor, fica claro, porém, que, para ele, isso era mero truísmo, pois, cientificamente, a admissão do ponto exige que façamos uma série de relativizações “[...] e se corte ao máximo todas as estimativas extravagantes” (LASSWELL, 1935, p. 220). A proposição não significa o endosso de uma visão mecânica e linear a respeito do seu poder e efeitos da propaganda, mas que seu estudo tem a ver com “[...] quem ganha o que, quando e como, em termos de classe, habilidade, personalidade e atitudes no processo social” (LASSWELL, 1935, p. 27).

Durante a guerra, as forças em luta se convenceram de que a causa militar só seria vitoriosa se o país contasse “[...] com o controle mental de sua população” (LASSWELL, 1935, p. 10). Porém, o cientista político não pode tomar isso pelo valor de face, por mais que, como cidadão, possa pensar da mesma maneira. O reconhecimento da propaganda como manipulação de símbolos visando o controle da opinião e atitude não significa que seja fácil manejar as massas. Saber sua função não implica em determinar-lhe o efeito: o curso “das ações coletivas é sempre função de um contexto total em constante alteração” (LASSWELL, 1936, p. 51).

Lasswell (1936) soube como poucos distinguir suas convicções políticas e ideológicas das suas atitudes como cientista político, que migrou de uma abordagem da ação social, mediada pelos símbolos informada pela psicologia social, para o empirismo inspirado pelo conservadorismo democrático. Para ele e sua escola, convém que se diferenciem dois pontos de vista na prática das ciências sociais. A perspectiva especulativa procura determinar os fatos e suas relações em função de seu significado para o próprio desenvolvimento da investigação. A perspectiva manipulatória visa levantar fatos capazes de fornecer o desenvolvimento dos processos sociais, levando em conta os interesses que lhe deram origem. Os fatos são estudados como meios auxiliares de uma ação social organizada.

Segundo Lasswell (1927, p. 12) “O problema da política social [democrática], por exemplo, é a criação de condições sob as quais o poder pode e de fato age integralmente em relação com os principais valores do conjunto da sociedade”. Para o autor, os fundamentos para esta atitude interessam ao filósofo, mas não ao cientista político. Para este, os símbolos interessam pelo seu significado ou impacto nos processos sociais, e não pela origem e natureza. A comunicação é mais ou menos eficiente, devido a uma série de fatores, que cabe ao cientista social investigar, visando diminuir sua ineficiência (LASSWELL, 1948, p. 62-64).

Lasswell não foi o primeiro a estudar a propaganda com atitude científica, mas foi pioneiro no desenvolvimento dos métodos para estudá-la e na discussão dos problemas que o assunto coloca à investigação. O principal, em relação a ele, é seu mapeamento e sua documentação, embora não falte elaboração reflexiva dos materiais. O tratamento teórico deve ser função da sua análise com intenção sistemática e descritiva de casos. As conclusões mais gerais a que chegou o autor com suas pesquisas podem ser encontradas em *Power e society* (1950).

Surge Tchakotchine, especialista em propaganda e psicologia pavloviana, afirmara, pouco antes de estourar a guerra, que a propaganda havia se tornado ciência que, estudando meios e desenvolvendo técnicas, era capaz de “[...] dominar as massas e guiá-las segundo sua vontade”. As massas agem conforme a vontade dos “engenheiros da alma”, dos “[...] protagonistas que manejam suas reações” (apud REIWALD, 1949, p. 58). Findo o conflito, ele, contudo, precisou seu juízo, observando que, como a propaganda precisa considerar a influência do meio social sobre os efeitos, sua eficiência se aplica aos métodos, “não às reações do público”. Embora o poder da propaganda seja imenso, e seu uso necessário e, eventualmente, legítimo na sociedade moderna, está mais do que provado que “[...] a propaganda isolada, sem qualquer base política, não é suficiente [para se alcançar resultados]” (TCHAKOTCHINE, [1939/1952] 1967, p. 420).

Laswell (1950, p. 113) levou em conta este tipo e argumento e, avaliando os resultados de suas pesquisas, concluiu que a propaganda funciona de acordo com as predisposições do público a quem se destina. Quando ela se mostra o contrário, só tem força se é apoiada por outros fatores e meios de controle social que não ela mesma, o que também ocorre em condições normais. Observando bem, a propaganda não cria a opinião, nem modifica as atitudes, tendendo, ao invés, a reforçá-la, quando visa este objetivo abstratamente. Embora discordasse do entendimento de que “[...] a opinião pública se forma espontaneamente”, o autor endossou abertamente e estendeu ao conjunto da propaganda a tese sobre a relação entre imprensa e sociedade defendida por Robert MacIver:

Os grandes órgãos de opinião, especialmente os grandes jornais, podem explorar os preconceitos populares, mas não põem contrariá-los. Eles são instrumentos caros; seu êxito depende inteiramente do apoio daqueles a quem se dirigem. A opinião estabelecida cria o jornal, em vez de ser por ele criada. A imprensa só pode confirmar e fortificar as correntes de opinião já formadas (MACIVER [1926] 1945, p. 212).

No que concerne à comunicação estratégica, a proposição significa dizer que a propaganda, pode fortalecer e dar um redirecionamento aos movimentos de opinião, eventualmente enfraquecer uma tendência apoiada na experiência, mas não cria um estado de opinião exclusivamente de acordo com a vontade de seus promotores. A “manipulação de símbolos”, sobretudo sob sua forma incitativa e pontual, como agitação, pode até precipitar uma ação, mas não criá-la, porque isso é algo que escapa ao poder da propaganda. “[...] A propaganda não tem como alterar a estrutura de poder, exceto se for em direção para a qual os participantes do processo já estavam predispostos” (MACIVER, 1950, p. 114).

Para o autor, a propaganda pode reforçar e fornecer direção aos movimentos políticos e sociais, mas não os cria, sua função é canalizar tendências pré-existentes. O poder da propaganda é limitado pelo contexto em que ela é proposta. A resposta à propaganda não depende do conteúdo da mensagem, mas antes de tudo ao sistema de valores, caso haja, dos receptores (MACIVER, 1950, p. 114). Pensando na eventual associação de sua obra pioneira sobre a técnica de propaganda com o esquema da agulha hipodérmica, ele, explicitamente, negou, quando da reedição, que ela entendessem a propaganda como “uma força mágica emancipada dos limites de tempo, lugar e figura” (MACIVER, 1950, p. 19).

Os propagandistas e suas audiências são socializados em ambientes políticos que impõem limites à sua percepção e obediência da comunicação estratégica. A propaganda bem sucedida se limita a descarregar as aspirações e descontentamentos do público nos meios simbólicos selecionados pelos seus agentes. Os meios para tanto não são, portanto, de livre escolha e criação, estando sujeitos a símbolos “[...] previamente circunscritos pelos padrões predisposicionais presentes na arena política” e que, assim, “põem limites ao que pode ser feito [por seu intermédio]” (MACIVER, 1927 p. 15).

Em última análise, o estudioso foi, portanto, ambíguo em suas proposições, não sendo possível, por várias vezes, afirmar categoricamente se elas, no tocante ao poder da propaganda, possuíam um sentido político-desejante ou empírico-analítico (MACIVER, 1935, p. 24). O leitor de sua vasta obra não tem como dizer, com certeza, se ela realmente acreditava na capacidade de controlar a conduta pela comunicação, ou apenas pensava que isso era desejável e necessário para manter alguma ordem social, nas nossas atuais circunstâncias. O propósito dos seus textos sobre a propaganda era teorizar sobre a forma como ela “pode ser conduzida com sucesso”, mas seu autor se manteve cético, sempre que se tratava “de asseverar sobre seu poder e efetividade” (GARY, 1999, p. 62).

Considerações Finais

Durante a era liberal, jamais faltaram críticas às mentiras contadas pela imprensa, sempre houve desconfiança em relação aos seus relatos. Ninguém tinha dúvida de que, inúmeras vezes, inclusive, publicava matérias e editoriais em troca do dinheiro provindo da parte por ela interessada. Por outro lado, havia relativo consenso de que era o farol da liberdade civil e, portanto, não deveria ser censurada ou reprimida, para o bem da comunidade (MILL, [1859] 1954, p. 59-118).

Quando o jornalismo, no início do século passado, se converteu em fenômeno de massas, o sentimento do público pensador de cultura, entretanto, começou a mudar, movendo-se para outro patamar. A presença dessa nova realidade e, em seguida, de novos e surpreendentes meios de expressão, como o cinema e o rádio, passaram a despertar um novo tipo de preocupação.

Apareceu, entre os setores sociais estabelecidos, a suspeita de que, se por um lado esses fenômenos representam progressos para a civilização, de outro há um pouco de culpa por parte deles em quase tudo o que vai mal na sociedade. O emprego massivo e sistemático da imprensa e outras tantas técnicas de coerção moral e ideológica durante a guerra, a transformação das mesmas num dos principais fatores para a eclosão e manutenção do conflito só fizeram acirrar este processo, nos dois lados do Atlântico.

Apesar de não ter faltado quem continue vendo no desenvolvimento desses meios uma revolução na comunicação de alcance moral e intelectual altamente positivo para a humanidade, começando pelos primeiros luminares da chamada Escola de Chicago, a circunstância mais acima ajuda a entender porque, até meados do século passado, o enquadramento epistemológico destes meios por parte dos intelectuais e sujeitos interessados foi, sobretudo, instrumental e político, conforme indica o emprego, nesta época, do termo propaganda.

A convicção que, inclusive entre setores pouco intelectualizados da população, estava se impondo era a de que as técnicas e meios de comunicação e expressão podem ser usados para - via a palavra, o som e a imagem, a notícia, a arte e a diversão - fornecer doses de verdade ou não às pessoas, aliená-las ou conscientizá-las a respeito da realidade, enfim manufaturar a opinião pública e a consciência social de acordo com a vontade e a capacidade dos seus controladores.

Como não se trata aqui de abordar esse ponto, nos basta assinalar, para concluir, que a referida convicção não faz mais que exprimir nossa incapacidade de compreendermos que estes meios todos não só são nossas criações, mas,

em essência, se limitam a agenciar os padrões de relacionamento, projetos racionais e fantasias delirantes que, na presente época, nos determinam. Em função desta circunstância, ocorre hoje que inclusive nos desejam fazer crer que não somos senão um efeito dos meios e processos tecnológicos de comunicação. A crença no poder da mídia e que, dentro ou fora do registro da propaganda, ajuda a promover seu desenvolvimento, contudo, precisa ser vista pelo que é mais originariamente: isto é, uma forma de encobrir ou de nos enganarmos a respeito da origem de nossos problemas, do que - eventualmente com a ajuda dela - pode nos dar a capacidade de enfrentá-los e, em suma, do que não é senão o mais próprio da nossa condição: a práxis criadora em condições determinadas.

Referências

COOLEY, Charles. **Social organization**. Nova York: Scribner's, 1909.

_____. The process of social change, [1897]. In. PETERS, J.; SIMONSON, P. (Orgs) **Mass communication and american social thought**. Lanham (MA): Rowman & Littlefield, 2004

CZITROM, Daniel. **Media and the American mind**. Chapel Hill: University of North Carolina, 1982.

EWEN, S. **PR! A social history of spin**. Nova York: Basic Books, 1995.

GAUCHET, Marcel. **La crise du libéralisme: 1880-1914**. Paris: Gallimard, 2007.

HARDT, Hanno. **Social theories of the press**. Beverly Hills: Sage, 1979.

LASSWELL, Harold. **Democracy through public opinion**. Menasha: Bantan, 1941.

_____. Estructura y function de la comunicacion en la sociedad. In MIQUEL DE MORAGAS (Org.). **Sociologia de la comunicacion de masas II**. Barcelona: Gustavo Gilli, 1985.

_____. **Politics: who gets what, when, how**. Nova York: MacGraw-Hill, 1936.

_____. **Power and society**. Yale: Yale University Press, 1950.

_____. **Propaganda technique in world war**. Cambridge: MIT Press, [1927] 1971.

_____. **Propaganda, communication and public opinion**. Princeton University, 1946.

_____. The science of communication and the function of libraries. **College research libraries**, n. 6, p. 387-394, 1943.

_____. The strategy of soviet propaganda. **Proceedings of the Academy of political science**, v. 24, n. 2, p. 66-78, 1951.

_____. The theory of political propaganda. In. LASSWELL, H. **American political science review**. 1927.

LE BON, Gustave. **A opinião e as crenças**. São Paulo: Brasil, [1911] 1956.

_____. **Hier et demain**. Paris: Flammarion, 1918.

_____. **Les incertitudes de l'heure present**. Paris: Flammarion, 1923.

_____. **Psicologie des nouveaux temps**. Paris: Flammarion, 1920.

_____. **Psychologia das multidões**. Rio de Janeiro: Garnier, [1895] 1922.

MACDOUGALL, William. **The group mind**. Londres: Putnam's, 1920.

MACIVER, Robert. **O Estado**. São Paulo: Martins Fontes, 1945.

MILL, Stuart. **Sobre la libertad**. Buenos Aires: Aguilar, [1859] 1954.

ORTEGA Y GASSET, J. **La rebelion de las masas**. Madri: Revista de Occidente, [1930] 1956.

PARK, Robert. **Le foule el le public**. Lyon: Parangon, [1904] 2007.

REIWALD, Paul. **De l'esprit des masses**. Neichatel: Delachaux & Niestle, 1949.

SMALL, Albion. **An introduction to the study of society**. Nova York: American Book, 1894.

TCHAKHOTINE, S. **A mistificação das massas pela propaganda política**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, [1939/1952] 1967.



A influência da televisão nos hábitos alimentares de uma população de adolescentes da região norte brasileira

Maria Emilia de Oliveira Pereira Abbud¹
Sebastião de Sousa Almeida²

Resumo: O presente estudo teve como objetivo investigar a influência da televisão nos hábitos alimentares de uma população de adolescentes da região norte brasileira. Foram investigados: a) a importância da comunicação, seu nível de influência, com ênfase principal na publicidade e propaganda veiculadas na televisão; b) a quantidade de propagandas de alimentos veiculados pelas principais redes de canal aberto da televisão brasileira, bem como a qualidade nutricional destes alimentos; c) o conteúdo das propagandas de alimentos, incluindo os apelos emocionais e racionais associados ao produto promovido; d) os hábitos de compra de alimentos e os hábitos alimentares dos adolescentes, relacionando-os à ocorrência de sobrepeso e obesidade. Os dados apresentados no presente estudo concordam com a literatura especializada, que revela que a intensa propaganda de alimentos na televisão pode estar contribuindo com os índices de sobrepeso e obesidade encontrados nos adolescentes.

Palavras-chave: Comunicação. Televisão. Propagandas de Alimentos. Obesidade.

¹ Doutora em Ciências pelo Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras da Universidade de São Paulo, Professora Adjunta do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Amazonas, docente credenciada no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação – PPGCCOM / UFAM, Líder do Grupo de Pesquisa Comunicação Social: Estudos Interdisciplinares. emiliaabbud@hotmail.com

² Doutor em Farmacologia pela Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras da Universidade de São Paulo. Pós-doutorado pela Boston Medical School -USA e Livre-Docente pela Universidade de São Paulo. Professor Titular e Diretor da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo. Professor credenciado do Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras da Universidade de São Paulo. Membro do corpo editorial das revistas *Nutritional Neuroscience (USA)*, *Psychology & Neuroscience (Brasil)* e *Estudos de Psicologia (Natal)*. Líder do Grupo de Pesquisa Nutrição e Comportamento do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). sebasalm@usp.br

Introdução

Segundo os critérios cronológicos propostos pela Organização Mundial de Saúde - OMS (2004), a adolescência é o período da vida que vai dos 10 anos aos 19 anos, 11 meses e 29 dias. De acordo com Eisenstein (2000), configura-se como o período de transição entre a infância e a idade adulta, é permeada por intensas transformações corporais e pelos impulsos dos desenvolvimentos emocional, mental e social.

Na busca por maior autonomia, os adolescentes passam a fazer escolhas que definem seu estilo de vida. Nessa fase valoriza-se de forma extremada a imagem corporal, bem como seu comportamento alimentar, que até então bastante influenciado pela família, passa a receber contribuições do grupo de amigos e da mídia.

Estudos internacionais e nacionais têm mostrado que os adolescentes preferem uma alimentação rápida, tipo fast food, por ser facilitada, composta por alimentos propagados entre eles e por não sair de moda. Outro fator considerado agravante para a saúde do adolescente é a inatividade física, a maioria deles restringe as atividades de esporte e lazer à televisão, ao videogame ou ao computador.

Em discussão o Estudo 1

Há comprovações de que as propagandas de televisão têm influenciado o comportamento alimentar da criança e do adolescente, e que o hábito de assistir à TV está diretamente relacionado à inatividade física, à solicitação, compras e consumo dos alimentos calóricos anunciados nas propagandas comerciais exibidas durante a programação das emissoras de televisão (ALMEIDA; NASCIMENTO; QUAIOTI, 2002; NASCIMENTO, 2007, BORGES et al, 2007). Diante dessa realidade o estudo das propagandas de alimentos veiculadas durante a exibição da programação das emissoras de canal aberto da televisão brasileira torna-se necessário. É preciso identificar como as propagandas estariam influenciando o comportamento alimentar dos adolescentes.

No estudo realizado na cidade de Manaus, foram analisadas gravações das programações transmitidas por três redes de canal aberto, atuantes no Brasil, de segunda-feira a sábado, exibidas durante os três períodos do dia (manhã, tarde e noite), de setembro de 2007 a fevereiro de 2008. Uma composição similar foi estabelecida nos Estados Unidos por Kotz e Story (1994), por Taras e Gage (1995) e no Brasil por Nascimento (2007). Nos Estados Unidos

os pesquisadores analisaram aproximadamente 60 horas de programação televisiva, com o objetivo de investigar se os alimentos anunciados durante a programação infantil atendiam as recomendações nutricionais determinadas pelo Ministério da Agricultura Americano. Os resultados mostraram que grande parte das propagandas de alimentos veiculadas durante os programas infantis refere-se a produtos que não estavam de acordo com as recomendações nutricionais propostas para uma dieta nutricional saudável e equilibrada.

No estado de São Paulo, na cidade de Ribeirão Preto, semelhante estudo foi realizado por Nascimento (2007), sendo analisadas aproximadamente quatrocentas e trinta e duas horas de programação televisiva exibidas de segunda-feira a sexta-feira, e duzentos e dezesseis horas aos sábados. Os dados revelaram algumas características da mídia brasileira tais como a frequência com que os produtos foram anunciados, o período do dia em que foram mais ou menos veiculados e a relação entre os produtos anunciados e os programas que as emissoras estavam transmitindo. Constatou-se que a categoria alimentos apresentou a maior frequência média de veiculação nas emissoras, independente da hora, do público-alvo e da tendência dos programas oferecidos pelas redes de televisão.

A pesquisadora destaca em seu trabalho que 57,8% de todos os produtos anunciados nas emissoras de televisão pertenciam ao grupo representado pelas gorduras, óleos e doces. O segundo maior grupo foi representado pelos pães, cereais, arroz e massas, com 21,2%, seguido pelo grupo dos leites, queijos e iogurtes, com 11,7% e grupo de carnes, ovos e leguminosas, com 9,3. Verificou-se ausência total de veiculação de produtos classificados nos grupos das frutas e vegetais. Os dados obtidos no estudo de Nascimento (2007) justificam nosso interesse, há necessidade de ampliação desse estudo para as demais regiões brasileiras ao constatar a comprometida qualidade dos produtos alimentícios anunciados.

No estudo em questão, realizado na cidade de Manaus, foram analisados quatrocentos e setenta Relatórios de Fiscalização Diária das Emissoras de televisão e um mil setecentos e sessenta e quatro horas de programação televisiva. Os resultados obtidos revelaram como os produtos foram anunciados nas emissoras de televisão, ou seja, com que frequência apareceram, qual o período em que foram mais ou menos veiculados, da mesma forma em que foi possível estabelecer uma relação entre os produtos anunciados e os programas transmitidos pelas redes. Enfim, os resultados revelaram algumas características da televisão brasileira, particularmente no estado do Amazonas.

Os dados da frequência média de propagandas veiculadas ao longo dos

três períodos do dia evidenciaram que a quantidade de produtos veiculados no período da manhã foi menor do que a quantidade dos produtos anunciados no período da tarde, e esta menor do que anunciada no período da noite. A frequência média de veiculação das propagandas, durante os dias da semana, no período da manhã, foi estatisticamente diferente dos demais. Durante o período da manhã foi observada uma programação com maior tempo de duração e uma redução nos intervalos comerciais quando comparado aos demais períodos, tarde e noite. Acredita-se que a audiência televisiva no período da manhã é constituída, de forma significativa, por crianças que ainda não estão em idade escolar ou que frequentam a escola no período da tarde. Diante dessa realidade a função da televisão no período matutino é promover o entretenimento, principalmente a distração da classe infantil.

Verificou-se que o período da tarde, ao caracterizar-se pela transmissão variada de programação para diversificada faixa etária, pareceu-nos despertar uma atenção um pouco maior por parte dos anunciantes nacionais ou regionais. Acredita-se que o período da tarde, além de veicular um maior número de programas infanto-juvenis, tais como: programas de auditório, programas de fofocas sobre o mundo televisivo, exibição de filmes, reprise de novelas, dentre outros, oferece uma programação que contempla também a fase adulta que não trabalha fora de casa, que trabalha em sua residência, trabalha em outros períodos do dia, ou estuda em outros períodos, que já concluiu os estudos e/ou aguarda a possibilidade de ingresso no mercado de trabalho.

No período noturno, constatou-se a veiculação do maior número de propagandas quando se comparam os três períodos. Naturalmente, o público-alvo da programação é o mais heterogêneo, constituído por crianças, jovens, adolescentes, idosos e pessoas que retornam de sua jornada diária e que muitas vezes não tiveram a oportunidade de tomar conhecimento dos fatos que ocorreram nos mais diversos lugares do mundo. Esse telespectador dedica as poucas horas que faltam para encerrar o longo dia, que cada vez começa mais cedo, assistindo à programação televisiva, constituída por telejornais noturnos, novelas, programas de humor, reportagens, musicais, filmes, seriados etc.

Com base no que foi dito, torna-se possível afirmar que a programação diária da televisão tem um público bastante diferenciado ao longo do dia. Ao associarmos as programações (direcionadas a públicos específicos) com a veiculação de propagandas de alimentos, pode-se dizer que em cada período do dia a veiculação dessas propagandas pode ter objetivos específicos relacionados a seus públicos de interesse. Sant'Anna (2002) nos diz que o número de vezes em que um comercial é exibido, ou a frequência e intensidade de inserção dos comerciais de televisão, é estabelecido exclusivamente pelo

planejamento publicitário, precisamente a parte da mídia que obedece às recomendações quanto ao mercado a ser alcançado, veículos de divulgação, apelos a serem empregados, mensagens adequadas para o meio escolhido e verba disponível.

Um outro resultado relevante para este estudo refere-se à classificação das categorias de propagandas veiculadas durante os seis dias da semana, nos três períodos do dia: manhã, tarde e noite. Das dezessete categorias de produtos classificados, os produtos alimentícios obtiveram frequência igual a 7.414, o que representa 7,4% de todas as propagandas veiculadas durante os dias da semana. Percebeu-se, também, que embora as propagandas de alimentos estejam presentes ao longo do dia, a maioria foi divulgada no período da tarde. É preciso lembrar a vigência do horário de verão nas demais regiões, ocasião em que a programação gerada pelas emissoras de televisão na região sudeste foi exibida duas horas mais cedo na cidade de Manaus. Portanto, durante o período da noite, quando a população retornava à sua residência, grande parte da programação noturna havia sido exibida duas horas mais cedo. É preciso assinalar que certamente as agências publicitárias e os anunciantes dos produtos alimentícios regionais, conhecedores dessa realidade, podem ter preferido concentrar sua divulgação dos produtos alimentícios no período da tarde.

Ao analisar a frequência média de propagandas de alimentos veiculadas durante os dias da semana, nas três emissoras, observou-se que não existiu diferenças significativas nas frequências de propagandas de alimentícios nas três emissoras.

Um outro dado importante levantado por este estudo está relacionado à qualidade dos produtos alimentícios anunciados. A classificação dos alimentos por grupos nutricionais, proposta neste estudo, revelou que 40,2% de todos os produtos anunciados pertenciam ao grupo dos óleos, gorduras e açúcares e doces, grupo este que aparece no topo da Pirâmide Alimentar Adaptada Brasileira (PHILIPPI et al., 1999), cuja recomendação de consumo diário é de 1 a 2 porções. Esse resultado mostra que a maioria dos produtos anunciados pelas emissoras de televisão na capital amazonense foram aqueles que deveriam fazer parte da dieta diária de um indivíduo em porções reduzidas.

Os dados obtidos revelaram ainda que apenas 12,1% dos alimentos veiculados pelas emissoras de televisão pertenciam ao grupo de hortaliças e frutas, enfatizando-se que as propagandas do grupo de hortaliças e frutas estão contidas nas propagandas de restaurantes que são veiculadas na cidade. Ao mesmo tempo comprovou-se que as emissoras de televisão raramente exibiram propagandas do grupo das leguminosas, com apenas 14,2% das

propagandas comerciais veiculadas no período. No mesmo grupo das leguminosas estão contidos produtos tais como leite, produtos lácteos, carnes e ovos. Esse resultado, bastante preocupante, evidencia que a maioria dos produtos alimentícios anunciados nas três emissoras deveriam fazer parte da dieta diária de um indivíduo de forma bastante restrita. O resultado obtido, evidenciado na pirâmide alimentar construída no presente estudo, revela uma inversão da Pirâmide Alimentar Adaptada, proposta por Philippi et al. (1999).

Os dados apresentados no presente estudo corroboram os resultados encontrados na literatura que comprovam que reduzida parcela das propagandas comerciais veiculadas na televisão incentiva, promove ou divulga o consumo de frutas, verduras e legumes. A maioria das propagandas comerciais de produtos alimentícios anunciados, veiculados na televisão, aqui e lá fora, é composta por produtos que possuem altos teores de gorduras, óleos, açúcares e sal, e que muitas vezes possuem restrito valor nutritivo (BROWN, 1977; COTUGNA, 1986; OGLETREE et al., 1990; KOTZ; STORY, 1994; TARAS; GAGE, 1995; SYLVESTER; ACHTERBERG; WILLIAMS, 1995; MAHAN; ESCOTT-STUMP, 1996; ALMEIDA; NASCIMENTO; QUAIOTI, 2002; OLIVEIRA; CERQUEIRA; OLIVEIRA, 2003; HALPERN, 2003; SILVA; BALABAN; MOTTA, 2005; WILSON; NICHOLLS; THONSON, 2006; NASCIMENTO, 2007; BORGES et al., 2007).

Comprovadamente tais resultados são preocupantes, precisam ser apresentados para que possam encorajar intervenções governamentais na veiculação das propagandas televisivas de produtos alimentícios. Torna-se necessário estabelecer políticas públicas capazes de regulamentar a veiculação da propaganda de alimentos de baixa qualidade nutricional, principalmente a publicidade voltada para crianças e adolescentes. Percebe-se que há muitos interesses envolvidos, os dados aqui discutidos demonstraram a importância que os empresários anunciantes, o mercado publicitário e as emissoras de televisão, dão para as propagandas de produtos alimentícios veiculados durante a programação.

Em discussão o Estudo 2

Trinta alunos da Universidade Federal do Amazonas, de ambos os sexos, com idades entre 18 e 23 anos, participaram como juízes na classificação dos sentimentos explorados (de forma implícita e/ou explícita) pelas propagandas de alimentos veiculadas nas emissoras de televisão e das ideias associadas aos produtos promovidos. Foram excluídos do universo da pesquisa os alunos do curso de comunicação social da Universidade Federal do Amazonas.

Os participantes foram distribuídos em dois grupos: um grupo constituído por quinze universitárias do sexo feminino, e outro grupo por quinze universitários do sexo masculino. Cada grupo julgou o conjunto de quinze propagandas de alimentos previamente selecionadas, coletadas no período descrito e editadas em um DVD vídeo.

Diante dos dados obtidos no Estudo 2, constatou-se que das propagandas de alimentos selecionadas a maioria delas (73,3%) promoveu o *produto em si*. Ao mesmo tempo, foi observado que o restante das propagandas utilizou outras estratégias de marketing para divulgação dos produtos, ou seja, o anunciante associou a propaganda do produto alimentício a promoções, premiações e conquista de brindes. No entendimento de Churchill e Peter (2000, p. 4) marketing, “é o processo de planejar e executar a concepção, estabelecimento de preços, promoção e distribuição de idéias, produtos e serviços a fim de criar trocas que satisfaçam metas individuais e organizacionais”.

Ao proceder à análise descritiva, foi também observado que o grande número de produtos alimentícios anunciados foi indicado para consumo durante o café da manhã e/ou lanche. A totalidade das propagandas alimentícias selecionadas (100%) sugeriu o consumo imediato dos produtos anunciados. Estes dados comprovam que a propaganda comercial brasileira divulga alimentos que podem ser consumidos em qualquer lugar, a qualquer momento do dia. Vale ressaltar que essa é a tendência de produção das indústrias alimentícias nacionais e internacionais, afinal, a propaganda divulga o que as indústrias de alimentos produz, ou seja, o público-consumidor aqui ou do outro lado do mundo dispõe de um tempo cada vez mais reduzido para o preparo de sua alimentação.

Constatou-se que a presença do desenho animado e/ou animação foi um recurso utilizado na maioria das propagandas comerciais divulgadas, enquanto pequena parte apresentou algum tipo de desenho animado e/ou animação ganhando destaque ao longo da propaganda. A utilização de desenhos animados contidos nas peças publicitárias veiculadas nas propagandas certamente precisa de ser regulamentada como acontece em alguns países. Os publicitários há muito identificaram que os desenhos animados e/ou animação fazem parte do cotidiano das crianças e dos adultos remetendo-os ao universo fantasioso infantil (LOYOLA, 2008). Nesse sentido, Laurindo e Leal (2008) ao analisarem a recepção da propaganda televisiva pela criança na segunda infância, estudo realizado com crianças de cinco anos, de classes sociais diferentes, na cidade de Blumenau, mostraram que o universo infantil é formado por uma mistura de imaginação e realidade.

A análise dos dados permitiu verificar que a maior parte das

propagandas selecionadas de produtos alimentícios apresentou a presença principal de um locutor. Foi observada a utilização de locutores (homens e mulheres) que deram um tom diferenciado à propaganda.

A porcentagem de propagandas que utilizou o recurso sonoro musical foi pequena, apenas 40%. Esse fato é surpreendente pois a musicalidade é um recurso bastante explorado pela publicidade. Há muitas décadas os anunciantes já solicitavam das agências publicitárias a criação de jingles musicais para exibição nas propagandas veiculadas em emissoras de rádio e televisão.

Constatou-se que as propagandas, na sua maioria, não veicularam a imagem dos personagens junto com os produtos anunciados, ou seja, a imagem de ambos foi exibida separadamente. Esse é um dado importante, demonstra que a abordagem publicitária renovou-se. Há alguns anos o produto alimentício anunciado era visualizado incessantemente durante a exibição da propaganda, principalmente se houvesse um personagem na cena. A propaganda preocupava-se em mostrar o personagem recomendando ou consumindo o produto, demonstrando satisfação em fazê-lo de forma explícita porque o objetivo principal da propaganda era o convencimento. Os dados confirmam que aproximadamente 53,3% das propagandas não expressaram tal comportamento: os personagens não consumiram o produto alimentício durante as propagandas veiculadas.

Foi possível verificar ainda que o cotidiano tem feito parte das propagandas de alimentos exibidas pelas emissoras. A imagem que tem sido concebida pelas agências publicitárias, em sua maioria, demonstra que o produto ofertado faz parte das necessidades diárias do consumidor. Este é o mote, o contexto real, o cotidiano diário facilitando a identificação do consumidor com a atmosfera criada. De acordo com Carvalho e Santos (2008), a emergência e o desenvolvimento da cultura do consumo têm evidenciado, cada vez mais, a centralidade das trocas simbólicas na vida cotidiana. Nesta forma de execução da mensagem publicitária a situação cotidiana mostra uma ou mais pessoas utilizando o produto em uma situação normal (KOTLER; ARMSTRONG, 1993).

Os sentimentos mais explorados nas propagandas selecionadas de alimentos foram satisfação, prazer e alegria. Constatou-se ainda que na indicação das categorias por grupos, feminino e masculino, os sentimentos explorados pelos dois grupos apresentaram frequências médias iguais somente nas categorias sedução, surpresa, vitalidade, superioridade, competição e amizade/confraternização.

Desse modo, é preciso avaliar que não foi constatada uma associação explícita entre o consumo dos alimentos com os sentimentos explorados nas

mensagens publicitárias. Pode-se, a partir daí, refletir sobre a modernidade proposta nas mensagens publicitárias. Observa-se que a publicidade atual parece não evidenciar de forma ostensiva e evidente os sentimentos explorados nas propagandas.

Foi possível perceber diante dos resultados obtidos que os sentimentos considerados negativos foram praticamente ignorados nas propagandas. Ódio, abandono, inferioridade, angústia, insegurança, medo, desespero e desprezo raramente estiveram presentes nas propagandas veiculadas. Em contrapartida, satisfação, prazer e alegria, sentimentos que o consumo de produtos alimentícios são capazes de promover, estavam presentes na maioria das propagandas. Desse modo, comprovou-se que esses sentimentos, mesmo que não tenham sido demonstrados de forma explícita, clara e objetiva, foram identificados pelos julgadores de ambos os sexos.

Diante do exposto, pode-se afirmar que as propagandas veiculadas de produtos alimentícios utilizaram inúmeras estratégias para persuasão dos consumidores de produtos alimentícios, quer sejam eles do sexo feminino ou masculino, o que pode influenciar o comportamento alimentar da população. Nas criativas mensagens publicitárias veiculadas comprovou-se que os apelos emocionais ou racionais, positivos e negativos, foram associados aos produtos promovidos.

Vestergaard e Schroder (1994) há mais de uma década explicam que a persuasão é inevitável quando a sociedade atinge um estágio em que boa parte dos indivíduos vive acima do nível da subsistência. Mencionam que para Roland Barthes o consumidor pós-moderno tem necessidades cada vez mais fortes de pertencer a associações, de utilizar produtos de consumo como forma de identificar o próprio ego, advertindo que são os anunciantes que se encarregam de suprir essa demanda, com recursos cada vez menos perceptíveis de semantização dos objetos. Acima dos atributos, na percepção de Barthes, as campanhas publicitárias utilizam as paixões e opiniões do consumidor envolvendo-o com argumentos emocionais associados ao produto.

Dessa forma, os produtos consumidos, principalmente os alimentos, deixam de ser necessários ao uso cotidiano para se tornarem objetos realizadores de desejos cada vez mais crescentes. Nesse sentido, a propaganda que circula na sociedade pós-moderna procura transmitir a imagem de que o produto alimentício ofertado está ali para preencher a carência do consumidor, a necessidade que o indivíduo tem de aderir a valores e estilos de vida, de se adequar cada vez mais em um processo de significação. Sob o ponto de vista do anunciante, a carência de uma identidade social, ou seja, de uma identidade não fragmentada pela sociedade, deve se transformar na carência do produto.

Em discussão o Estudo 3

Investigar os hábitos de compra de alimentos e os hábitos alimentares dos adolescentes, relacionando-os à ocorrência de sobrepeso e obesidade foi o objetivo principal desse estudo. Participaram desta fase 94 adolescentes, de ambos os sexos, com faixa etária compreendida entre 14 e 17 anos, matriculados no ensino médio, na sede do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amazonas – IFAM, no ano de 2008.

50 (53,2%) estudantes do sexo masculino e 44 (46,8%) estudantes do sexo feminino constituíram a amostra aleatória estratificada do presente estudo. A participação dos estudantes classificados por sexo, idade, série, demonstrou a composição de uma amostragem probabilística que, embora não tenha sido homogênea, apresentou reduzida variação no percentual resultante para cada categoria.

Foram coletadas medidas de peso (P) e estatura (E) dos alunos participantes para que fosse possível proceder à avaliação antropométrica. Os dados de peso e estatura forneceram subsídios para o cálculo do Índice de Massa Corporal [IMC; $P \text{ (kg)}/E^2 \text{ (m)}$] que num segundo momento classificou o percentil dos estudantes adolescentes, de acordo com o sexo e a idade desses. Salienta-se que os padrões utilizados como referências para o cálculo do IMC foram obtidos a partir do CDC Growth Charts: United States/National Center for Health Statistics (2000), que define: $P < 5$ ® Abaixo do peso; $P 5 \frac{3}{4} < P < 85$ ® Eutróficos; $P 85 \frac{3}{4} < P < 95$ ® Sobrepeso; $P 95$ ® Obesidade.

Por meio do preenchimento do Questionário de Frequência de Consumo Alimentar foi possível conhecer os hábitos alimentares dos adolescentes que constituíram a amostra previamente definida. A partir de uma lista com 61 alimentos, classificados em ordem alfabética, os alunos assinalaram a frequência de consumo assim distribuída: nunca come, come 1 vez por semana ou menos, come 2 a 3 vezes por semana, come 4 a 6 vezes por semana, come uma vez todos os dias e come mais de uma vez por dia. Foi considerado consumo habitual uma frequência maior ou igual a 4 vezes por semana, por mais de 50% da amostra; consumo semanal uma frequência menor a 4 vezes por semana e por mais de 50% da amostra, e nunca consumidos.

Os dados do presente estudo foram analisados em termos de porcentagens, correlação de Pearson, Teste *t* para amostras independentes e Análise de Variância (ANOVA). Foi conduzida complementarmente uma análise *post-hoc* utilizando o Teste de Student Newman-Keuls ($p < 0,05$). Os dados referentes ao Estado Nutricional dos estudantes foram analisados pelo

EpiInfo 2002, por meio do Programa Nutrition. Os cálculos estatísticos foram realizados por meio do programa software Statistica 5.0.

Os adolescentes e a avaliação antropométrica

De acordo com Benseñor e Lotufo (2007), uma das classificações mais utilizadas para a identificação da desnutrição e da obesidade populacional é a medida desenvolvida pelo matemático belga Lambert Adolphe Jacques Quételet (1976-1974), também conhecida como Índice de Quételet. O índice de Quételet é de fácil mensuração, bastante preciso, não exige equipamentos tecnológicos sofisticados e nem exige alta especialização dos profissionais para que seja efetuado. O cálculo do Índice de Massa Corporal - IMC proposto por Quételet é estabelecido a partir do peso, que deve ser aferido em quilogramas (Kg), e da altura que deve ser medida em metros. Para verificação do IMC é necessário dividir o peso pela altura ao quadrado ($IMC = \text{Peso} / \text{Altura}^2$). O resultado permitirá classificar se o indivíduo é magro, normal, tem sobrepeso ou está obeso. Para padronizar as medidas no mundo, e para os países serem capazes de comparar seus dados, a Organização Mundial de Saúde - OMS recomenda a antropometria.

Na amostra estudada na cidade de Manaus verificou-se que não houve diferença significativa entre o IMC médio dos estudantes do sexo feminino e masculino. Comprovou-se também que os diferentes grupos de adolescentes, 14 a 15 anos e 16 a 17 anos não possuem IMC diferentes. Quanto à classificação por percentil, foi diagnosticado que 11,7% apresentaram sobrepeso e 7,4% apresentaram prevalência de obesidade. Efetuada a soma entre os adolescentes com sobrepeso e obesidade verifica-se que 19,1% dos estudantes estão com excesso de peso.

O nível de sobrepeso e obesidade encontrado nos adolescentes da região norte, embora mais baixo que nos países desenvolvidos e mais reduzido que em algumas regiões brasileiras, é considerado elevado. Até bem pouco tempo atrás esses índices seriam registrados apenas nas regiões brasileiras consideradas economicamente mais desenvolvidas (sul, sudeste e centro-oeste) e indicadores mais baixos seriam registrados nas regiões economicamente emergentes (norte e nordeste).

É interessante mencionar o estudo de Pelegrini et al. (2008) que determina a prevalência de sobrepeso e obesidade em escolares brasileiros de acordo com o sexo, idade e região demográfica. Ao discutir os resultados, os autores revelam que a prevalência de sobrepeso em crianças norteamericanas, na faixa etária de 6 a 11 anos e adolescente na faixa etária de 12 a 19 anos,

aumentou de maneira drástica entre os anos 1960 e 1990. Os autores fazem referência a realização de um estudo multicêntrico, proposto por Wang, Monteiro e Popkin, publicado no ano de 2002, na qual foi incluída uma amostra populacional representativa de crianças e adolescentes dos Estados Unidos, Brasil, China e Rússia; e na ocasião já era observada uma tendência de aumento de obesidade. Ao reportarem-se à realidade de nosso país, os autores mostraram que a desnutrição diminuía entre 1974 e 1997, enquanto o excesso de peso triplicara no mesmo período.

Ao mesmo tempo em que se constata o rápido declínio da ocorrência de desnutrição em crianças e adultos, verifica-se um acelerado aumento de sobrepeso e obesidade na população brasileira. De acordo com Batista Filho e Rissin (2003), a projeção dos resultados de estudos que têm sido realizados nas três últimas décadas é indicadora de um comportamento epidêmico do problema. Na visão destes autores está estabelecido um antagonismo de tendências temporais entre desnutrição e obesidade.

É evidente que as diferenças geográficas expressem as diferenciações sociais na distribuição da obesidade nas regiões brasileiras. Inicialmente, acreditava-se na maior prevalência de sobrepeso e obesidade nas regiões mais ricas, uma condição percebida como discriminante dos cenários epidemiológicos existente nas regiões nordeste e sudeste. No entanto, é percebida a ocorrência da obesidade nos estratos de renda mais baixa, um comportamento ascendente que tem sido evidenciado em curto espaço de tempo (BATISTA FILHO; RISSIN, 2003).

Alguns estudos nos permitem compreender que o excesso de peso registrado nas regiões brasileiras, particularmente na região norte, está atrelado as mudanças provocadas pelo mundo globalizado. O estilo de vida dessas populações, com toda certeza, não é mais o mesmo de algumas décadas passadas, o desenvolvimento pode ter demorado a chegar à região norte, no entanto, quando ocorreu, se deu de forma intensa e acelerada.

A mudança no estilo de vida pode ser comprovada quando se buscou associar o IMC dos adolescentes com o hábito de assistir à televisão. Comprovou-se que entre os estudantes do sexo masculino foi encontrada diferença significativa entre o IMC médio e horas assistindo televisão por dia. Mesmo resultado apresentado por Nascimento (2007) com as crianças e adolescentes de Ribeirão Preto, por Fin e Marchese (2009) com adolescentes de Londrina, quando se comprovou que as meninas tinham uma baixa frequência de atividade física e grande disposição para gastar mais de 4 horas com televisão e computador. Observou-se, também, que entre os meninos que apresentaram sobrepeso havia uma porcentagem significativa de elevado

número de horas dedicadas à assistir televisão e a utilizar computador.

Borges et al. (2007), ao determinar a prevalência de sobrepeso e obesidade e avaliar o tempo de permanência em frente à TV dos escolares de 6 a 11 anos, da rede pública de ensino de Ponta Grossa – PR. O estudo demonstrou que 37,5% das crianças obesas dedicaram de 2 a 3 horas/dia semanais a assistir à televisão. Os resultados indicaram a existência de uma associação entre o tempo dedicado à TV e a prevalência de sobrepeso e obesidade. Formentin et al. (2008) avaliaram o estado nutricional, maturação e nível de atividade física e correlacionaram o IMC, percentual de gordura e horas assistindo à televisão em escolares de 10 a 15 anos da rede pública e privada de Porto Alegre. Concluiu-se que, independente do tipo da escola, a maioria dos escolares é considerada fisicamente inativa, apresentando um percentual de sobrepeso e obesidade de risco e médias altas de horas que assistem à televisão.

Foi possível observar que alguns estudos mostram que as meninas têm diferenciada reação comportamental frente à influência exercida pela televisão em relação aos produtos alimentícios anunciados nas propagandas comerciais e em relação à prática de atividades sedentárias (FONSECA; SICHIERI; VEIGA, 1998). As meninas têm maior preocupação com a silhueta, com a aparência física, optam pela adoção de dietas e omitem refeições para não obterem ganho de peso.

A análise dos dados obtidos no presente estudo mostra que as mães foram consideradas as principais responsáveis pela compra dos produtos alimentícios consumidos pelas famílias dos estudantes adolescentes. Muitos trabalhos enfatizam que a mãe é a figura principal na dinâmica alimentar da família, cabendo a ela a seleção e a compra dos alimentos, a confecção e o fornecimento das refeições (COBELO, 2004; GOLAN; CROW, 2004; MAY et al., 2006).

Quanto aos fatores relacionados ao planejamento de compras e ao consumo dos adolescentes de Manaus foi possível verificar que os estudantes planejam o que vão comprar para sua alimentação antecipadamente. Acredita-se que, embora o estudo proposto na cidade de Manaus tenha se efetuado com adolescentes, certamente um público mais impulsivo, estes precisem inicialmente controlar a vontade de consumo supérfluo porque não possui uma atividade remunerada capaz de financiar a ousadia e, também, por conhecer sua realidade econômica familiar. Uma atitude de consumo impulsivo do adolescente, com toda certeza, poderia comprometer o orçamento familiar.

À correlação estabelecida entre planejar o que vai comprar ou pedir e os fatores que poderiam influenciar a decisão dos estudantes na compra de

alimentos, associou-se de forma positiva ao sabor, ao preço, às características nutricionais e ao que visto em comerciais de televisão. Os dados demonstram que no planejamento das compras os adolescentes inicialmente consideram o sabor do alimento, posteriormente o preço, seguido das características nutricionais e, finalmente, observam se viram sua divulgação publicitária na televisão.

Contrariando as afirmações que assinalam a impulsividade como uma das características principais dessa fase de desenvolvimento do indivíduo, os dados coletados mostram que os adolescentes indicaram o sabor como primeira alternativa, mas em seguida vem a razão, ou seja, o preço dos alimentos. Para complementar esta discussão é preciso lembrar Furnham e Gunther (2001) ao afirmarem que apesar dos gostos semelhantes numa mesma faixa etária, o fator social pode afetar os hábitos de consumo. O autor salienta em seu estudo que a aprendizagem de consumo de uma criança de família de baixa renda é diferenciada das crianças de famílias mais favorecidas, porque na maioria das vezes não podem consumir como as famílias de classes sociais mais elevadas. O estudo realizado em Manaus corrobora tal afirmação, com o preço dos alimentos aparecendo como um dos principais indicadores de consumo.

Os dados obtidos evidenciaram uma correlação positiva entre o IMC dos adolescentes e a tomada de decisão de compra de alimentos, verificando-se uma correlação positiva nas categorias características nutricionais e nos alimentos que viu na televisão. Foi possível compreender também que não houve correlação significativa entre o IMC dos adolescentes e fatores relacionados ao planejamento de compras e consumo de alimentos. Para discutir esses dados é preciso reportar-nos ao conceito de Canclini (2001, p. 77) no qual “consumo é o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e o uso dos produtos”. Diante de tal afirmação, não é possível ignorar as implicações relativas à renda per capita das famílias pesquisadas. De acordo com Estima, Philippi e Alvarenga (2009), o acesso aos alimentos e a disponibilidade dos mesmos nas residências dependem de alguns fatores como renda familiar, escolaridade do chefe da família e até mesmo dos outros membros da família.

Dada a indiscutível importância dos fatores determinantes de consumo alimentar expostos pelas autoras acima citadas (ESTIMA; PHILIPPI; ALVARENGA, 2009), é preciso destacar o resultado encontrado com relação à compra de produtos alimentícios recém - lançados no mercado. Acredita-se que exista curiosidade em relação a esses produtos, frequentemente divulgados pela mídia; no entanto, mais uma vez é necessário enfatizar as limitações provenientes do fator econômico, determinante para o comportamento de

consumo dos adolescentes.

Cabe mencionar o trabalho apresentado por Batalha, Luchese e Lambert (2005), citado por Jomori, Proença e Calvo (2008) ao destacar que o preço dos produtos alimentícios é considerado caro pela maioria dos consumidores de diferentes níveis de renda. Dentro desta perspectiva, as variáveis de preço e renda certamente exercem influência nas decisões de compra, no entanto não podem ser consideradas como variáveis isoladas quando se pretende interpretar o comportamento do consumidor (JOMORI; PROENÇA; CALVO, 2008).

Os dados aqui apresentados demonstraram que apesar de raramente os adolescentes adquirirem produtos recém-lançados no mercado consumidor, a compra desses esteve associada de forma efetiva à indicação de amigos. Nesse sentido, é importante retomar as afirmações iniciais deste texto relativas à adolescência. Alguns trabalhos mostram que apesar da família ser o primeiro grupo de referência para os adolescentes quando se trata de alimentação, os amigos exercem papel decisivo na consolidação do hábito alimentar (RUFFO, 1997; MAESTRO, 2002). Os adolescentes precisam ser aceitos nos grupos sociais e podem adotar hábitos alimentares inadequados para que se sintam integrantes da mesma “tribo”. Esta é uma constatação presente em muitos estudos.

No presente estudo comprovou-se que houve correlação significativa entre o IMC dos adolescentes e o comportamento de compra de novos alimentos e os fatores a ele associados para as categorias indicação de amigos, degustação e viu na televisão. Verifica-se que o Índice de Massa Corporal dos adolescentes pode ter sofrido influência destes fatores, fato compreensível diante das considerações mencionadas no decorrer do presente trabalho.

Ao se apresentarem os dados sobre o comportamento dos estudantes em relação à compra de produtos industrializados, verificou-se que 59% dos adolescentes compraram mais de 20% de produtos industrializados, prontos para consumo e próprios para lanches e refeições. Ao proceder à correlação entre o IMC dos adolescentes e a decisão de compra de produtos industrializados, o resultado comprovou a existência de uma correlação positiva significativa. Comprovadamente, expressiva parcela dos adolescentes alimenta-se de produtos semi-prontos e industrializados.

É interessante destacar que a totalidade dos adolescentes permanecia período integral na instituição de ensino, frequentava aulas nos dois períodos, manhã e tarde, praticava atividades esportivas duas vezes por semana e alguns faziam parte das equipes esportivas competitivas do colégio. Diante disso, a totalidade dos participantes realizava a maior parte das refeições no ambiente

escolar (cantina) ou nos locais próximos onde são comercializados alimentos prontos e industrializados. Acredita-se que a rotina diária dos estudantes possa justificar a existência de uma correlação positiva significativa entre o IMC e as decisões de compra de produtos industrializados.

Questionário de Avaliação de Consumo

Sabe-se das limitações existentes entre os diversos métodos de obtenção de informações sobre o consumo de alimentos em participantes dos mais diferenciados estudos. Trabalhos mostram que existe uma dúvida se alguns dos métodos que têm sido amplamente utilizados poderiam ser considerados padrão-ouro em termos de validade, uma vez que cada um tem apresentado suas vantagens e desvantagens (MARCONDELLI; MARAGON; SCHMITZ, 2004). Dentre muitos indicadores apontados na literatura o Questionário de Frequência de Consumo Alimentar foi selecionado para este estudo. A escolha do método justifica-se diante da exposição de suas características para aplicação, dentre elas, a possibilidade de obtenção de informações detalhadas de alimentos específicos, além de ser de rápida administração e de baixo custo.

Os dados relativos à frequência do consumo alimentar dos adolescentes, que constituíram a amostra na cidade de Manaus, apontaram como alimentos habitualmente consumidos (≥ 4 vezes por semana e por mais de 70% dos alunos), arroz, pães, leite e açúcar. Foram também considerados de consumo habitual o feijão, a carne bovina, o refrigerante, a margarina ou manteiga, a água e o café. Embora as últimas pesquisas do orçamento Familiar - POF tenham relatado o sistemático abandono do tradicional e saudável hábito de consumir arroz e feijão, esse resultado não foi confirmado no presente estudo. O arroz, um carboidrato, manteve sua posição prioritária, e o feijão, alimento rico em proteína, também foi considerado de consumo habitual pelos estudantes. É preciso destacar que o consumo desses alimentos pelos adolescentes pode ser um recurso utilizado para garantir a reposição energética e protéica própria da adolescência.

Muitos autores têm destacado a carência de produtos lácteos na alimentação dos adolescentes nesse estágio da vida. Têm enfatizado que o iogurte e o queijo não fazem parte da dieta diária da maioria dos adolescentes (GAMBARDELA, 1995; GAMBARDELA, FRUTUOSO; FRANCH, 1999). Alertam também para o não cumprimento da recomendação relativa a utilização de produtos lácteos para a população brasileira, o equivalente a três porções diárias, portanto, 800g de cálcio (ANDRADE; PEREIRA; SICHIERI, 2003). O resultado obtido no presente estudo contraria esta afirmação, mostra

um consumo frequente de leite por parte dos adolescentes de Manaus, dado bastante importante, pois o leite é uma fonte de cálcio importante para a adolescência.

Vale ressaltar que dentre os alimentos consumidos semanalmente por mais de 50% dos adolescentes estão as bolachas doces, a batata-frita, as bolachas salgadas, o bolo, o macarrão, o pão de queijo, a pipoca e a lasanha, alimentos que pertencem aos Grupos dos Cereais, Pães, Tubérculos e Raízes. Pertencentes ao Grupo de Frutas são indicadas as frutas e os sucos artificiais. Do Grupo de Carne e Ovos foram indicados o frango, os ovos, a linguiça e os embutidos, a maionese e o peixe. Do Grupo do Leite e Produtos Lácteos tem presença marcante o iogurte e o queijo. Do Grupo de Açúcares e Doces o único alimento que figura de forma tímida é o mel. Do Grupo Outros aparecem indicados pelos adolescentes, sanduíche natural, catchup, esfiha, sopa, coxinha, pastel e pizza.

Destaca-se ainda que o Grupo de Hortaliças, Verduras e Legumes não conseguiu indicação de pelo menos metade dos adolescentes, sem falar que dentre os alimentos nunca consumidos na amostra estão o grão de bico, a lentilha e a soja, pertencentes ao Grupo de Leguminosas. É importante salientar que os alimentos foram classificados de acordo com os Grupos da Pirâmide Alimentar Adaptada (PHILIPPI et al,1999).

Dentre os alimentos indicados como habitualmente consumidos (≥ 4 vezes por semana e por mais de 70% dos alunos) estão arroz, feijão, pão e leite. Os alimentos semanalmente consumidos, apontados pela amostra, foram carne bovina, verduras, açúcar, margarina ou manteiga, achocolatado em pó e água. Verificou-se que o açúcar é eleito, num primeiro momento, como um dos principais alimentos utilizados pelos adolescentes. O refrigerante faz parte do consumo habitual e as verduras não foram indicadas por significativa parcela da população na região norte.

O resultado do presente estudo indica que os adolescentes têm uma dieta alimentar que não pode ser considerada completamente saudável, sabendo-se que o açúcar ocupou lugar de destaque na alimentação dos adolescentes, tal qual em grande parte dos estudos realizados com essa população. Os estudos demonstram que o índice de sobrepeso e obesidade encontrado, embora não seja alarmante, se considerados os índices dos países desenvolvidos, merece atenção por parte do poder público do Amazonas.

Não podemos deixar de mencionar o declínio da desnutrição na região norte e o momento de transição nutricional que tem sido evidenciado nos estudos citados. Comprovadamente a tendência ascendente de proporção de calorias lipídicas na dieta dos adolescentes na região norte, associada à

reduzida atividade física, comum nessa fase do desenvolvimento humano, e a influência da mídia são fatores que não podem ser ignorados, constituindo-se elementos determinantes para os índices de sobrepeso e obesidade encontrados.

Considerações Finais

Os resultados apresentados no presente estudo sugerem que a propaganda de alimentos, veiculada nas emissoras de televisão da região norte brasileira, pode favorecer o aumento de peso e obesidade da população adolescente. Diante da vasta gama de propaganda de alimentos, da frequência e intensidade de inserção das propagandas comerciais de televisão, torna-se necessária a elaboração de uma regulamentação específica sobre a publicidade em torno dos alimentos divulgados na televisão.

Ao Estado cabe a concepção das resoluções normativas e a fiscalização com aplicação de medidas capazes de corrigir e punir quando houver necessidade. Aos profissionais da saúde e educadores cabe a orientação quanto à qualidade e a quantidade de alimentos ingeridos. Aos profissionais da comunicação, responsáveis pela produção e divulgação das propagandas que circulam nas emissoras de televisão, cabe o compromisso ético com o acesso à informação e à veracidade dos fatos. Aos pesquisadores, cabe a continuidade dos estudos sobre a influência da televisão nos hábitos alimentares dos adolescentes nas diversas regiões deste imenso país.

Referências

ALMEIDA, S. S.; NASCIMENTO, P. C. B. D.; QUAIOTI, T. C. B. Quantidade e qualidade de produtos alimentícios anunciados na televisão brasileira. **Revista de Saúde Pública**, São Paulo, v. 36, n. 3, p. 353-355, 2002.

ANDRADE, R. G.; PEREIRA, R. A.; SICHIERI, R. Consumo alimentar de adolescentes com e sem sobrepeso do Município do Rio de Janeiro. **Cadernos de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 5, p. 1485-95, 2003. Disponível em: <<http://www.ensp.fiocruz.br/csp/pes.html>>. Acesso em: 26 jan. 2009.

BATISTA FILHO, M.; RISSIN, A. A transição nutricional no Brasil: tendências regionais e temporais. **Cadernos de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 19, p. S181-S191, 2003. Suplemento 1.

BENSENÕR I.; LOTUFO, P. **HowStuffWorks**: como funcionam a obesidade

e a desnutrição no Brasil. 2007. Disponível em: <<http://saude.hsw.uol.com.br/obesidade-e-desnutricao1.htm>>. Acesso em: 25 mar. 2010.

BORGES, C. R.; KÖHLER, M. L. K.; LEITE, M. L.; SILVA, A. B. F.; CAMARGO, A. T. C.; KANUNFRE, C. C. Influência da televisão na prevalência de obesidade infantil em Ponta Grossa, Paraná. **Ciência Cuidado e Saúde**, Maringá, v. 6, n. 3, p. 305-311, 2007.

BROWN, J. Graduate students examine TV ads por food. **Journal of Nutrition Education**, New York, v. 9, n. 3, p. 120-122, 1977.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

CARVALHO, C. S.; SANTOS, G. F. C. Publicidade e consumo: a felicidade sob novos signos. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO -INTERCOM, 31., 2008, Natal. **Anais ...** São Paulo: INTERCOM, 2008. Disponível em:< [tpp://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/.../R3-0808-1](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/.../R3-0808-1)>. Acesso em: 15 maio 2009.

CHURCHILL, J. R.; PETER, P. **Marketing**: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2000.

COBELO, A. W. O papel da família no comportamento alimentar e nos transtornos alimentares. In: PHILIPPI, S. T.; ALVARENGA, M. (Eds.). **Transtornos Alimentares**: uma visão nutricional. São Paulo: Manole, 2004. 119p.

COTUGNA, N. TV ads Saturday morning children's eating. Implications for public policy. **Nutrition Reviews**, v. 44, n. 1, p. 9, 1986.

EISENSTEIN, E. Nutrição na adolescência. **Jornal da Pediatria**, Rio de Janeiro, v. 76, p. S263-274, dez. 2000. Suplemento 3.

ESTIMA, C. de C. P.; PHILIPPI, S. T.; ALVARENGA, M. dos S. Fatores determinantes do consumo alimentar: por que os indivíduos comem o que comem? **Revista Brasileira de Nutrição Clínica**, Porto Alegre, v. 24, n. 4, p. 263-268, 2009.

FIGUEIREDO, I. C. R.; JAIME, P. C.; MONTEIRO, C. A. Monteiro: fatores

associados ao consumo de frutas, legumes e verduras em adultos da cidade de São Paulo. **Revista de Saúde Pública**, São Paulo, v. 42, n. 5, out. 2008.

FIN, C. A.; MARCHESE, M. C. **Conhecer os hábitos alimentares, o estado nutricional e o nível de atividade física para a educação nutricional de adolescentes**. Londrina, 2009. Disponível em: <www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/551-554>. Acesso em: 10 Dez. 2009.

FONSECA, V. M.; SICHIERI, R.; VEIGA, G. V. Fatores associados à obesidade em adolescentes. **Revista de Saúde Pública**, São Paulo, v. 32, n. 6, p. 541-549, 1998.

FORMENTIM, C. M.; FONTOURA, A. S.; DIAS, L.; ALONSO, J. L.; MEYER, F. Perfil nutricional, maturacional e nível de atividade física de crianças e adolescentes do ensino público e privado de Porto Alegre - RS. **Revista de Nutrologia**, v. 1, n. 2, p. 62-67, 2008.

FURNHAM, A.; GUNTHER, B. **As crianças como consumidoras: uma análise psicológica do mercado juvenil**. Lisboa: Instituto Piaget, 2001.

GAMBARDELLA, A. M. D. ; FRUTUOSO, M. F. P.; FRANCH, C. Prática alimentares de adolescentes. **Revista de Nutrição**, Campinas, v.12, n. 1, p. 05-19, 1999.

GAMBARDELLA, A. M. D. **Adolescentes, estudantes de período noturno: como se alimentam e gastam suas energias**. São Paulo, 1995. 81 f. Tese (Doutorado) - Faculdade de Saúde Pública, Universidade de São Paulo, 1995.

GOLAN, M.; CROW, S. Parents are key players in the prevention and treatment of weight-related problems. **Nutrition Reviews**, Washington, v. 62, n. 1, p. 39-50, 2004.

HALPERN, G. **Comerciais veiculados em programação infanto-juvenil de canais abertos de TV e sua relação com a escolha de alimentos em amostra de escolares**. Dissertação (Mestrado) - São Paulo: Universidade Federal de São Paulo, 2003.

JOMORI, M. M.; PROENÇA, R. P. da C.; CALVO, M. C. M. Determinantes de escolha alimentar. **Revista de Nutrição**, Campinas, v. 21, n. 1, p. 63-73, jan./fev. 2008.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. Rio de Janeiro: Prentice - Hall do Brasil, 1993.

KOTZ, K.; STORY, M. Food advertisements during children's Saturday morning television programming: are they consistent with dietary recommendations? **Journal of the American Dietetic Association**, Chicago, v. 94, n.11, 1994.

LAURINDO, R.; LEAL, A. A recepção da publicidade na TV entre crianças de cinco anos. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 5, n. 13, p. 139-157, jul. 2008.

LOYOLA, V. D. O consumidor na infância: as faces do consumo infantil. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM, 31., 2008, Natal. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2008. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/.../R3-0966-1>>. Acesso em: 18 Abr. 2009.

MAESTRO, V. **Padrão alimentar e estado nutricional**: caracterização de escolares de município paulista. 2002. Dissertação (Mestrado)- Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, Universidade de São Paulo, Piracicaba, 2002.

MAHAN, K. L.; ESCOTT-STUMP, S. **Krause's food, nutrition e diet therapy**. Philadelphia: W. B. Saunders Company, 1996.

MARCONDELLI, P.; MARAGON, A. F., SCHMITZ, B. de A. S. Revisão de literatura sobre alimentação e saúde. **Univ. Ci. Saúde**, Brasília, v. 2, n. 1, p. 1-151, jan./jun. 2004.

MAY, A. L.; KIM J. Y.; McHALE, S. M.; CROUTER A. Parent-adolescent relationships and the development of weight concerns from early to late adolescence. **International Journal of Eating Disorders**, Hoboken, v. 39, n. 8, p. 729-40, 2006.

MULLER, R. C. L. Obesidade na adolescência. **Pediatria Moderna**, São Paulo, v. 37, p. 45-48, 2001. Edição Especial.

NASCIMENTO, P. C. B. D. N. **A influência da televisão nos hábitos alimentares de crianças e adolescentes**. 2007. Tese (Doutorado) - Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto, 2007.

OGLETREE, S.M.; WILLIAMS, S.W.; RAFFELD, P.; MASON, B.; FRICKER, K. Female attractiveness and eating disorders: do children's television commercials play a role? **Sex Roles**, New York, v. 22, p.791-797, 1990.

OLIVEIRA, A. M. A.; CERQUEIRA, E. M. M.; OLIVEIRA, A. C. Prevalência de sobrepeso e obesidade infantil na cidade de Feira de Santana, BA: detecção na família x diagnóstico clínico. **Journal de Pediatria**, Rio de Janeiro, v. 79, n. 4, p. 325-328, 2003.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. **Obesity**: preventing and managing the global epidemic: Report of a WHO consultation, 2004. Disponível em: <<http://whqlibdoc.who.int/trs/>>. Acesso em: 22 jun. 2007.

PELEGRINI, A.; PETROSKI, E. L.; COQUEIRO, R. da S.; GAYA, A. C. A. Overweight and obesity in brazilian schoolchildren aged 10 to 15 years: data from a Brazilian sports project. **ALAN - Archivos Latinoamericanos de Nutrición**, v. 58, n. 4, p. 343-349, 2008.

PHILIPPI, S. T.; LATTERZA, A. R.; CRUZ, A. T. R.; RIBEIRO, L. C. Pirâmide Alimentar Adaptada: guia para escolha dos alimentos. **Revista da Nutrição**, Campinas, v. 12, n. 1, p. 65-80, jan./abr. 1999.

RUFFO, P. Nutrição na adolescência. **O mundo da saúde**, São Paulo, v. 21, n. 2, p. 86-89, 1997.

SANT'ANNA, A. **Propaganda**: teoria, técnica e prática. São Paulo: Thomson Learning, 2002.

SILVA, G. A. P.; BALABAN, G.; MOTTA, M. E. F. A. Prevalência de sobrepeso e obesidade em crianças e adolescentes de diferentes condições sócio-econômicas. **Revista Brasileira de Saúde Materno Infantil**, v. 5, n.1, p. 53-59, 2005.

SYLVESTER, E. P.; ACHTERBERG, C.; WILLIAMS, J. Childrens television and nutrition: friends or foes? **Nutrition Today**, Philadelphia, v. 30, n. 1, p. 06-14, 1995.

TARAS, H.; GAGE, M. Advertised foods and children's television. **Archives Pediatrics Adolescent Medicine**, Chicago, v. 149, jun. 1995.

VESTERGAAD, T.; SCHRODER, K. **A linguagem da propaganda**. São Paulo: Martins Fontes, 1994.

WILSON, N.; SIGNAL, L.; NICHOLLS, S.; THONSON, G. Marketing fat and sugar to children on New Zealand television. **Preventive Medicine**, New York, v. 42, p. 96-11, 2006.







SEGUNDA PARTE:
TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO
E DA COMUNICAÇÃO





A linguagem na internet: afinidade entre o oral e o escrito

Maria Sandra Campos¹

Resumo: No presente estudo, serão abordados dois estágios da linguagem humana: o oral e o escrito, que encontraram guarida na Internet, em que o usuário, em tempo real, encarrega-se de criar um novo estágio híbrido dinamicamente propício para a comunicação através da tela do computador. Esse novo estágio apresenta características bastante peculiares com o uso de determinados recursos direcionados para a grafia das palavras, recursos esses que fogem às regras de siglificação e abreviação dos vocábulos, estruturas sintáticas e prosódicas não menos peculiares, etc. O referido estudo será sustentado pelo ferramental teórico da Linguística Textual e dos postulados da Sociolinguística Interacionista, sem deixar de apontar as contribuições de nossos gramáticos e linguistas.

Palavras-chave: Oralidade. Escrita. Internet. Comunicação.

Introdução

No decorrer deste estudo será apontada uma maneira simples, prática e econômica de comunicação, consolidada na internet. Essa nova alternativa de interação entre os internautas apresenta-se dinamicamente a exemplo da interlocução oral, além de apropriar-se de características do texto escrito, resultando em um misto de afinidade entre as duas modalidades da linguagem humana. Como afirma Marcuschi (2010), mencionando o trabalho de Araújo (2006), *é possível flagrar as marcas da transmutação do diálogo cotidiano para o chat*. Essa nova forma que os internautas utilizam para a interação vai de encontro aos estudos que propõem que texto falado e texto escrito são estruturalmente distintos. Vem sendo criada uma nova modalidade de expressão escrita, em que vários recursos da modalidade oral são aplicados pelos usuários, dando surgimento a um gênero hipertextual que comunga as duas modalidades, bastante adequado para a situação, com *mesclas de semioses como som-imagem-escrita superpostas na tela do computador*, nas considerações do referido autor.

¹ Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Amazonas.

Conforme descreve Hilgert: “fala e escrita não mais referem tipos de textos dicotomicamente antagônicos, mas sim identificam gêneros de textos configurados por um conjunto de traços que os leva a serem concebidos como textos falados ou escritos em maior ou menor grau”. Essa semiose, aparentemente caótica, exige, evidentemente, do usuário - além de um certo grau de *letramento digital* apontado por Denise Braga (2010) - um ampliado conhecimento linguístico.

É do conhecimento de muitos que falar é uma das modalidades do discurso mais facilitadoras no processo da comunicação, já o ato de escrever, apresenta certas dificuldades de compreensão por parte dos leitores, caracteriza-se mais como um ato solitário, enquanto falar para o outro é de natureza solidária na maioria das vezes.

Na interlocução, usamos estratégias e recursos extralinguísticos, tais como, gestos, expressões faciais, etc., que facilitam a compreensão do que estamos pretendendo dizer. Muitas dessas estratégias, configuradas nos *softwares* dos computadores, já estão sendo usadas pelos interlocutores nesses espaços sociais. Por exemplo, determinadas estruturas frasais, constituições de palavras, reprodução da prosódia, expressões faciais, sinais diacríticos, etc., que, no contexto do diálogo escrito, não poderiam ser aplicadas com tanta naturalidade, tais como, expressões de alegria, de tristeza, etc., são aplicadas na construção dos diálogos, de maneira que os constituem num período de tempo mais exíguo através de *emoticons*, maneiras de siglar as palavras, ou até mesmo de estruturar uma frase.

O respaldo teórico será representado por grandes nomes da Linguística Textual, além da contribuição dos postulados sociolinguísticos interacionistas, no entanto, não nos furtaremos em abordar aspectos no âmbito da fonologia, da sintaxe, do léxico, da transcrição e transcodificação dos segmentos da língua, de ensinamentos que, comumente, são tidos como processos criativos da morfologia, constituindo a siglificação e a abreviação e, por último, da prosódia.

Os exemplos foram retirados do *corpus* constituído a partir de diálogos entre os internautas, instaurados nas salas de bate-papo², mais conhecidas por Chat, e em Par Perfeito (PP)³. Os informantes apresentavam-se como maiores

² São salas virtuais na internet para propiciar que as pessoas do mundo inteiro se comuniquem em tempo real. São selecionadas pela faixa etária, sexo, com capacidade até para 50 pessoas que interagem, on-line, sendo identificadas por apelido (nick). Elaboram e respondem a perguntas para todos os interlocutores, ou ainda podem escolher um indivíduo para teclar reservadamente. O objetivo no Chat é paquerar ou arranjar amizade virtual. Funciona como um correio. Como é ao vivo pela internet, também, é conhecido como correio eletrônico.

³ É a sigla de um programa – Par Perfeito – que propicia “encontros eletrônicos”, cuja finalidade é a paquera, namoro ou amizade. É mais reservado que as salas de bate-papo, pois os “teclantes” têm mais liberdade de “teclar” com aquele par escolhido.

de idade, tanto os do PP, com idade entre 40 e 57 anos, assim como os do bate-papo, com idade entre 18 e 40 anos, além de, segundo cada internauta, possuírem curso de nível superior.

A afinidade entre o oral e o escrito

O homem é um ser capaz de inventar e (re)inventar várias formas de exteriorizar seu pensamento. No primeiro estágio criativo, descobriu que através de gestos, mímicas e sinais podia se comunicar; em seguida, com provas de sua capacidade criativa, a partir da adaptação de órgãos específicos da respiração e da digestão, constitui a complexidade do aparelho fonador. E assim surge a fala. No segundo estágio, após milênios de integração com outro semelhante através da fala, desenvolveu o processo gráfico de todo o *continuum* da fala. No ambiente oral, o processo comunicativo encontra guarida em vários aspectos e traços que contribuem para o entendimento. Entretanto, quando o processo se dá no ambiente escrito, vêm as necessidades de transpor determinados traços da fala para o ambiente da escrita. Para coadunar um ambiente a outro, por convenção, criam-se recursos e estratégias a fim de diminuir os traços característicos entre esses dois estágios.

Com o surgimento de um novo estágio de expressão, que vem sendo intermediado, com sucesso, nas telas do computador, o homem desenvolve inúmeros recursos capazes de substituir, ou pelo menos tentar diminuir ainda mais a distância que existe entre a expressão oral e a escrita. Nas apreciações de Othero (2005, p. 20) “dotar os computadores de capacidade de interação verbal com os humanos é um dos passos fundamentais para que eles se tornem máquinas ‘inteligentes’, acessíveis a todo e qualquer usuário”. De certo modo, essa façanha não deixa de representar a “máquina” inteligente na qual o homem se transformou representada pelos linguistas computacionais⁴.

É notório que essa modalidade de escrita emergencial vem diminuindo a distância entre a oralidade e a escrita. Surge com o propósito de expandir ainda mais a capacidade sociocomunicativa de todos aqueles que se veem envolvidos nas redes. Desta vez, promove-se o diálogo, lançando mão de uma linguagem mista, recheada de traços da escrita e da oralidade.

Antes do advento da máquina, a proeza de promover o diálogo só seria possível, há pouco tempo, com a presença do emissor e receptor ou do escritor e leitor.

⁴ De acordo com Vieira & Lima (apud OTHERO (2005, p. 22),” a linguística computacional pode ser entendida como a ‘área de conhecimento que explora as relações entre linguística e informática, tornando possível a construção de sistemas com capacidade de reconhecer e produzir informação apresentada em linguagem natural’.

No íterim da oralidade, vários artifícios são comungados pelo falante para se fazer entender. O gesto, a mímica, a expressão facial, a prosódia, enfim, são exemplos de estratégias que, além de facilitarem a comunicação, transformam o simples ato de digitação em um processo comunicativo eficaz tal qual o ato de interagir entre os pares, momento em que o processo é interrompido a qualquer momento, caso os atores do processo não atinjam o nível de compreensão esperado.

É visível, no âmbito da escrita, o processo apresentar, muitas das vezes, um grau maior de dificuldade por parte do leitor, o que torna muitas das vezes esta modalidade em um ato solitário. Para representar elementos da oralidade no processo da produção escrita, foram, convencionalmente, criadas estratégias que representassem alguns traços da oralidade, tais como, os sinais diacríticos e notações léxicas. Assim, por exemplo, representar uma expressão de alegria, de tristeza, de raiva, etc., são representados pelo sinal de exclamação (!). Já na tela do computador, essas mesmas expressões podem ser representadas pelos *emoticons*, ou pela caixa alta, ou pelo prolongamento da vogal, ou até mesmo pelo excesso de sinais de exclamação, etc.

Para isso, o usuário vale-se do conhecimento da representação sonora e gráfica para recriar uma forma mais específica de se comunicar, dando a entender que os desafios são mais insignificantes na sua trajetória criativa. No computador, a possibilidade de se fazer comunicar e interagir é real, basta saber dominar determinados comandos programados no computador e, evidentemente, contar com o seu conhecimento linguístico que o diálogo flui.

Nas observações de Scliar-Cabral (2003, p. 26), absorve-se o seguinte:

Foi necessário muito tempo para acumular conhecimentos e tecnologia suficientes e sob a pressão de necessidades socioeconômicas para se descobrir o princípio de que as palavras escritas eram construídas por unidades menores que a sílaba, responsáveis pelas diferenças de significados e de que estas pequenas unidades poderiam ser representadas por signos escritos (a invenção do alfabeto).

Nesse contexto surge a escrita que, uma vez assimilada pelo usuário da língua, passa a ser mais um modo eficaz de comunicação. A aquisição da escrita, conforme afirma a autora, surge por necessidades socioeconômicas que, evidentemente, exige perspicácia linguística para ser representada.

Quanto a isso, J. Vachek (apud SCLIAR-CABRAL, 2003, p. 27) esclarece que:

O sistema de meios gráficos é empregado com o propósito de produzir enunciados escritos aceitáveis numa dada comunidade lingüística. Tais meios incluem não apenas os grafemas (implementados pelas letras), mas também as marcas diacríticas [...] os meios estabelecidos de combinar mutuamente tais grafemas [...].

Mas isso só é possível, quando os responsáveis pela produção reconhecem todos os modos e compreensão do processo lingüístico. Primeiro, o falante reconhece o sistema fonológico de sua língua, o que facilita a plena transcrição dos segmentos. Segundo, o reconhecimento prosódico é fundamental para a descodificação e, conseqüentemente, para a codificação. Estes saberes, na verdade, são as regras fonotáticas e grafotáticas da língua, representado pela ‘consciência fonêmica’ que permite o falante de analisar e refletir sobre a estrutura fonológica de sua língua, através da qual é capaz de identificar, isolar, manipular, combinar e segmentar mentalmente as unidades sonoras que constituem a palavra, bem como evocar palavras com base no fonema inicial. Este nível requer ensino explícito pela introdução de um sistema alfabético e fornecimento de instruções acerca da estrutura da escrita alfabética, de acordo com Lopes (2004, p. 241-243).

Alguns modelos desse estágio emergencial nas redes sociais lembram um período em que a língua passou por uma fase fonética, em que não existia uma norma para a grafia das palavras. Tais registros são datados, mais ou menos, do século XII ao século XV. Muitas das palavras eram escritas de acordo com a articulação fonética do falante. A exemplo disso, temos a palavra (1) *abelia* > abelha, que, por força da norma padrão, foi grafada mais tarde com o dígrafo lh. Segundo Chaves de Melo (apud SCLIAR-CABRAL, 2003, p. 65) “Nossa grafia começou razoavelmente simples e bastante ajeitada à prosódia”, ou seja, em algum momento a língua se limitou, predominantemente, em estágio fonético, em que se representava a grafia das palavras, baseando-se na articulação dos sons.

A correspondência entre elementos sonoros e a escrita no contexto cibernético, em muitos casos, é aplicada com as letras do sistema alfabético. Com base nos dados do *corpus* eletrônico, verificam-se os registros mais recorrentes desse novo código. As palavras são compostas a partir de seus fonemas consonantais apenas, cuja facilidade de entendimento é a possibilidade de leitura desses sons, em que o próprio nome da letra, no caso, /b/ e /l/ garante a constituição da sílaba. Outras vezes, a pronúncia da palavra é garantida somente pela pronúncia do segmento, no caso de kd (kadê) ou vc (você). Neste caso, é como se ao fonema /o/ fosse-lhe atribuída uma variante /e/.

- | | |
|------------------------|------------------|
| (1) blza - /be'leza/ | (ta blza assim?) |
| (2) kd / cd - /k/, /d/ | (kd/cd vc?) |
| (3) d – de | (d onde vc é?) |

Traduzindo respectivamente:

- (1) tá beleza assim?
- (2) cadê você?
- (3) de onde você é?

A possibilidade de processar novas palavras através da siglonimização e da abreviação

O processo para criar novas palavras é um recurso, instituído pela tradição como processo de formação de palavras, que permite, através de regras abstraídas do sistema linguístico, a criação e recriação de palavras novas pelo usuário, cuja finalidade é a ampliação do léxico. Dois desses recursos estão previstos pela siglonimização e pela abreviação. A siglonimização e a abreviação constituem-se em um processo de formação de criação de palavras bastante eficazes. Em muitos dos casos o uso da sigla ou da abreviação substitui por completo a palavra escrita na sua íntegra.

As palavras vão sendo representadas pelos seus segmentos mais expressivos. Por exemplo, para a criação de nomes de partidos políticos, como, PT, PMDB, etc., de instituições públicas e privadas, UFF, UFAM, etc.; para abreviação de nomes de objetos, locais, etc. como em *ap* para *apartamento*, *pneu* para *pneumático*, etc. Muitas das siglas já ganharam *status* de palavras, pois chegam a ser escritas com a mesma característica e flexibilidade de um nome, como em: Fapeam (Fundação de Amparo à Pesquisa do Amazonas), em que obedece ao rigor da formalidade, com a inscrição da primeira letra em maiúscula, ou a noção de pluralidade marcada com o *s*, como em as ADs (Associações Docentes).

Na fala, o uso das siglas ganha proporções a olhos vistos. O tempo que é destinado a cada articulação da palavra por extenso é dispendioso, pois, em vez de articularmos Universidade Federal do Amazonas, economizamos tempo apenas articulando-lhe as consoantes que se destacam na palavra. No mundo moderno, em todos os setores, o processo tomou uma importância representativa, de tal forma que nos faz crer na teoria que ratifica os novos tempos como o século da prensa.

Dessa mesma forma, o uso desses traços linguísticos na internet vem se ratificando. Essa atitude do *internauta* não deve ser interpretada como uma subversão do sistema, pois as siglas estão presentes em todos os processos de interação e gêneros textuais no mundo moderno.

Isso só é possível porque, tanto o emissor quanto o receptor do texto já detêm o conhecimento dos operadores sonoros e gráficos, ou seja, existe na consciência do falante a ideia de língua com sua respectiva norma prescritiva.

Entretanto, curiosamente, o que vem ocorrendo com a siglonimização e abreviação nas redes sociais é a institucionalização de uma nova maneira de se usar tal recurso. Subvertendo a tendência tradicional da língua, o internauta retira todas as vogais da palavra, lançando mão apenas das consoantes para formar as palavras.

Nos exemplos abaixo, verificamos um processo similar de formação de palavras nas salas de bate-papo. É provável que também esteja atrelado ao fator tempo. Nos exemplos que vão de (4) a (12), com exceção de (9), (10) e (11) que apresentam formações atípicas, foram destacadas as consoantes iniciais das sílabas.

(4) rs, rsrcs... - /r/, /z/	(rsrsrsrsrsrs)
(5) td - /t/, /d/	(td bem?)
(6) qts - /k/, /t/, /s/	(qts anos vc tem?)
(7) qd - /k/, /d/	(qd foi q aconteceu?)
(8) msn - /m/, /s/, /n/	(vc tem msn?)
(9) hj- /j/	(como foi seu dia hj?)
(10) pq - /p/, /k/	(pq vc demorou?)
(11) tc - /t/, /k/	(vc tá tc c alguém?)
(12) tb - /t/, /b/	(eu tb kero ir)

Traduzindo respectivamente:

(4) risos	(9) hoje
(5) tudo bem?	(10) porque / por quê?
(6) quantos anos você tem?	(11) teclar, teclando
(7) quando foi que aconteceu?	(12) também
(8) Messenger	

O fenômeno da siglonimização nos diálogos nas redes sociais da internet, somente através das consoantes de cada palavra, garante a integridade nomenclacional da palavra ou da expressão facial. Através dos segmentos que mais

se destacam nas fronteiras de sílabas e de algumas palavras por extenso os interlocutores lançam mão para interagir com seus pares, quando não, podem ser orientados por *scripts* determinados para cada finalidade.

No exemplo (10), aplica-se *pq a* porque e *p q a* por quê? Em (11), *tc* é a sigla do verbo *teclar* na forma infinitiva, mas pode também ser atribuída ao gerúndio *teclando*. No exemplo (9), justifica-se a afinidade entre o oral e o escrito, uma vez que a letra *h* é impronunciável e arbitrário em nosso sistema linguístico.

No âmbito da fonologia, a articulação contínua dos segmentos exige o seu agrupamento em sílabas impondo-lhe um ritmo definido vital ao processamento da textualização. Ambas se encaixam numa representação linear. Por exemplo, na sucessão dos segmentos na cadeia da fala e na superficialidade do texto faz-se com que essas regras não sejam violadas. A sujeição do usuário a elas permite-lhe a garantia da progressão textual que vai desde a distribuição na representação sonora à composição do léxico e à composição de estruturas frasais ou textuais.

Representações sonoras das frases

Na análise de Leonor Scliar-Cabral, a cumplicidade entre os vários interlocutores é fruto “de uma mesma comunidade atribuir os mesmos valores às unidades que estão sendo processadas” (SCLIAR-CABRAL, 2003, p. 29). Portanto, saber agrupar as representações sonoras da língua em frases é a base real para o processo da textualização. É necessário que a “matriz cognitiva” esteja “biopsicologicamente estruturada”.

O diálogo efetivado pela internet, embora apresente características diferenciadas daquele em que os interlocutores se encontram face a face, ainda assim, traz resquícios da prosódia na construção dos sentidos daquele contexto. Nesses programas os usuários têm os seus diálogos, mediados pela máquina, funciona como uma espécie de depositário de todos os recursos linguísticos e extralinguísticos. Todos estes recursos, na tentativa de aproximar o real do virtual, são registrados nos programas para dar *status* dialógico às produções discursivas.

A articulação contínua dos segmentos exige o seu agrupamento em siglas o que lhe confere um ritmo definido. O diálogo é composto por siglas com organização rítmica garantida pelo contexto linear da frase. A leitura que os interlocutores fazem do que produziram é dinâmica e eficaz. Nos exemplos abaixo, temos algumas construções propícias para a ocasião.

- (13) que boooooooooooooooooooooooooooooommmmmmm!!!!!!!TCDF.
 (14) só vc mesmo....MDTR.
 (15) pára com isso!!!!!!!...FXXDTR.
 (16) h – homem (eu sou um h exemplar)
 (17) n, ã, naum – não (n é isso q kero dizer)
 (18) c – com (kero ficar c vc)

Traduzindo respectivamente:

- (13) que bom! Tô chorando de felicidade.
 (14) só você mesmo...tô morrendo de tanto rir!
 (15) pára com isso! Tô fazendo xixi de tanto rir.
 (16) eu sou um homem exemplar.
 (17) não é isso que quero dizer.
 (18) quero ficar com você.

Em (13) o prolongamento da vogal, de caráter prosódico, deixa transparecer uma atitude de satisfação.

À primeira vista, parecem caóticas as construções, no entanto, garantidas pelo contexto, os usuários vão interagindo normalmente na passagem de uma ordem para outra. Segundo as observações de Luiz Antônio Marcuschi,

Há nessa atividade de retextualização um aspecto geralmente ignorado e de uma importância imensa. Pois para dizer de outro modo, em outra modalidade ou em outro gênero o que foi dito ou escrito por alguém, devo inevitavelmente compreender o que foi que esse alguém disse ou quis dizer. Portanto, antes de qualquer atividade de transformação textual, ocorre uma atividade cognitiva denominada compreensão (MARCUSCHI, 2001, p. 47).

Nessa linha, Scliar-Cabral considera, partindo do primeiro momento em que o redator é movido por intenções pragmáticas quaisquer”, além disso, é capaz de selecionar “esquemas mentais e registros linguísticos” adequados a seus propósitos, e, ainda, “há uma fase de planejamento que precede a linearização linguística”, com “inserção de itens lexicais nas casas dos constituintes e respectivos comandos manuais”, dependendo do suporte empregado para escrever. (SCLIAR-CABRAL, 2003).

Todo esforço parece estar voltado para uma variação comunicacional que incorpore os caracteres da modalidade oral que já obedece a certa regra

de construção, portanto, organizada à modalidade escrita que vai receber “interferências mais ou menos acentuadas” daquela, para adequar à situação dialógica e contínua.

A redução na escrita, as formas orais através dos ícones, as onomatopéias, o prolongamento das vogais, os *emoticons*, a entoação, o tom de voz vão se imbricando para a construção dos diálogos.

- (19) faaaaaaaaaaaaaaaaaaala!
- (20) noooooooooooooooooosa!
- (21) ooooooooooooooooooi!
- (22) hahahahahahahah / rarararararararararar
- (23) quaquaquaquaquaqua
- (24) ☺ !!! (quer dizer: Fiquei muito feliz!)

A letra em caixa alta também é um recurso usado por o internauta representar a exaltação dos ânimos, como o grito, ou seu estado emocional, como

- (25) COMO????

Do oral para o escrito

A fala é o resultado de alternância entre os segmentos vocálicos e consonantais, para estabelecer relação de afinidade com a escrita, exige um compromisso do falante, na medida em que realça os contrastes acústico-articulatórios. Sugere os pontos em que o contínuo da fala deve ser registrado. Esse processo é um tanto complexo, mas depende dos domínios fonológicos do falante. Para isso conta com níveis que determinam essa relação.

A linguista francesa Rey-Debove⁵ (apud MARCUSCHI, 2001, p. 50) identifica os quatro níveis dessa relação complexa entre o oral e o escrito, a saber:

a) nível de substância da expressão, em que a ‘materialidade linguística’ corresponde entre ‘letra e som’. Em alguns casos, registramos questões idioletais e dialetais nos textos *ciberespaciais*, uma vez que o resultado da relação não se manifesta unívoca para todos os interlocutores dos programas de bate-papo, conforme exemplos extraídos do *corpus*. No exemplo (17), citado anteriormente, observou-se o registro da variação, como em *n*, *ñ*, *naum*.

⁵ REY-DEBOVE, Josette. À procura da distinção oral / escrito. In: CATACH, Nina (Org). São Paulo: Ática, 1996. p. 75-90.

b) nível da forma da expressão, as relações entre os ‘signos falados’ e os ‘signos escritos’ são distintos. Por exemplo, houve flagrante durante a pesquisa de registros construídos com o dígrafo /gu/ em que o /u/ fora desprezado, como em, *alguém* por *algém*, da mesma forma que se registrou palavra com o grupo /qu/, em *aqui* por *aki*. No primeiro caso, a grafia de alguém garante a representatividade fônica por conta da simbologia no alfabeto fonético, em que /g/ represente /guê/ e /k/, /quê/, enquanto o g diante de /e/ e /i/ é representado pelo fonema /ʒ/. O que se pode constatar através de alguns exemplos, é que a representatividade da oralidade no contexto gráfico ainda não está garantida na sua totalidade pelo sistema fonológico da língua.

c) nível da forma de conteúdo, as ‘unidades significativas orais’ não se realizam como as ‘unidades significativas escritas’, neste nível, acreditamos que seria um caso de variação fonética, para a qual não há registros.

d) nível da substância do conteúdo, as ‘realizações linguísticas’ que se equivalem do ponto de vista pragmático como as reduções das palavras, por exemplo, /’ta/, /’to/, etc.

Essa outra forma de produzir textos, certamente, não veio para substituir essa ou aquela modalidade, mas sim, para representar mais uma forma de dizer. Logicamente com suas especificidades e restrições de uso, fundada na realidade sonora, sistematicamente articulada e significativa, além de contar com aparatos criados pelos programas para tal finalidade. Conforme afirma Marcuschi (2001, p. 25) [...] “temos uma língua articulada e completamente eficiente no processo comunicativo”.

Esse novo estágio da comunicação humana revela a forma criativa do falante de reconfigurar a escrita através do imediatismo da oralidade, cuja finalidade é tornar o papo virtual mais rápido e dinâmico, haja vista a exiguidade do tempo na internet. Para isso, todas as estratégias de comunicação nesse ambiente são da ordem convencional, o que corrobora a velha e eficaz concepção saussureana de que a língua é constituída convencionalmente, através de acordo tácito, estabelecido por seus falantes. Da mesma sorte, a modalidade emergente nas redes sociais não deixa de ser fruto da convenção, instituída pelos seus usuários.

Na análise de Luiz Antônio Marcuschi, temos o seguinte:

Partindo do princípio de que os usos que fundam a língua e não o contrário, defende-se a tese de que falar ou escrever bem não é ser capaz de adequar-se às regras da língua, mas é usar adequadamente a língua para produzir um efeito de sentido pretendido numa dada situação (MARCUSCHI, 2001, p. 09).

Nos exemplos que se seguem, os vários flagrantes da modalidade oral comprovam o que temos argumentado no decorrer das análises:

(26) ker – quer	(pq vc naum ker ir?)
(27) kero – quero	(kero ficar c vc)
(28) tô – forma sincopada de “estou”	(tô aki)
(29) aki – aqui	(tô aki)
(30) perai – espera aí	(perai já volto)
(31) u instante – um instante	(perai u instante)
(32) ce tá – você está	(cê tá bem?)
(33) vc qr tc? – você quer teclar?	(vc qr tc?)

Traduzindo respectivamente:

- (26) por que você não quer ir?
- (27) quero ficar com você.
- (28) tô aqui.
- (29) tô aqui.
- (30) espera aí, já volto.
- (31) um instante.
- (32) você está bem?
- (33) você quer teclar?

Em (26), (27), (29), os falantes revelam seu conhecimento intuitivo quando combinam elementos, descartando outros menos expressivos no contexto fonológico. Nos demais exemplos, a forma sincopada das palavras, embora seja uma concessão lingüística usual em todos os contextos da fala, na escrita ser mais restrita, principalmente, por tratar-se de usuários com grau de escolaridade superior e por serem desconhecidos seus interlocutores.

Considerações finais

Pelos fatos apresentados no decorrer das análises, notou-se a eficiência com que o usuário das redes sociais abstrai as regras de sua língua e as aplica na construção de uma modalidade muito mais peculiar.

Percebeu-se que surge outro estágio da linguagem mais apropriado para aquele contexto e finalidade, capaz de atender o momento da interação virtual com mais eficácia. Não se pode afirmar que o uso dessa modalidade emergente possa desestabilizar a estrutura da língua. Pelo contrário, percebeu-

se que o usuário detém o conhecimento linguístico, colocando-o na condição de falante potente dentro da sua própria língua.

Referências

ALVES, D.; FREITAS, M. J.; COSTA, T. **O conhecimento da Língua: desenvolver a consciência fonológica**. Lisboa: Ministério da Educação, 2007.

BOTELHO, Maria Aparecida P. Soares. **Iniciação à fonética**. 2. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 1992. (Cadernos didáticos UFRJ).

BUIN, Edilaine. **Aquisição da escrita: coerência e coesão**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2003.

CALLOU, Dinah; LEITE, Yone. **Iniciação à fonética e à fonologia**. 7. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

CASTILHO, Ataliba T. de. **A língua falada no ensino de português**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2002.

DIJK, Teun Adrianus van; KOCH, Ingedore (Orgs.). **Cognição, discurso e interação**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2002.

LOPES, F. **O desenvolvimento da consciência fonológica e sua importância para o processo de alfabetização**. Local: Editora, 2004.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Da fala para a escrita: atividades de retextualização**. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2001.

MOTTA, M. Eleonora. **No reino da fala: a linguagem e seus sons**. 3. ed. São Paulo: Ática, 1991.

OTHERO, Gabriel de Ávila. **Linguística computacional: teoria e prática**. São Paulo: Parábola Editorial, 2005.

TEYSSIER, Paul. **História da língua portuguesa**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

SAUSSURE, F. **Curso de lingüística geral**. São Paulo: Cultrix, 1985.

SCLIAR-CABRAL, Leonor. **Princípios do sistema alfabético do português do Brasil**. São Paulo: Contexto, 2003.

ZANOTTO, Normelio. **Estrutura mórfica da língua portuguesa**. 3. ed. Caxias do Sul: EDUCS, 1996.



Mídias sociais: estratégias de comunicação e socialização na educação

Denize Piccolotto Carvalho Levy¹

Resumo: Pretende-se, através deste trabalho, identificar as estratégias eficazes de comunicação e sociabilização das informações disponibilizadas para um programa de formação em sistemas locais de inovação tecnológica com foco na responsabilidade social, bem como apresentar uma discussão do processo que as mídias sociais digitais vêm desenvolvendo junto à educação. Aqui vamos considerar os fatores humanos envolvidos no processo de geração e comunicação da informação, suas potencialidades, a dinâmica dos interesses dos empreendedores, suas condições sociais e a rapidez na geração e comunicação de novas informações. É importante ressaltar que a metodologia utilizada é a qualitativa fundamentada na discussão de autores atuais e atuantes no processo

Palavras-chave: Gestão do conhecimento pessoal. Mídias sociais. Educação.

Introdução

No início deste século aconteceram mudanças fundamentais no sistema de comunicação científica, impulsionadas por outras, também extraordinárias, que tiveram lugar durante os cinco últimos anos do século vinte e que afetaram a produção e distribuição de informação científica. Quer dizer, viveu-se na última década não só a transição da edição e distribuição em suportes impressos a meios digitais, mas também inumeráveis processos (r) evolucionários que este passo permitiu.

De acordo com Castro (2011) a passagem do mundo analógico para o digital mostra que a sociedade ocidental se encontra no estágio da ponte

¹ Denize Piccolotto Carvalho Levy é doutora em Educação pela Universitat de les Illes Balears (2003) e Pós-doutora em Tecnologia Educacional pela Universitat de les Illes Balears (2007). Atualmente é professor Adjunto, Nível IV, da Universidade Federal do Amazonas, ligada ao Departamento de Artes e ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCCOM). Também é líder do Grupo de pesquisa: Estudo e pesquisa em artes e tecnologia interativa e integrante do Grupo de Estudo e Pesquisa em Ciências da Comunicação, Informação, Design e Artes (INTERFACES), e-mail: piccolotto.levy@gmail.com.

no meio do caminho, dividida entre aqueles que ainda não foram incluídos digitalmente e aqueles que utilizam as tecnologias digitais.

A apropriação das tecnologias demonstra a complexidade na transição destes dois mundos, a situação resultante se parece a um vendaval, com mudanças que surgem de todas as partes, e cujos efeitos ainda se desconhecem.

Em vista disto, o presente trabalho trata de uma discussão sobre como estruturar e sequenciar os conteúdos e informações de acordo com um adequado planejamento, visto que, esta é uma das questões chave nos processos de ensino-aprendizagem em entornos virtuais, ou seja, adaptar as características do sujeito interagentes, do entorno, etc.

Para Morin (1991, p.17-19) “[...] à primeira vista, a complexidade (complexus: o que é tecido em conjunto) é um tecido de constituintes heterogêneos inseparavelmente associados: efetivamente o tecido de acontecimentos, ações, interações determinações, acasos, que constituem o nosso mundo fenomenal”.

Portanto, nossa proposta de complexidade é o enfoque transdisciplinar dos fenômenos e a transformação de paradigma, desistindo do reducionismo que tem regulado a investigação científica em todos os campos. Para contrabalancear essa complexidade, os sistemas trabalham com uma clausura operativa, em que as intervenções são acontecimentos que surgem apenas no sistema e não no meio.

Procedimentos de captura de informação

As formas pelas quais as informações chegam até nós demonstram a instabilidade do atual ambiente, já que este tem por característica a dispersividade. Isto demanda ao aluno/interagente maior autoconfiança em suas escolhas, portanto, deve-se estar bastante focado e com a mente bastante aberta para poder entender e apreender o movimento das coisas em sua volta.

A conexão entre o conhecimento e as informações será fornecida pelas fontes, que nada mais são do que as pessoas e as instituições que as disponibilizam, e para podermos contatá-las, diferentes ferramentas digitais serão utilizadas, por exemplo, o *Facebook*, o *Orkut*, *My Space*, o *Twitter*, o *Blog*, o *YouTube*, além de buscadores como *Google*, *Yahoo*, *Alta Vista*, *Lycos*, *Ask*, *Bing*, *Lupa*, etc.

O dilema, no entanto, é saber em quem se pode confiar. Neste caso, a escolha é totalmente pessoal, portanto, temos que aprender a sentir, a reconhecer e a perceber o que realmente é relevante para nós. Também se deve levar em

consideração as questões didático-pedagógicas e os aspectos relacionados à gestão, à organização e ao funcionamento do ensino-aprendizagem.

As decisões tomadas pelo estudante sobre a aprendizagem afetam, segundo Lewis y Spencer (1986), todos os aspectos da aprendizagem:

- Se a aprendizagem vai realizar-se ou não;
- Que aprendizagem (seleção de conteúdo ou destreza);
- Como (métodos, mídia, itinerários);
- Onde aprender (lugar da aprendizagem);
- Quando aprender (começo e fim, ritmo);
- A quem recorrer (tutor, amigos, colegas, professores, etc.);
- Como será a valoração da aprendizagem (e a natureza do *feedback*);
- Aprendizagens posteriores, etc.

Para que o processo seja adequado é necessário passar por algumas fases que serão cumpridas automaticamente durante o processo. O aluno/interagente fará uso dos meios digitais para pesquisa, ou seja, depois de coletar a informação da fonte, a partir da definição de prioridade, ele passará para a próxima fase, que é a de filtrar a informação, assim como fez, ou deveria ter feito anteriormente com as fontes, já que em todo esse manancial de informações existem as que são relevantes e as que não são.

É importante essa noção de filtragem, tanto as automáticas como, por exemplo, *Social Recomender System*² (SRS) que se pode ter na *Amazon*, no *Facebook*, como as manuais, ou seja, as que o próprio investigador faz a partir de sua escolha pessoal.

Após todo esse processo o aluno/interagente passa a categorização da informação, que nada mais é do que a organização ou classificação do conhecimento, fazendo atividades que antes pertenciam a grupos especializados nela, como por exemplo, os bibliotecários. Pode-se dizer então que temos novas atribuições e que isto pertence como nos coloca Levy (2010), ao novo estado da inteligência coletiva.

Logo, a inteligência coletiva na visão deste autor:

É uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma

² Sistemas de filtragem de informação.

mobilização efetiva das competências. [...] a base e o objetivo da inteligência coletiva são o reconhecimento e o enriquecimento mútuos das pessoas, e não o culto de comunidades fetichizadas ou hipostasiadas (LEVY, 2005, p. 28-29).

A expansão de um considerável número de produtores de conhecimento e seus avanços na investigação desde diferentes núcleos institucionais geram ao mesmo tempo uma maior demanda de conhecimento especializado.

É aqui onde as mídias digitais promovem e permitem gerar um sistema de comunicação e informação socialmente distribuído que tende à inclusão e à integração, bem como a facilitação ao acesso as ferramentas utilizadas nas redes sociais digitais.

No entanto, é importante esclarecer que um Ambiente Virtual de Ensino-aprendizagem, é o lugar onde se produz o intercâmbio entre pessoas de diferentes idades, raças e culturas, que a partir da flexibilidade espacial, temporal e de uma pedagogia adequada produzirá indivíduos com maior responsabilidade social, capacidade para resolver situações mutantes e possibilidades de interagir global e multidisciplinarmente.

É importante ressaltar que para Van Dijk (1999-2000) o conceito de interatividade é a tipologia por quatro dimensões acumulativas, a saber: a primeira é a dimensão especial da interatividade, que se refere à comunicação *ponto a ponto*; a segunda refere-se à comunicação não-sincrônica devido ao tempo excessivo entre ação reação e a reação a reação; e a terceira, a dimensão temporal da interação, ou seja, a possibilidade de troca entre emissor e receptor em qualquer lugar ou momento, tendo os dois, igual controle e contribuição para a mensagem. Por último, a dimensão de ação e controle que corresponde à possibilidade de contextualização e de entendimento partilhado, que, de momento, pode ser encontrada apenas na comunicação face a face (SILVEIRA, 2010).

Dessa maneira, considerasse a organização dos atuais processos de ensino-aprendizagem em entornos virtuais como um processo pedagógico inovador que tem como centro o aluno/interagente, que tende a desenvolver a capacidade de aprender e adaptar-se, não só das organizações como dos próprios indivíduos.

Esses ambientes educacionais têm o objetivo de estruturar a linguagem gráfico-visual em termos pedagógicos e tecnológicos de forma que o aluno/interagente possa dispor de um meio interativo, colaborativo e flexível. Ou seja, as instituições de educação devem flexibilizar-se e desenvolver vias de integração das tecnologias nos processos de formação.

Para Salinas (2004), o prestígio e a capacidade de inovação das

instituições, a flexibilidade de seu professorado, a qualidade do conteúdo, o ambiente de comunicação ou a reconstrução dos ambientes de comunicação pessoal são os mais importantes para que o êxito de qualquer projeto aconteça.

Esse é um dos aspectos que se destaca a aprendizagem através das mídias digitais, o que não é novidade, pois esta modalidade de formação já é utilizada há algum tempo, a inovação é a inclusão das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) e das redes sociais digitais no desenvolvimento a partir de um processo planejado, intencional que tenha suas bases na teoria e na reflexão.

À medida que aprovamos os aspectos palpáveis (plataforma, comunicação, materiais, funcionamento da rede) e intangíveis (comunicação pedagógica, lista de professores e gestores), seremos capazes de construir uma alternativa mais próxima para a educação - através de meios digitais e diferente do ensino presencial – pois, segundo (SALINAS, 1999), a educação através da Rede oferece novas possibilidades de aprendizagem aberto e flexível.

Podemos dizer que uma rede social digital é formada por indivíduos, empresas, entidades, etc. que estão conectados entre si pelos mais variados motivos, seja por interesses relacionais, comerciais, em discutir temáticas de interesse comum, ou seja, pelo aprimoramento do conhecimento em uma determinada área do saber, ou seja:

Um conjunto de nós interligados. Um nó é o ponto no qual uma curva se intercepta. O nó a que nos referimos depende do tipo de redes em causa. [...] As redes são estruturas abertas, capazes de se expandir de forma ilimitada, integrando novos nós desde que consigam comunicar dentro da rede, nomeadamente, desde que partilhem os mesmos códigos de comunicação (por exemplo, valores ou objetivos de desempenho). Uma estrutura social, com base em redes, é um sistema altamente dinâmico, aberto, susceptível de inovação e isento de ameaças ao seu equilíbrio (CASTELLS, 2000, p.606).

As redes sociais digitais têm características marcantes, mas que se diferenciam de outro tipo de organização por possuírem uma estrutura flexível e horizontal e também por serem desprovidas de hierarquia e de uma organização rígida. Pode-se dizer, ainda, que uma rede apresenta uma multiplicidade de caminhos por onde a informação pode circular, não oferecendo nenhum obstáculo à sua divulgação.

Caminho este não linear que contribui para que, neste tipo de organização, inexista a figura de um líder. Sendo assim, todos os membros

assumem o papel de sujeitos ativos e autônomos, podendo inclusive inferir no seu modelo organizacional (LISBÔA, 2010).

Portanto, a utilização destas redes na captura de informação é um projeto que implica mudanças metodológicas e novos paradigmas que permitam antes que uma simples forma de investigar, uma construção do conhecimento através da inteligência coletiva, transpondo todas as distâncias e dificuldades.

Para Salinas (2004), uma das principais contribuições das TIC, sobretudo das redes telemáticas, ao campo educativo é que abrem um leque de possibilidades em modalidades formativas que podem situar-se tanto no âmbito da educação a distancia, como no de modalidades de ensino presencial.

O que se tem feito na área e qual a função do professorado

Atualmente, na Universidade Federal do Amazonas através do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCCOM), desenvolvemos alguns trabalhos de pesquisa, que buscam tornar claro o uso de ferramentas como o *Twitter*, o *Blog*, o *Facebook*, entre outras.

Em trabalhos como: “A complexidade e o capital social no perfil da Fundação Amazonas Sustentável (FAS) no *twitter*”, “Redes sociais digitais: a contribuição da comunicação midiática na construção da imagem institucional através do *twitter*”, “A mídia digital no processo criativo do artista Turenko Beça”, por exemplo, ou “os *blogs* como instrumento de interlocução entre cidadãos e políticos no Amazonas”, se podem observar a dinâmica das estratégias comunicacionais utilizadas na captura e disseminação do conhecimento nas mais diferentes áreas.

Ao analisarmos os estudos referentes à Blogosfera, verificamos que o número deles dobra a cada seis meses e meio. Portanto, essa ferramenta ampliou a necessidade que as pessoas têm em compartilharem os seus “antigos diários” os quais evoluíram para o formato eletrônico. Isto reflete no campo da comunicação.

Uma das pesquisas nessa área, embora ainda esteja no campo da eclosão do entendimento sobre a relação dos políticos com os cidadãos, a partir do uso de *blog*, revela que essa mídia social vem se mostrando excelente suporte comunicacional entre os mais familiarizados com a tecnologia.

A ferramenta *blog* é de grande utilidade para o desenvolvimento das aulas, da aplicação de conteúdo e da troca de informação entre alunos e professores. Voltando o olhar para o ensino, chama a atenção esse mecanismo disponível na internet, no qual tanto professores quanto alunos podem lançar

mão para desenvolverem pesquisas, discutirem e compartilhem experiências criando um ambiente de encontro virtual onde o conhecimento será construído mutuamente.

Os professores precisam aprender a utilizar a mídia, não como resolução dos problemas impostos pela prática didática, mas como proposta que traga uma fonte de aprendizado a mais para ser trabalhada em sala de aula. Esta visão implica em ter uma atitude sem preconceitos, não somente porque colabora para desnudar a noção de verdade perpassada pelas mídias e aceita por um expressivo número de cidadãos, mas também porque pensa esse fenômeno como parte da nossa realidade (GAIA, 2001, p. 35).

No entanto, quando observamos o uso do *blog* por professores e alunos nas aplicações de suas atividades, ou como parte metodológica do ensino nas mais variadas disciplinas, percebemos seu uso como insuficiente para o melhor desempenho das atividades educacionais. Em outras palavras, por algum motivo as instituições ainda não estão explorando essa rica ferramenta de comunicação.

De uma maneira geral, os *blogs* podem ser caracterizados como uma nova forma de comunicação, o que permite a exposição de ideias e pensamentos a serem compartilhados com a sociedade em rede, tal ferramenta trouxe consigo vantagens para diversas áreas do conhecimento. Já no campo organizacional, as pesquisas desenvolvidas pelos mestrandos do PPGCCOM/UFAM têm visualizado o *Twitter* como suporte para a relação cliente-empresa.

Sua dinâmica, que permite contato instantâneo com o interagente, se aplicado às técnicas educacionais, podem contribuir com engrandecimento do aprendizado do aluno no ensino a distância, pois, como se trata de uma rede social a qual, conforme Recuero (2009) é capaz de gerar fluxos de informações e trocas que impactam suas estruturas a partir dos processos dinâmicos e dos elementos de interação.

No ensino da arte a internet apresenta inúmeras oportunidades para o ensino-aprendizagem. A velocidade com a qual a informação chega pela rede não permite mais que fiquemos de fora dela, logo, a migração de obras de arte para as mídias sociais, outro tema de investigação na UFAM, é um processo que precisa ser estudado para saber as influências das práticas tradicionais da pintura de um quadro, por exemplo, na transição para a *web*.

Como nos colocam Najar e Teixeira (2011, p. 88) “[...] a arte, nesse contexto, encontra nas TICs parceiro ideal para desenvolver através das

linguagens híbridadas, dos diferentes meios de comunicação, uma metodologia rica em informações”.

Em todas as áreas e, essas que trazemos nesse trabalho são apenas alguns exemplos do que pode ser feito com as práticas do ensino a partir do uso da internet, com as diversas possibilidades expostas nas mídias sociais digitais, é possível e se faz necessário, engrandecer as práticas nas salas.

Com as formas atuais de interação, tendo os alunos como sujeitos interagentes dentro do contexto educacional, ou seja, que não só utilizam os meios como também sejam capazes de gerar informação neles, destaca-se a importância do professorado lançar mão de suas diversas oportunidades de experimentação, a fim de tornar os estudos interessantes do ponto de vista do alunado e rico em conhecimento.

Primo (2003) considera sujeitos interagentes aqueles cujos contatos pela internet resultem em algum tipo de relação, promovendo interação mútua, como a que vislumbramos para o ensino a partir de seu uso, com alunos participativos do processo de construção do conhecimento e professores provocadores e orientadores desse processo.

São algumas sugestões que se apresentam como propostas de práticas educacionais da atualidade, as quais, para serem bem aproveitadas, dependem em muito da atenção e criatividade do professor na hora de elaborar sua metodologia para a disciplina a ser aplicada.

Nesse caso, a qualificação de quem orienta o ensino deve ser constante, pensando em ampliar as possibilidades, tanto os que têm acesso aos conteúdos digitais, como para os que estão na brecha digital que, segundo Servon (2002), se baseia em diferenças prévias ao acesso às tecnologias.

Observa-se através destas pesquisas que estão havendo mudanças nas formas de aprender, ensinar e se comunicar. Segundo Veen e Vrakking (2009) os professores em, sua maioria, imigrantes digitais, aprenderam em preto e branco e seus alunos estão aprendendo num mundo colorido permeado de jogos eletrônicos, de interações constantes, possíveis através de vários aplicativos da *Web Social*, como as redes sociais, os aplicativos da Google, etc.

Portanto, a partir da adequada combinação dos elementos tecnológicos que surgem atualmente, pedagógicos e organizativos, o professor deixa de ser um simples executor de uma determinada planificação ou quem desenvolve um conhecimento fechado. Ele se transforma em um desafio dirigido a um modelo de maior abertura onde se vê o ensino como um espaço sociopolítico, de integração, criativo a partir da multiplicidade de recursos e flexível para adaptar-se aos diferentes atores e situações. Um profissional que decide e

reconstrói sua própria prática.

São muitas as reflexões teóricas, muitos os autores e as pesquisas realizadas. Em alguns casos se adaptam modelos clássicos de ensino-aprendizagem. Está claro que a adequada combinação de elementos tecnológicos, pedagógicos, metodológicos e organizativos gera alunos/interagentes com maior consciência autônoma, controle sobre os recursos, novas relações com o conhecimento e com seus pares e seus professores, transformados em mentores ou orientadores, potencializam as destrezas que permitem resolver situações imprevistas que levam ao aluno a aprendizagem contínua.

Entre todas estas discussões, a flexibilidade e as diferentes formas de interação é uma forma diferenciada de pensar a educação, já que permite uma grande variedade de recursos e tomadas de decisões referentes ao processo de ensino-aprendizagem.

Para tanto, as administrações educativas devem contemplar entre suas medidas, proporcionar ao professorado a formação adequada aos novos contextos de ensino-aprendizagem, seguindo mais ou menos três objetivos prioritários: integrar as TIC em seus planos de atuação, desenvolver cursos e oficinas de formação e facilitar materiais de apoio ao currículo (ARRUF, 2011).

Definitivamente, como as experiências de inovação e formação do professorado, desenvolvidas em geral pela maioria dos países, conduzem à percepção destes como o pilar fundamental para conseguir uma educação de qualidade.

Desta forma, a formação deve responder às demandas e necessidades que vão acontecendo em uma sociedade em constante evolução. O perfil global como mestre que se quer conseguir é o de uma pessoa culta e competente, com capacidade para adquirir e aplicar um conhecimento equilibrado entre os âmbitos disciplinar, didático e profissional, e que seja capaz de utilizar recursos, além de tomar decisões para transformar esse conhecimento em elementos de aprendizagem (GARCIA CORREA et al, 2011).

Portanto, não só as diferenciadas e atuais formas de apreensão de conhecimento, a partir de determinadas ferramentas, são importantes para o bom desenvolvimento da construção do conhecimento, mas também os intermediadores deste processo, o professorado, os orientadores e os detentores do saber.

Estes têm que estar preparados e mais que nada, atualizados tanto dos processos utilizados como de cada uma destas diferentes formas de apreensão do conhecimento para poder chegar ao aluno/interagente aportando

direcionamentos e decisões chaves no desenvolvimento da busca do conhecimento.

A informação como atividade de ensino quase exclusiva, implica uma formação integral através de competências como a aquisição de conhecimentos teóricos e práticos, a preparação e defesa de projetos de trabalho, a chegada ao mundo profissional e de investigação educativa, os debates sobre problemáticas sociais e docentes assim como desenvolvimento da capacidade de tomada de decisões para contribuir a sua resolução. Entretanto, vale ressaltar que existem outras competências que podem ser adquiridas através deste modelo de configuração de atividades. (HERNÁNDEZ ABENZA, 2008).

Logo, o que se pode ver na atual sociedade demanda na formação das pessoas com uma série de competências que vão desde o uso das TIC até as habilidades de trabalho cooperativo, tomada de decisões, pensamento crítico e resolução de problemas.

Conclusão

Todos estes argumentos se podem utilizar como ferramentas para a organização das informações, a inteligência coletiva. Independentemente da medida adotada, é evidente que sem uma promoção ativa e individualizada junto com um bom senso de escolha pessoal dos alunos/interagentes, as mídias digitais podem influir negativamente no processo de construção do conhecimento.

No entanto, as estratégias de comunicação e sociabilização das informações disponibilizadas, consideradas eficazes, são capazes de captar uma porcentagem importante dos trabalhos científicos possibilitando aos investigadores, geração e comunicação da informação, suas potencialidades, a dinâmica dos interesses dos empreendedores, suas condições sociais e a rapidez na geração e comunicação de novas informações.

A proposta, portanto, é aceitar o desafio e migrar a outras formas, os nativos digitais têm que nos encontrar preparados para poder oferecer-lhes antes que classes expositivas, passivas e verticais outras opções que promovam a ação, a participação e a socialização do conhecimento.

As características mais destacadas do novo modelo de integração se concretizam em um processo dinâmico e em contínua interação entre as diferentes atividades de ensino e entre os diversos cenários de atuação docente processo que da como resultado um perfil de professor em formação inicial muito diferente ao clássico perfil de receptor.

Referências

ARRUF, María Jesús Gallego. Los docentes ante las tecnologías de la información y comunicación en la educación: Innovación y formación. In: **Revista de Educación**. año 2, n. 2, 2011.

CASTELLS, Manuel. **A era da informação**: economia, sociedade e cultura. A Sociedade em Rede. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian. 2000. v. 1.

CASTRO, Cosette. **A produção de conteúdos digitais interativos como estratégia para o desenvolvimento** : um breve estudo sobre a experiência latino-americana em TV digital. Marco 2011. São Paulo: UMESP, 2011.

FERNÁNDEZ, Cristian E. Quesada. Estrategias para la innovación e implementación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la práctica educativa: una respuesta a las nuevas demandas de la sociedad del siglo XXI. **Revista Posgrado y Sociedad**. Costa Rica: Sistema de Estudios de Posgrado Universidad Estatal a Distancia, v. 11, n. 1, p. 22 – 32, mar. 2011.

GAIA, R. V. **Educomunicação e mídias**. Maceió: Edufal, 2001.

GAIA, R.V. **Educomunicação e mídias**. 1. ed. Maceió: Edufal, 2001

GARCÍA CORREA, Antonio; ESCARBAJAL FRUTOS, Andrés; IZQUIERDO RUS, Tomás. La formación del profesorado desde una perspectiva interdisciplinar. **REIFOP**, v. 14, n. 1, p. 27-42, 2011. Disponible en: <<http://www.aufop.com>>. Consultada em: 09 mai. 2011.

HERNÁNDEZ, F. Enseñanza y aprendizaje. Perspectivas diferentes en busca de la calidad del rendimiento académico. En: MAQUILÓN, J. J. (Coord.). **La formación del profesorado en el siglo XXI**: propuestas ante los cambios económicos, sociales y culturales. Murcia: Editum, 2011. p. 165-198

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. 5. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

LÉVY, Pierre. Do hipertexto opaco ao hipertexto transparente. In: SIMPÓSIO HIPERTEXTO E TECNOLOGIAS NA EDUCAÇÃO, 3. , 2010. **Vídeo...**

Recife: Youtube, 2-3 dez. 2010. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=I9BUaMGKUuU&feature=related>>. Acesso em: 2012.

LEWIS, R.; SPENCER, D. **What is Open Learning?** CET, Open Learning Guide 4. 1986.

LISBÔA, Eliana Santana. **Aprendizagem informal na web social?** um estudo na rede social Orkut. 2010. Dissertação (Mestrado em Ciências da Educação) - Instituto de Educação, Universidade do Minho, Braga-Portugal. 2010.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo.** Lisboa: Instituto Piaget, 1991.

NAJAR, N.; TEIXEIRA, A. F. Artes através das TICs no ensino médio presencial com mediação tecnológica. In: Jackson Colares et al. (Org.). **Sociedade do conhecimento e meio ambiente:** sinergia científica gerando desenvolvimento sustentável. Manaus. Reggo Edições, 2011.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

SALINAS, Jesús Ibañez. Enseñanza flexible, aprendizaje abierto. Las redes como herramientas para la formación. **EDUTEC - Revista Electronica de Tecnologia Educativa**, Palma de Mallorca, n. 10, feb., 1999.

SALINAS, Jesús Ibañez. Innovación docente y uso de las TIC en la enseñanza universitaria. **Revista Universidad y Sociedad del Conocimiento**, Barcelona, v. 1, n. 1, nov. 2004.

SERVON, L. **Bridging the digital divide:** technology, community and public policy. Inglaterra: Blackwell Publishing, 2002. p.5.

SILVEIRA, Edna. Os novos media: interactividade. In: **Media Fragments**, 18 feb. 2010. Disponível em: <<http://mediafragments.wordpress.com/>>. Consultado em: 29 fev 2012.

VEEN, Wim; VRAKING, Bem. **Homo Zappiens:** educando na era digital. Porto Alegre: Artmed. 2009.



A Comunicação no Terceiro Setor: a utilização das mídias sociais nas regiões norte e nordeste brasileira

Manuella Dantas Corrêa Lima¹
Maria Emilia de Oliveira Pereira Abbud²

Resumo: Este trabalho tem como objetivo identificar a utilização das mídias sociais nas Organizações Não Governamentais cadastradas na Associação Brasileira de Organizações Não Governamentais - ABONG, nas regiões - Norte e Nordeste - brasileiras. Trata-se de uma pesquisa exploratória e quantitativa, realizada em outubro de 2012. O Twitter foi a plataforma interativa mais utilizada, seguidas pelo Facebook, You Tube, Blog, Orkut e Flickr. Das 18 ONGs da Região Norte só foi possível o acesso às páginas na internet em 7 organizações e desta apenas 4 fazem uso de alguma mídia social. Já na Região Nordeste, conseguimos acessar as páginas de 65 ONGs cadastradas e 33 destas utilizam mídias sociais.

Palavras-chave: Comunicação. Terceiro Setor. Mídias sociais. Associação Brasileira de Organizações Não Governamentais – ABONG.

Introdução

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, em 2005 estavam registradas 338 mil Fundações Privadas e Associações Sem Fins Lucrativos – FASFIL, estas empregavam cerca de 1,7 milhão de pessoas em todo País. O estudo realizado, em parceria com o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA e o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas - GIFE, destaca um crescimento, mais acentuado, de organizações de defesa dos direitos e interesses dos cidadãos e ambientais, refletindo a preocupação

¹ Relações Públicas, mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCCOM /UFAM) e membro do Grupo de Pesquisa Comunicação Social: Estudos Interdisciplinares, e-mail: manudantas@terra.com.br

² Doutora em Ciências, pelo Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras da Universidade de São Paulo, Professora Adjunta do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Amazonas, docente credenciada e membro da equipe de coordenação do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação – PPGCCOM / UFAM, Líder do Grupo de Pesquisa Comunicação Social: Estudos Interdisciplinares. emiliaabbud@hotmail.com

com a melhoria de qualidade de vida e preservação do planeta (IBGE, 2008).

Segundo Merege o Terceiro Setor,

[...] recebeu essa denominação por englobar atividades que não estão dentro da órbita de atividades governamentais e muito menos se identificam com as atividades privadas, sejam do setor agrícola, industrial ou do setor de serviços, como são tradicionalmente definidas pela metodologia das contas nacionais. São organizações que não têm as características de apropriação privada de lucros, que prestam um serviço público e que sobrevivem basicamente da transferência de recursos de terceiros, sejam famílias, governo ou empresas privadas (MEREGE apud PASSANEZI et al. 1999, p. 2)

Em países como o Brasil o Terceiro Setor tem conquistado cada vez mais importância no cenário político, econômico e social, principalmente, por conta da ineficiência do Estado, que não tem conseguido cumprir com o seu papel de principal articulador de ações que favoreçam o bem coletivo.

Devido à própria diversidade de suas organizações e por conta das várias interpretações, formas e áreas de atuação, o Terceiro Setor tem recebido inúmeras denominações. O que pode promover a dificuldade de identificação e de localização das organizações desse setor. As controvérsias em torno de seu conceito dizem respeito as suas finalidades, às diferenças de cada grupo que o compõe; à diversidade de atores que o integram; bem como, ao seu significado tanto político quanto ideológico.

O que se propõe é uma abordagem comunicacional nesse contexto, deixando as discussões acerca da importação do termo, imprecisão sobre o conceito e composição do Terceiro Setor para outro momento. Em síntese, queremos deixar claro que compartilhamos com Peruzzo (2009) sua compreensão sobre Terceiro Setor. Para essa pesquisadora o Terceiro Setor está “composto por Organizações Não Governamentais - ONGs, Organizações da Sociedade Civil - OSCIPs regulamentadas pela Lei no 9.790/99 – fundações, associações comunitárias, movimentos sociais, Instituições Filantrópicas entre outras entidades” (PERUZZO, 2009, p. 15).

Nosso trabalho tem como objetivo identificar a utilização das mídias sociais nas Organizações Não Governamentais cadastradas na Associação Brasileira de Organizações Não Governamentais - ABONG, nas regiões Norte e Nordeste, no período de 10 a 20 de outubro de 2012. Trata-se de uma pesquisa exploratória, quantitativa, que para coleta de dados utilizou o acesso ao *link* das páginas na *Web* das instituições associadas na ABONG.

A comunicação no Terceiro Setor

Algumas organizações do Terceiro Setor possuem um quadro fixo de funcionários, sede própria e muitos voluntários, além do mais, já conquistaram seu espaço de divulgação na mídia. Dentre estas podemos citar o Grupo Cultural *Afroreggae*, os Doutores da Alegria, a Sociedade Viva Cazusa e a Associação Gol de Letra. Embora com algumas exceções, a maioria permanece no ostracismo e sofre com a falta de recursos humanos e financeiros para manutenção seus projetos e programas.

O nascimento de muitas ONGs acontece geralmente a partir da iniciativa de uma ou mais pessoas que resolvem “lutar” por uma ideia ou uma causa. Para alguns estudiosos, a principal diferença entre a permanência, o sucesso e o fracasso dessas organizações está atrelado a sua capacidade de planejar e desenvolver estratégias de negócio. Menezes (2005) acredita que muitas dessas instituições têm seu poder de ação limitado e podem vir a deixar de existir, caso não despertem para a necessidade de uma comunicação estratégica.

Nesse sentido, Albuquerque (2006) enfatiza que construir uma imagem, criar uma identidade, conquistar credibilidade e ganhar visibilidade são fundamentais para quem deseja obter resultados em qualquer área, e isto não exclui o Terceiro Setor simplesmente porque ele não possui os mesmos objetivos e características do Estado (Primeiro Setor) e das empresas privadas com fins lucrativos (Segundo Setor).

Para Santana (2006),

Atualmente, uma entidade filantrópica precisa criar e divulgar uma boa imagem que seja capaz de atrair investimentos duradouros- apoio, verba ou trabalho voluntário-, além de preparar campanhas; enfim, a multifuncionalidade da comunicação é hoje essencial para a sobrevivência financeira de qualquer instituição ou organização Não Governamental neste mundo capitalista e globalizado (SANTANA, 2006, p. 149)

Sob essa perspectiva, destacamos a importância do gerenciamento da comunicação para a gestão de Organizações Não Governamentais (ONGs). Não podemos perder de vista que estas se relacionam com uma diversidade de públicos. Grande parte sobrevive de doações advindas do relacionamento com os voluntários, apoiadores, patrocinadores e simpatizante de suas causas.

Para muitos gestores dessas ONGs é difícil compreender a importância da comunicação para o processo de gestão, pois estão absorvidos por demandas que consideram essenciais. Não é possível ignorar que muitas instituições vivenciam uma realidade que está diretamente ligada às necessidades do público atendido, como: diminuição da fome, erradicação da miséria, falta de saneamento básico, dentre outras.

Pesquisa e formação dos profissionais

No que se refere à produção bibliográfica sobre a comunicação no Terceiro Setor, percebeu-se que há ainda uma escassez de literatura especializada sobre o assunto. A abordagem resume-se, muitas vezes, em alguns tópicos ou poucos capítulos de livros sobre a gestão comunicacional nas ONGs. A temática é merecedora de amplitude. Como pesquisadoras, temos consciência da carência de aprofundamento na área de pesquisa e formação de profissionais da comunicação.

Não podemos ignorar que, apesar dos objetivos e interesses das organizações que constituem o Terceiro Setor serem diferenciados das demais organizações, quer sejam públicas ou privadas, alguns autores da área não mencionam a necessidade de um gerenciamento comunicacional estratégico para essas organizações. O que se vê, na maioria das vezes, são teorias direcionadas à implementação e adaptação de técnicas e procedimentos comunicacionais aplicados nos outros setores.

Peruzzo (2009) chama atenção para esta questão:

[...] os princípios, as técnicas e os objetivos que orientam as comunicações na área de relações públicas, publicidade e jornalismo e da produção audiovisual, entre outras necessitam de reordenamento quando aplicados no âmbito das organizações da sociedade civil, sejam elas beneméritas, ONGs, associações comunitárias ou movimentos sociais populares. Dizendo de outra maneira, os fundamentos e técnicas das áreas da comunicação voltadas para o mercado, governo e grandes setores de mídia não podem ser simplesmente transplantados para a esfera pública popular (PERUZZO, 2009, p. 165).

Enfatizamos que grande parte do referencial teórico sobre o tema é encontrado em trabalhos e pesquisas na área de Relações Públicas. Estes destacam a necessidade efetiva de gerenciar estrategicamente a comunicação entre a organização e seus diversos públicos. Tais proposições estão

disponibilizadas nas revistas científicas na *internet* ou em *sites* especializados como os da ABONG. A Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - INTERCOM por meio dos Núcleos de Pesquisas - NPs de Comunicação Organizacional e Relações Públicas e Comunicação para Cidadania e também da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas – ABRAPCORP a partir das Mesas Temáticas Comunicação no Terceiro Setor e Responsabilidade Social, tem contribuído consideravelmente para a construção de um aporte teórico-prático mais aproximado daquilo que se propõe para o contexto das ONGs.

Em nossa percepção, não se deve entender a comunicação estratégica como arsenal instrumental ou como um manual que pode ser adaptado sem olhar o contexto, sem considerar as especificidades da organização. Faz-se necessário ampliar o olhar acerca do ambiente em que as instituições do Terceiro Setor estão inseridas, observando-as do ponto de vista histórico, social, cultural, político e econômico.

Quando mencionamos a formação dos profissionais de comunicação nesse texto, embora pareça inoportuna, o fazemos com intuito de questionar o processo de formação dos profissionais da área. Percebe-se que um dos maiores desafios para as organizações do Terceiro Setor é gerenciar estrategicamente sua comunicação, além de encontrar mecanismos que possam alcançar e “falar” a diversidade de públicos dessas organizações sem perder de vista o foco de seus trabalhos. Para isso é essencial entender a comunicação não só a partir de uma percepção tecnicista, mas também, a partir do seu papel mediador e transformador.

É preciso olhar além

A comunicação estabelecida nas ONGs possui um potencial duplamente educativo a partir do momento em que possibilita que seus participantes se tornem agentes modificadores da sociedade. Quando estabelecida estrategicamente por meio da circulação das mensagens e da divulgação de campanhas, promove o diálogo sobre questões tais como direitos humanos, sustentabilidade ambiental, saúde, política, dentre outros, que contribuem para a formação de uma sociedade mais consciente, justa e responsável e participativa.

Conforme afirma Peruzzo (2002), a comunicação é um mecanismo facilitador da ampliação da cidadania, pois permite à pessoa se tornar sujeito de atividades de ação comunitária o que resulta num processo educativo.

Deste modo, a comunicação deixa de ser vista como uma ferramenta e passa a ter papel transformador e educativo, permitindo o diálogo permanente entre os diferentes atores sociais.

Partindo desse princípio, o conceito de comunicação pública nos permite uma maior amplitude de entendimento sobre a comunicação no Terceiro Setor.

Na essência desta ideia de comunicação pública está a certeza de que a comunicação é um bem público e que a informação é outro bem público, e que é precisamente a apropriação com vista ao interesse individual destes bens públicos o que se deve tratar de desenvolver. Quando se entende a natureza coletiva, pública da comunicação e se deixa de obedecer a um propósito particular, muda a intenção, se comunica com outra intenção, com uma intenção coletiva e isto obriga a recolocar todos os papéis, a olhar de outra maneira o papel que cumprem os sujeitos que interatuam na comunicação coletiva. E este comunicar coletivo em função de um interesse coletivo deve levar em direção à mobilização (JARAMILLO apud BRANDÃO, 2009, p. 8).

Diante do exposto, destacamos que os profissionais de comunicação não devem limitar-se à criação de campanhas de divulgação, de promoção de eventos e formatação de modelos a serem seguidos como manuais. Entendemos que a comunicação que divulga as ações de uma ONG com objetivo de captar recursos humanos e financeiros é importante, no entanto, não podemos nos esquecer de que as informações relacionadas à missão dessas instituições, também, contribuem para a melhoria da sociedade. Uma ONG que recebe crianças portadoras de câncer não pode mobilizar sua estrutura comunicacional apenas em campanhas esporádicas de arrecadações para sua sobrevivência e manutenção, e deixar de divulgar as dificuldades encontradas nos hospitais como falta de leitos, carência de medicamentos e atendimento deficitário.

É necessário que as campanhas e os projetos mobilizem a sociedade e questionem a atuação do poder público. Como profissionais de comunicação, acreditamos que as estratégias comunicacionais de mobilização, planos, programas e projetos, devem transcender ações pontuais e circunstanciais.

Mídias sociais no Terceiro Setor

As instituições do Terceiro Setor estão em busca de ocupar cada vez

mais espaço na rede mundial de computadores. A *internet* tem promovido maior visibilidade aos projetos socioambientais, culturais nacionais e internacionais. Proporciona contato com os públicos, aumenta a possibilidade para captação de recursos humanos e financeiros, reforça credibilidade da entidade e amplia o diálogo sobre as temáticas que estão no centro das ações do Terceiro Setor.

Segundo Bueno (2003),

[...] embora haja diferenças importantes quanto à estrutura, particularmente de comunicação, dos diversos componentes do terceiro setor, não há dúvida de que o seu ‘poder de fogo’ reside na sua capacidade de divulgação e de mobilização pela internet. Sobretudo para organizações menores, com poucos recursos, a internet tem propiciado condições para um trabalho efetivo, permitindo disseminação de suas idéias, seja pelos sites próprios, seja pela participação em de seus representantes em grupos de discussão que se multiplicam pelo mundo (BUENO, 2003, p. 143).

Para Marques (2002), a *internet* é uma ferramenta poderosa no que tange à articulação entre organizações e pessoas, mas não é suficiente para que as entidades marquem presença na rede mundial. É necessário, sobretudo, saber utilizar as ferramentas oferecidas de forma correta, sempre se adequando às potencialidades e necessidades de cada movimento social.

Com o acesso à *internet* a comunicação ganhou contornos diferentes, e, a informação, que antes era controlada pelas grandes empresas e grupos de mídia, passou a estar também nas mãos de cidadãos comuns que através de *blogs* e *sites* de redes sociais e de outras plataformas digitais puderam expressar suas opiniões para um grande número de pessoas, criando novos ambientes comunicacionais. “O que muitos chamam de ‘mídia social’ hoje, compreende um fenômeno complexo, que abarca o conjunto de novas tecnologias de comunicação mais participativas, mais rápidas e mais populares e as apropriações sociais que foram e que são geradas em torno dessas ferramentas” (RECUERO, 2011, p. 12).

Para Recuero (2012, p. 21-22) “[...] os computadores foram apropriados como ferramentas sociais, caracterizadas principalmente pelos usos conversacionais, despertando o interesse de vários pesquisadores para os estudos sobre o impacto do ciberespaço como ambiente comunicacional na vida social”.

As mídias sociais se destacam pelo grande número de usuários, ou

melhor, de *prosumer*³, ampliando de forma significativa o espaço para troca de informações, compartilhamento de imagens e interações entre participantes de um mesmo grupo. Grandes empresas, como a Skol e O Boticário, utilizam suportes como *Youtube*, *Orkut*, *Facebook* e *Twitter* para se aproximar de seus consumidores e avaliar a aceitação de seus produtos por meio de menções em *blogs*, comunidades, *sites* de relacionamentos e dentre outros suportes que integram a *WEB 2.0*.

Quanto à utilização das mídias sociais em instituições que não visam lucro, Kanter e Fine (2011), em sua obra *Mídias Sociais Transformadoras*, discorrem sobre casos onde essas ferramentas trouxeram para algumas instituições, em especial nos Estados Unidos, não só visibilidade, mas também mudanças de atitude que refletiram significativamente na qualidade de vida de determinados grupos sociais. De acordo com as autoras,

[...] a mídia social não é uma moda ou uma tendência. Com um acesso praticamente universal à World Wide Web e a presença em todos os lugares de telefones celulares e e-mail, o uso da mídia social só irá crescer. Ela está se enraizando pela maneira com a qual as pessoas se relacionam e trabalham umas com as outras. Em particular, a mídia social está moldando a forma como os jovens pensam, se conectam, se envolvem e trabalham juntos. (KANTER; FINE, 2011, p. 7)

Complementam tais constatações ao afirmar que:

[...] as ferramentas de mídia sociais essenciais às organizações sem fins lucrativos caem em uma das três categorias gerais de uso: Iniciadores de conversações como Blogs, Youtube e Twitter; Ferramentas de colaboração incluindo wikis e google Groups. Criadores de redes como sites de redes sociais, por exemplo, Facebook, MySpace e Twitter (KANTER; FINE, 2011, p. 6).

Diante das afirmações, acreditamos que essas mídias trazem uma valiosa contribuição para a comunicação em organizações do Terceiro Setor, à medida que proporcionam visibilidade de forma rápida e custo reduzido, possibilitam a troca de informações e permitem estreitar laços com participantes e simpatizantes de suas causas. De acordo com Recuero (2009, p. 36), “[...]”

³ Prosumers são produtores de informação e ao mesmo tempo consumidores de conteúdo.

a interação mediada pelo computador é também geradora e mantenedora de relações complexas e de tipos de valores que constroem e mantêm as redes sociais na internet”.

Entretanto, obter sucesso com a utilização das mídias sociais requer muito mais que a mera utilização das ferramentas. Antes de entrar neste universo, é preciso ter um planejamento de comunicação com objetivos e estratégias definidos para que as mensagens possam alcançar a diversidade de públicos.

A realidade exposta nos conduziu a alguns questionamentos: de que maneira esses instrumentos comunicacionais estão sendo utilizados pelas ONGs no Brasil? Quais são as mídias sociais mais utilizadas pelas ONGs e com finalidades são utilizadas? Estariam essas mídias, de fato, contribuindo para a mobilização social ou as ONGs, simplesmente, se mantêm na rede por modismo? Que informações sobre as ONGs circulam nestes espaços? Quem as gerencia e qual o perfil destes profissionais? Estas são apenas algumas das indagações que foram elaboradas em torno da temática e, que precisaremos de algum tempo para respondê-las. Nesse estudo nossa pretensão é responder apenas um dos questionamentos mencionados. Quais são as mídias sociais mais utilizadas pelas ONGs das Regiões Norte e Nordeste?

A utilização das mídias sociais nas Organizações Não Governamentais das regiões Norte e Nordeste

Em busca dessa resposta, realizamos uma pesquisa, no período de 10 a 20 de outubro de 2012, restrita às páginas disponíveis na rede mundial de computadores de ONGs, cadastradas na Associação Brasileira de Organizações de Não Governamentais - ABONG. Delimitamos ainda o nosso universo de estudo nas referidas regiões. Nosso objetivo principal foi verificar a utilização das mídias sociais nas organizações pertencentes ao universo da pesquisa (ONGs associadas a ABONG). Vale ressaltar que buscamos apenas identificar a presença destas organizações nas mídias sociais, desta forma, pretendemos analisar a finalidade, o conteúdo da informação, a interação e o compartilhamento de informações.

Esclarecemos que a ABONG é uma sociedade civil sem fins lucrativos, democrática, pluralista, antirracista e antissexista, que congrega organizações que lutam contra todas as formas de discriminação, desigualdades, pela construção de modos sustentáveis de vida e pela radicalização da democracia. É integrada por 243 associadas com destacada atuação na esfera pública, em áreas como direitos humanos, políticas públicas, questões agrárias e agrícolas,

questões urbanas, desenvolvimento regional, promoção da igualdade racial, direitos das mulheres, meio ambiente e ecologia⁴.

Universo da pesquisa

Em função da grande quantidade de organizações cadastradas na ABONG optou-se por realizar uma pesquisa com as Regiões Norte e Nordeste do Brasil. Foram 106 instituições, identificadas 18⁵ ONGs na primeira região e 88 ONGs na segunda. O objetivo da pesquisa não foi estabelecer uma análise comparativa da utilização das mídias sociais entre as duas regiões, mas identificar quais são as mídias sociais mais utilizadas pelas instituições cadastradas na ABONG. Utilizou-se como instrumento para coleta de dados o *site* de busca *Google*, o acesso às páginas eletrônicas *Web* das instituições cadastradas na ABONG, partindo do *link* disponível na *internet* com o título de Associadas. Quanto ao procedimento adotado, é preciso esclarecer que, após o acesso à página da Associação, o *site* disponibiliza um espaço para a associada, local utilizado para divulgação de dados da organização que vão desde o Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ, a área de atuação, missão e contato. Esclarecemos que foram pesquisadas todas as organizações que possuíam uma página de acesso na *Web* a partir do endereço cadastrado na ABONG, verificou-se a existência de *links* diretos para suas páginas eletrônicas nas mídias sociais.

Embora o critério utilizado não permita fornecer um panorama completo sobre a presença dessas organizações nas mídias sociais - uma vez que algumas delas podem usar estas mídias sem ter que, obrigatoriamente, manter uma página na *internet* - optou-se por esta forma de busca, para garantir que a página na mídia social fosse realmente mantida pela ONG e não por outra instituição de mesmo nome ou por pessoas simpatizantes das organizações.

A pesquisa permitiu também verificar se as páginas das organizações estavam ativas e atualizadas, uma vez que, no processo de busca de ícones ou de informações que remetessem ao uso das mídias sociais, foi possível observar se as mesmas estavam “alimentando” suas páginas com conteúdos atualizados.

Das 106 instituições pesquisadas, apenas 86 possuíam páginas na

⁴ Disponível: <http://www.abong.org.br/associadas.php>

⁵ Na lista das associadas da Região Norte, existem 19 ONGs cadastradas. No entanto, existem duas Organizações com o mesmo nome e dados completamente iguais, incluindo o mesmo Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), diferenciadas apenas por uma letra na sigla de identificação, o que levou à exclusão de uma dessas organizações, totalizando apenas 18 ONGs.

Web, cadastradas na ABONG. Destas 86 ONGs, não foi possível acessar o endereço eletrônico de 14 delas. Dentre os vários entraves, tivemos: Servidor não encontrado, *site* em manutenção e páginas com vírus não puderem ser pesquisadas, reduzindo o universo da pesquisa para 72 ONGs, 7 da Região Norte e 65 da Região Nordeste.

Mídias sociais mais utilizadas pelas organizações das Regiões Norte e Nordeste

O *Twitter* foi a plataforma interativa mais utilizada, seguido pelo Facebook, *Youtube*, Blog, *Orkut* e *Flickr*:

Das ONGs das Regiões em destaque neste estudo, em que foi possível o acesso às páginas na *internet*, 57,0% não utilizam nenhum tipo de mídia social; 9,3% utilizam apenas uma mídia social e 33,7% usam duas ou mais mídias sociais. Vale ressaltar que estamos nos referindo apenas à presença das ONGs nos espaços das mídias sociais, não se pode afirmar se utilizam estas plataformas para interação com seus públicos, e nem mesmo apontar o conteúdo informado e compartilhado.

Seria precipitado de nossa parte fazer qualquer observação mais concreta acerca dos motivos pelos quais estas plataformas aparecem como sendo as mais utilizadas pelas ONGs, uma vez que, seria necessário um aprofundamento desta pesquisa. É preciso identificar por que essas mídias sociais foram escolhidas por cada uma destas organizações, se elas são utilizadas com base em um planejamento estratégico de comunicação, se são atualizadas, monitoradas e usadas para fins de informação, de relacionamento e de diálogo entre seus públicos.

Acesso, atualização e utilização de mídias sociais das Associadas na Região Norte e Nordeste

No universo das 72 ONGs pesquisadas, quando foi possível o acesso às páginas, identificamos também a atualização dos dados referente ao *site* da organização. Consideramos como desatualizadas todas as páginas que não publicaram informações nos últimos cinco meses do início do período da coleta de dados (10 a 20 de outubro de 2012). No que se refere à Região Norte, constatou-se que, das 18 instituições pesquisadas, 11 possuíam *site* na rede mundial de computadores. Entretanto, somente em 7 organizações cadastradas na ABONG foi possível ter acesso às páginas. Comprovou-se que destas (7), 6 páginas estavam atualizadas e apenas 4 das instituições faziam

uso de mídias sociais no período pesquisado.(penso que está tão óbvia a explicação, que o gráfico seria desnecessário – ou um ou outro).

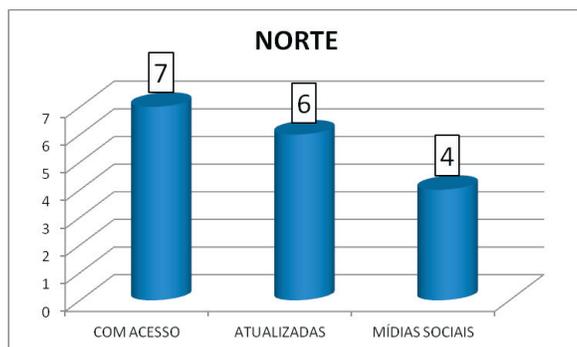


Gráfico 1: Acesso, atualização e utilização das mídias sociais pelas ONGs da Região Norte

Consideramos reduzida a participação das ONGs da ABONG no ciberespaço, uma vez que, das 18 organizações cadastradas, o acesso só foi possível em apenas 7 instituições. Não podemos ignorar as dificuldades para utilização da rede de computadores pelas ONGs uma vez que, esta pode ser inviabilizada em função da falta de energia elétrica e instabilidade do sistema na região. Não podemos desconsiderar ainda os obstáculos naturais, tais como, a imensa floresta tropical, as chuvas torrenciais que provocam danos ao sistema de transmissão de dados e a grande distância entre os Estados. Questões essas que podem justificar reduzida presença destas ONGs no ciberespaço. No entanto, é essencial observarmos que somente uma pesquisa mais detalhada poderá afirmar, com maior precisão, quais as dificuldades encontradas pelas ONGs da Região Norte no que se refere à comunicação pela *internet*.

Os dados coletados demonstraram ainda que na Região Nordeste, o número de páginas na *web* com acesso foi mais significativo. Das 88 instituições pesquisadas, 75 encontram-se na *internet*, destas foi possível acessar 65 organizações e 44 apresentaram *sites* atualizados. Com relação às mídias sociais 30 organizações faziam uso de alguma mídia social (*idem*).

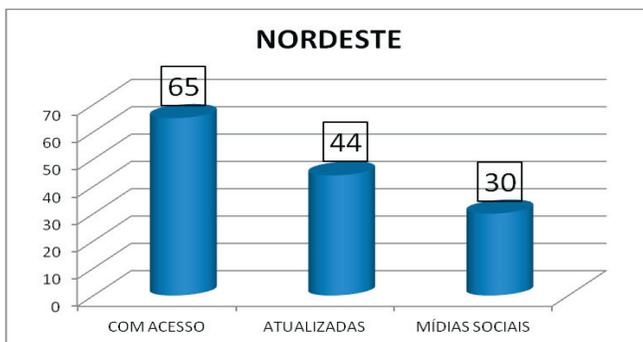


Gráfico 2: Acesso, atualização e utilização das mídias sociais pelas ONGs da Região Nordeste

Foi possível perceber que, na Região Nordeste, a presença das ONGs no ciberespaço é bastante significativa uma vez que, mais da metade das páginas foi possível o acesso e estas se encontravam atualizadas. No entanto, o uso das mídias sociais pelas organizações associadas da ABONG ainda nos pareceu reduzido diante do universo pesquisado. Assinalamos a necessidade de criação de canais comunicacionais que favoreçam o diálogo com a sociedade. Conforme foi dito no início deste texto, as mídias sociais trazem uma valiosa contribuição para a comunicação em organizações do Terceiro Setor à medida que proporcionam visibilidade de forma rápida e custo reduzido, possibilitam a troca de informações e permitem o estreitamento dos laços com participantes e simpatizantes de suas causas.

Não podemos deixar de ressaltar as possibilidades de interação que o uso destas plataformas digitais poderia trazer para ONGs. Inúmeras pesquisas direcionadas ao Terceiro Setor salientam que a exigência da transparência e avaliação de impactos, velhos conhecidos do mundo empresarial começam fazer parte da rotina das ONGs.

Considerações Finais

Comprovadamente o Terceiro Setor vem desempenhando um papel significativo no crescimento dos países emergentes, não só do ponto de vista econômico e social, mas a partir do momento que faz de suas causas defendidas uma busca constante pela melhoria da qualidade de vida da sociedade civil. Acreditamos que a maioria das organizações do Terceiro Setor, busca, de fato, soluções para a construção de um mundo mais justo e igualitário embora tenhamos conhecimento da existência de organizações que se aproveitam da

credibilidade desse setor para criação de instituições “fantasmas”, de natureza criminosa.

Conforme destacamos, a *internet* proporciona maior visibilidade e transparência aos projetos das diversas ONGs, permite contato com diversos públicos, aumenta a possibilidade de captação de recursos – humanos e financeiros – reforça a credibilidade e amplia o diálogo com a sociedade. É neste contexto que destacamos importância da utilização das mídias sociais tendo em vista que as mesmas, se empregadas de forma estratégica, podem contribuir para a concretização dos objetivos de mobilização e mudança social proposto pelas ONGs.

Embora o objetivo principal deste trabalho seja identificar as mídias sociais mais utilizadas pelas ONGs da ABONG nas Regiões Norte e Nordeste do Brasil, ao coletar os dados, “buscar” os endereços eletrônicos destas instituições e as possibilidades de acesso a estes na rede, muitas outras questões a respeito da utilização da *internet* ocorreram.

As questões sobre a temática parecem ir além. Ao que nos parece, a comunicação mediada por computador ainda não é uma realidade para as ONGs associadas à ABONG nas referidas regiões. Realidade comprovada pelo resultado do estudo.

Mas por que isso ocorre? Na Região Norte, seria somente pela má qualidade da conexão com a *internet*? Por que na Região Nordeste encontramos maior utilização das mídias sociais no Terceiro Setor? Como as organizações do Terceiro Setor percebem a comunicação estratégica? As universidades formam profissionais de comunicação capacitados para o gerenciamento da comunicação estratégica no Terceiro Setor? Existem profissionais de comunicação atuando no Terceiro Setor nessas regiões?

Como pesquisadoras temos a certeza que essas inquietações somente poderão ser respondidas, à medida que estudos forem realizados em cada uma delas. Percebeu-se que a discussão em torno da comunicação estratégica no Terceiro Setor necessita de uma abordagem menos fragmentada e mais ampliada. Diante de tal realidade, reconhecemos que esse estudo precisa de ampliação e continuidade, ao mesmo tempo solicita articulação com outras áreas do conhecimento.

Referências

ABONG. **Um novo marco legal para as ONGs no Brasil: fortalecendo a cidadania e a participação democrática.** São Paulo, 2008. Disponível em: <<http://www2.abong.org.br/final/download/Marco%20Legal.pdf>>. Acesso em: 09 out. 2012.

ALBUQUERQUE, Antonio Carlos de Carneiro. **Terceiro setor: história e gestão de organizações.** São Paulo: Summus, 2006.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de Comunicação Pública. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação Pública: estado, mercado, sociedade e interesse público.** São Paulo: Atlas, 2009.

BRASIL, Elvécio Ribeiro. Responsabilidade Social: uma abordagem crítica. In: PIMENTA, Solange Maria; SARAIVA, Luiz Alex Silva; CORREA, Maria Laetitia.(Orgs). **Terceiro Setor: dilemas e polêmicas.** São Paulo: Saraiva, 2006.

GONÇALVES, H. S. **O estado, o terceiro setor e o mercado: uma tríade completa.** Disponível em: < <http://www.rits.org.br>>. Acesso em: 08 out. 2012.

HENRIQUES, Márcio Simeone; BRAGA, Clara Soares; SILVA, Daniela Brandão do Couto e; MAFRA, Rennan Lanna Martins. Relações Públicas em Projetos de Mobilização Social: Funções Características. In: HENRIQUES, Márcio Simeone. **Comunicação e Estratégias de Mobilização Social.** Autêntica: Belo Horizonte, 2007.

IBGE. **As fundações privadas e associações sem fins lucrativos no Brasil.** Rio de Janeiro, 2008. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/fasfil/default.shtm>>. Acesso em: 06 out. 2012.

IPEA - INSTITUTO DE PESQUISA ECONOMICA APLICADA. **A iniciativa privada e o espírito público: a evolução da ação social das empresas privadas no Brasil.** Brasília, 2006. Disponível em: <<http://getinternet.ipea.gov.br/asocial/>>. Acesso em: 03 out. 2012.

KANTER, Beth; FINE, H. Alisson. **Mídias sociais transformadoras: ação e mudança no terceiro setor.** São Paulo: Évora, 2011.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling; KUNSCH, Valdemar Luiz. (Org.) **Relações públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora.** São Paulo: Summus, 2007.

MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida. **Cidadania Digital: a internet como ferramenta social.** Salvador, 2002. Disponível em: <<http://www>>.

intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002_NP10MARQUES.pdf>. Acesso em: 03 out. 2012.

MENEZES, Dinah. **Comunicação nas ONG's: luxo ou necessidade?** São Paulo, 2005. Disponível em: <<http://www.comtexto.com.br/2convicomcctsDinahMenezes.htm>>. Acesso em: 15 out. 2012.

PASSANEZI, Paula Meyer et al. **O papel do 3º setor na estrutura de uma nova sociedade.** São Paulo, 2º semestre de 1999. Artigo publicado em material didático do curso Administração para Organizações não lucrativas, GVpec, da EAESP-FGV. Disponível em: <http://www.inicepg.univap.br/cd/INIC_2010/anais/arquivos/0794_0892_01.pdf>. Acesso em: 03 out. 2012.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. **Comunicação comunitária e educação para a cidadania.** São Paulo, 2002. Disponível em: <<http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista13/artigos%2013-3.htm>>. Acesso em: 02 out. 2012.

_____. Comunicação e Terceiro Setor. In: Duarte Jorge (Org.). **Comunicação Pública: estado, mercado, sociedade e interesse público.** São Paulo: Atlas, 2009.

RECUERO, R. **Para entender as mídias sócias,** 2011. Disponível em: <<http://paraentenderasmidiassociais.blogspot.com/2011/04/download-do-ebook-para-entender-as.html>>. Acesso em: 02 out. 2012.

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

SANTANA, Silvia Olga Knopfler. A comunicação e a captação de recursos no terceiro setor. In: QUINTEIRO, Eudósia Acuña. **Um sensível olhar sobre o terceiro setor.** São Paulo: Summus, 2006.



Por uma visão ecossistêmica da comunicação nas histórias em quadrinhos¹

Anielly Laena Azevedo Dias²
Mirna Feitoza Pereira³

Resumo: Este capítulo busca contribuir para a consolidação dos estudos dos ecossistemas comunicacionais, área de concentração do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da UFAM. Nesse contexto, os processos comunicacionais são percebidos e investigados não a partir do isolamento, mas de sua integração às redes de fenômenos interconectados e interdependentes que dão vida às práticas comunicativas da cultura. Seguindo esse pensamento, apresentamos as histórias em quadrinhos sob a perspectiva ecossistêmica, onde temos no mínimo dois sistemas heterogêneos que interagem entre si: o sistema do entretenimento (histórias em quadrinhos) e sistema tecnológico (web). Na intersecção desses sistemas recorremos ao conceito de semiose para compreender a relação existente entre signos distintos e que, ao se relacionarem, geram outros signos, conservando, porém, características dos sistemas anteriores.

Palavras-chave: Comunicação. Ecossistemas Comunicacionais. Ambientes Comunicacionais Midiáticos. Semiose. Histórias em Quadrinhos.

Situado na visão ecológica, a palavra “ecologia” foi proposta por Ernest Haeckel, em 1866, originando-se do termo grego *oikos*, que significa casa/ambiente; o biólogo definiu ecologia como sendo as interações existentes entre os organismos e os ambientes em que estão inseridos. Assim, Jacob Johann Von Uexküll, em 1909, empregou a noção de “*Umwelt*”, um conceito que se baseia na percepção subjetiva dos animais em relação ao ambiente em que está inserido.

¹ Este capítulo apresenta resultados parciais do projeto de pesquisa “O ecossistema comunicativo das histórias em quadrinhos na web”, realizado por Anielly Laena Azevedo Dias, sob orientação da Profa. Dra. Mirna Feitoza Pereira, no PPGCCOM/UFAM.

² Mestre em Ciências da Comunicação (PPGCCOM/UFAM). aladias@gmail.com

³ Doutora em Comunicação e Semiótica (PUC-SP), professora do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da UFAM e líder do Mediação – Grupo de Pesquisa em Semiótica da Comunicação. mirnafeitoza@gmail.com.

Com essa visão, o biosemiotista já postulava, epistemologicamente, uma teoria sistêmica onde sujeito e objeto são elementos inter-relacionados e que fazem parte de um todo, pois segundo o autor “[...] é impossível examinar objetos isolados de seu ambiente; em cada caso pode-se observar tão-só interações entre sujeitos (incluindo sujeitos observadores) e objetos” (UEXÜLL, 2004, p. 21).

A partir dessas considerações, novas concepções foram surgindo e assim, as espécies de animais e plantas foram agrupadas por associações e por suas relações alimentares. Surgiu ainda, o conceito de “superorganismo” proposto pelo ecólogo norte-americano Frederic Clements, em 1916, referindo às comunidades vegetais. Todavia, Arthur Tansley, em 1936, rejeitando o conceito proposto por Clements, apresenta o termo “ecossistema”, isto é, um sistema em que aborda não apenas os aspectos dos organismos vivos (vegetais e animais), mas leva em consideração também os fatores físicos e as relações entre esses organismos.

Ampliando o conceito de ecossistema, observamos que o mesmo é composto basicamente por dois sistemas: o biótico (vivos) e o não-biótico (não vivos) e isso lhe confere uma estrutura organizacional. Essa organização é definida como: produtores, consumidores e decompositores; e suas relações compreendidas pelos fluxos energéticos e ciclagem de nutrientes (KORMONDY et al., 2002, p. 31). Nesse sentido, ecossistema pode ser interpretado com um sistema complexo onde se observa uma relação de dependência entre os diversos sistemas (os organismos, os fatores físicos e os ambientes). Sendo que essa dependência acaba por alterar cada um desses sistemas.

Recorrendo ao conceito de ecologia da comunicação, Mirna Feitoza Pereira, a partir de 2001, desenvolveu sua tese de doutorado intitulada “‘Porcarias’, inteligência, cultura: semioses da ecologia da comunicação da criança na linguagem do entretenimento, com ênfase nos games e desenhos animados”, no qual analisa a relação da criança com as linguagens do entretenimento. Assim, a autora propõe uma ecologia da comunicação mediada por processos sógnicos, isto é, a compreensão da comunicação midiática a partir dos processos inventivos da inteligência, observando a relação das crianças com as linguagens dos videogames e desenhos animados. Trabalhando com três sistemas heterogêneos: sistemas biológicos humanos (crianças), sistemas tecnológicos (suportes das mídias) e sistemas do entretenimento (desenhos animados e videogames), a pesquisa de Pereira encaminhou para a seguinte concepção:

Ao mergulhar nos processos sógnicos dessa ecologia, a criança alfabetiza-se nos códigos das linguagens disponíveis no ambiente, trabalhando suas demandas de elaboração de linguagem. Nesse contexto, são os signos que a criança devolve para o mundo, em sua produção de comunicação, que representam os conhecimentos adquiridos no processo. (PEREIRA, 2011. p. 2).

Além de sua tese, Pereira tem ampliado os estudos referentes à ecologia da comunicação através de orientações de iniciações científicas e dissertações de mestrado, na qual destacamos o trabalho de Mesquita (2011) sobre o processo comunicativo do museu virtual.

Ambos os trabalhos, partem da premissa de que os processos comunicativos não podem ser encarados como algo isolado, é necessário, portanto, ampliar o foco de visão para o ambiente no qual está inserido o objeto, sendo que ambos (ambiente e objeto) co-relacionam entre si. Desta maneira, baseados nos estudos sobre a ecologia da comunicação Pereira (2011) apresenta a seguinte definição:

Entender que a comunicação não é um fenômeno isolado [...]. Significa que o ambiente que a envolve é constituído por uma rede de interação entre sistemas diferentes e que estes, embora diferentes, dependem um do outro para co-existir. Significa ainda que modificações nos sistemas implicam transformações no próprio ecossistema comunicativo, uma vez que este tende a se adaptar às condições do ambiente, e, no limite, na própria cultura. (PEREIRA, 2011, p. 3).

Prosseguindo a compreensão dos ecossistemas comunicacionais, identificamos a Internet como a “grande rede”, onde os indivíduos conectados formam grupos (sociedades) que interagem a partir de interesses comuns. Assim, os avanços tecnológicos modificam a sociedade antes vista de forma isolada, agora transformada, passa a ser denominada como “sociedade em rede”, conceito empregado pelo sociólogo espanhol Manuel Castells, em 1999. Isso permite compreender as conexões existentes em todas as esferas da sociedade mediada, principalmente, pelos suportes tecnológicos. Assim, através dos conceitos ecológicos é possível identificar a internet como sendo o espaço (ambiente) de interação entre produtores e consumidores (organismos) e semelhante ao conceito proposto por Tansley (1936) a relação entre esse sistema é o que caracteriza a internet como um “ecossistema comunicacional”, pois nesse espaço, há uma variedade de sistemas (midiáticos) onde gera e

produz informação de formas distintas.

Essa mudança nos leva a romper com métodos e técnicas empregados, até então, nos estudos da comunicação. E partindo de uma visão sistêmica, encontramos na semiótica a possibilidade teórica que permite olhar o objeto, neste caso, as histórias em quadrinhos, analisando as modificações ocorridas na sua linguagem ao se transmutarem ao suporte digital. Nesse sentido, observamos que o encontro entre o sistema do entretenimento e o sistema tecnológico gera um novo produto, num fluxo constante de codificação-decodificação-recodificação dos signos, alimentando assim, o ciberespaço. Como se pode observar, na figura 1, que mostra a inter-relação dos sistemas do entretenimento (HQs) e o sistema tecnológico (*Web*) e a partir da semiose cria-se outro sistema (*webcomics*), sendo que esse sistema apresenta características dos dois sistemas anteriores (S.E. e S.T.).

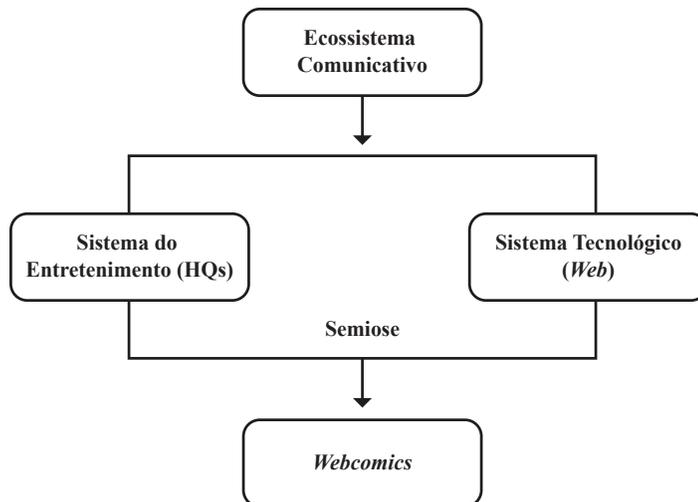


Figura 1: Ecosistema Comunicativo do Sistema Entretenimento e do Sistema Tecnológico

Apropriando-nos do conceito da “*Umwelt*”, proposto por Uexküll (1909) e de “ecossistema” elaborado por Tansley (1936) observamos que para chegar à compreensão de como as histórias em quadrinhos se modificam no ambiente da *web* é necessário analisar não apenas a relação entre os sistemas heterógenos, mas principalmente, identificar os sistemas que modelizam a linguagem de cada sistema (Entretenimento e Tecnológico). Assim, ambos os sistemas (HQs e *Web*) são compostos por códigos distintos o que lhes atribui uma individualidade, própria a cada sistema. É interessante observar

que a partir da relação de sistemas tão distintos, cria-se um novo produto. De acordo com os conceitos da semiótica da cultura é necessário, no mínimo, dois sistemas (linguagem) para que haja um novo texto cultural, e, que essa relação é geradora e as diferenças servem para complementar cada sistema.

Dentro desse raciocínio, apropriamo-nos dos conceitos semióticos e sua relação com os estudos da comunicação para analisar o objeto em questão, neste caso, a relação entre o sistema do entretenimento (HQs) e o sistema tecnológico (*Web*). Tendo com o objeto de estudo a semiose (ação do signo), a semiótica, enquanto ciência se aproxima da comunicação, uma vez que seus estudos referem-se às transformações dos sistemas codificados, não se restringindo apenas na produção e emissão das mensagens. Sobre essa proximidade, encontramos a seguinte definição:

Nos estudos de comunicação distinguem-se duas grandes correntes de investigação, uma que entende a comunicação sobretudo como um fluxo de informação, e outra que entende a comunicação como uma “produção e troca de sentido”. A primeira corrente é a escola processual da comunicação e a segunda é a escola de semiótica. (FIDALGO, 1999, p.13).

A corrente denominada por Fidalgo (1999) como *Comunicação Processual* baseia-se na Teoria Matemática da Comunicação, desenvolvida por Shannon e Weaver (1949) para melhorar a comunicação nas linhas telefônicas. O modelo foi adaptado para os estudos da comunicação social, onde o processo de transmissão da mensagem ocorre num fluxo de: emissor (codificador); canal (meio/suporte); receptor (decodificador) e destino (compreensão da mensagem). Todavia, esse modelo linear elimina a possibilidade de diversidade, ou seja, a comunicação só será realizada com sucesso se a mensagem final for exatamente igual à mensagem inicial. Assim, qualquer modificação é interpretada como ruído, e vista como algo negativo que deve ser eliminado.

Fidalgo (1999) destaca ainda a semiótica como uma ciência que entende a comunicação como “produção e troca de sentido”. Neste aspecto, podemos concluir que a semiótica é uma ciência de caráter inter, multi e transdisciplinar; pois “toda e qualquer ciência, toda e qualquer disciplina, em si mesma, envolve processos sógnicos, pois definições, conceitos, articulações teóricas são feitas de linguagem” (SANTAELLA; NÖTH, 2004, p. 75).

Portanto, a grande contribuição da semiótica para os estudos da comunicação é a semiose, ou seja, o processo de relação dos signos, neste caso, o signo deve ser entendido como a “mediação entre algo a que ele se refere

ou aplica-se e os efeitos que serão produzidos no receptor” (SANTAELLA; NÖTH, 2004, p. 77). Assim, a semiótica marca a comunicação pela diversidade de possibilidades de interpretantes.

Na visão de Nöth, Peirce afirma que os processos sígnicos estão em toda parte, destacando os seguintes: *microsemiose* (processo sígnico molecular dos organismos); *endosseiose* (relações internas dos órgãos); *fitosseiose* (estímulos e respostas da vida das plantas); *zoosseiose* (o processo de comunicação dos animais); *antroposseiose* (comunicação dos seres humanos) e por último a *semiose das máquinas* (vida artificial, ciberespaço). (SANTAELLA; NÖTH, 2004, p. 77 apud NÖTH, 2001).

Apesar dessa vasta possibilidade de aplicação dos conceitos semióticos, a sua utilização exige do pesquisador uma sensibilidade para compreender a relação existente nesse processo.

Quando se procura exercitar o olhar semiótico sobre o mundo, o passo fundamental é o de identificar os processos de mediação, de interface, que dão sustentação a toda a complexidade atual dos fenômenos comunicativos do gesto à gestão. (MACHADO; ROMANINI, 2010, p. 93).

Isso reforça que o processo comunicativo é não-linear, pois a dinâmica social – neste caso, do indivíduo – é semelhante às modificações sígnicas. E que essa ação dos signos se altera através da mediação de e/ou com outros signos. Portanto:

O signo não apenas representa algo que não ele mesmo, ele faz isso com um terceiro. Embora essas duas relações- signo com significado e signo com interpretante - possam ser consideradas separadamente, quando elas o são, deixa de existir a questão do signo, que cede lugar a uma relação de causa e efeito, num caso, e de objeto/sujeito conhecedor, no outro. (DEELEY, 1990, p. 52-53).

Todavia, é necessário observar que na teoria semiótica, a semiose é o elemento primordial da investigação, definindo-se semiose como a “compreensão da interatividade dialógica entre códigos, discursos, linguagens que ocorrem em instâncias de enunciação”. (MACHADO, 2001, p. 282). Assim, a semiótica da comunicação se dá através da mensagem codificada, por signos, que ao circular gera uma resposta e não apenas a decodificação, neste caso, o processo funciona através da codificação-decodificação-recodificação.

Tal conceito rompe com os modelos “tradicionais” de comunicação,

compreendido como um transporte linear da informação. Para a semiótica da comunicação, a relação emissor-receptor é intercambiável. Desta maneira, “[...] chegamos, assim, ao caráter inequívoco da abordagem semiótica da comunicação: a produção de mensagem como produção de linguagem em ação *na e da cultura*” (MACHADO, 2001, p. 283). Além do mais, essa compreensão altera também a forma de análise dos meios de comunicação (*mass media*), objeto de investigação tanto da semiótica como da comunicação, pois para aquela, os meios são vistos como instrumentos de circulação da informação.

Nesse aspecto, observa-se que o meio efetivamente funciona como algo que se coloca entre uma ‘coisa e outra’, pois cabe a ele veicular aquilo que foi previamente estabelecido, o que o aproxima da ideia de um canal transmissor. (NAKAGAWA, 2008, p. 2).

Observamos ainda, que a funcionalidade dos meios de comunicação, principalmente com o desenvolvimento tecnológico, alterou a compreensão do que venha ser comunicação, uma vez que comunicação ultrapassa a ideia de transmissão de mensagem, mas principalmente a relação entre indivíduos que compartilham e/ou interagem no mesmo espaço. Por esse motivo, as análises feitas através dos conceitos semióticos acabam por contemplar de forma satisfatória todas essas transformações, onde o foco se distancia dos suportes e passa para a relação existente no processo, sendo, que os processos são construídos por linguagens – compostas por códigos.

Antes mesmo de ser objeto de transmissão, toda informação sofre a mediação do signo ao ser posta em código [...]. Se a base da linguagem é a interlocução, tudo, nela, é socializado e mediado por processos sógnicos. Quem fala, realmente, se dirige para alguém. Enviar implica receber; receber obriga retornar. Cada uma das partes da conversação funciona, então, alternativamente como falante e como ouvinte, numa via de mão dupla (MACHADO, 2007, p. 65-66).

Esse conceito situa a comunicação no século XXI, onde a dinâmica imposta pelo ciberespaço faz com que o indivíduo, até então isento do processo da produção midiática, passa a colaborar e influenciar intensamente nesse processo. “A dinâmica das codificações no processo de comunicação se manifesta finalmente também em processos de recodificação da passagem de um código a outro, em suma nos variados aspectos de tradução.” (SANTAELLA, NÖTH, 2004, p. 132). Portanto, concluímos que a comunicação e a semiótica

são áreas do conhecimento, que fazem utilização da linguagem como objeto de pesquisa, onde ambas se complementam.

Enquanto ciência, a semiótica tem como objeto a semiose, ou seja, ação inteligente do signo que gera a significação. Mas antes de adentrarmos nesse campo, precisamos compreender o que vem a ser o signo, uma vez que, é do interesse da semiótica o estudo dos signos. Sendo assim, o signo foi definido por Peirce como a forma de organização do pensamento, dito de outra maneira, como o pensamento é corporificado. Isso significa que o “signo é uma coisa que representa uma outra coisa: seu objeto. Ele só pode funcionar como signo se carregar esse poder de representar, substituir uma outra coisa diferente dele.” (SANTAELLA, 2005, p. 58).

De acordo com Deely (1990), Peirce desenvolveu ainda a noção de signo, representada por uma relação triádica, ou seja, a significação (o signo em si mesmo), a objetivação (a referencialidade do signo) e a interpretação (reações e efeitos provocados no interpretante). Assim, o signo depende de algo e não dele mesmo, pois “um signo, então, é um representante, mas nem todo representante é um signo. Para ser um signo, é necessária a representação de algo que não o próprio ser” (DEELEY, 1990, p. 54). Em outras palavras, para se chegar à significação é necessário um elemento (objeto) que possa representar e materializar o signo. Aqui, observa-se o caráter sistêmico desta ciência, ou seja, do movimento constante entre os signos.

Mas os estudos semióticos não podem ser caracterizados apenas pela classificação dos signos. Sua empregabilidade abrange outros aspectos, sendo que o principal objeto de estudo é a compreensão de como esses signos agem e geram mensagens, ou seja, a própria semiose.

Para Fidalgo (1999), a semiose pode ser entendida como um processo em que algo (objeto, imagem, sentido) funciona como um signo; sendo que esse processo requer uma análise que envolve quatro fatores: “o veículo sógnico - aquilo que actua como um signo; o *designatum* - aquilo a que o signo se refere; o interpretante - o efeito sobre alguém em virtude do qual a coisa em questão é um signo para esse alguém; e o intérprete - o alguém” (FIDALGO, 1999, p. 37).

Portanto, a grande contribuição da semiótica para os estudos da comunicação é a semiose, ou seja, o processo de relação dos signos, neste caso, o signo deve ser entendido como a “mediação entre algo a que ele se refere ou aplica-se e os efeitos que serão produzidos no receptor” (SANTAELLA, NÖTH, 2004, p 77). Em outras palavras:

A semiose como um tipo de atividade se distingue de outras, no sentido de que ela sempre envolve três elementos. Mas seu caráter é ainda mais próprio na medida em que um desses três elementos não precisa ser uma coisa existente. Em todos os outros tipos de ação, os atores são correlativos. Daí a ação entre eles, independentemente de quantos eles sejam, ser essencialmente diádica e dinâmica: para que ela ocorra, ambos os termos têm de existir (DEELEY, 1990, p 42).

Outro aspecto que devemos observar é que a comunicação inicia-se da relação das modalidades perceptuais e sensoriais, incluindo o ambiente físico, transcendendo as fronteiras do sensível (DEELEY, 1990, p. 32). Isso significa que o ato comunicativo ultrapassa a compreensão desenvolvida pelas teorias da comunicação, que destaca os *mass medias* como elemento primordial da comunicação.

É evidente que não estamos aqui desmerecendo a importância desses meios para a circulação da informação, porém, o que buscamos evidenciar é que a comunicação é gerada pela relação dos signos e que esses se manifestam além dos meios convencionais. Nesse sentido, os estudos semióticos servem para estabelecer as ligações entre um código e outro código, entre uma linguagem e outra linguagem. Servem para ler o mundo não-verbal e acaba de uma vez por toda com a ideia de que as coisas só adquirem significados quando traduzidas sob a forma de palavras (PIGNATARI, 1987, p. 17).

A funcionalidade da semiótica avança para os dias atuais quando nos voltamos para o desenvolvimento das relações humanas que ultrapassam os meios físicos e ganham destaque na virtualidade, promovida pelo ciberespaço. Nesse sentido, a comunicação não ocorre apenas na oralidade ou na escrita, ela se apresenta através do som, da cor, da imagem, do cheiro, manifestações culturais e etc. e amplia os sentidos da comunicação. Assim, os estudos semióticos surgem para enfatizar o papel da linguagem na vida social. Aqui compreendemos a linguagem como signos, verbais ou não-verbais, que interagem entre si e propiciam a mensagem.

A ciência semiótica apresenta um método próprio de análise. Isso depende inclusive, da escolha e da experiência do próprio pesquisador, isto é, do seu ponto de vista. E sua aplicação se dá em diversas áreas do conhecimento, uma vez que o signo não é estático, se manifestando principalmente nos estudos da comunicação. E elabora princípios de cientificidade, ou seja, possui um objeto definido (a semiose); um objetivo específico (entender como os signos agem entre si e geram uma interpretação) e apresenta métodos de análises, obedecendo, é claro, às diversidades existentes em cada corrente, isto

é: signos (semiótica peirciana), a linguagem verbal e não-verbal (na semiótica da cultura) e a signos verbais (semiótica greimasiana).

Semiótica da cultura: origens e conceitos

A Escola de Tártu-Moscou, surge nos anos 60 do século XX, na Estônia. Os pesquisadores, naquela época, buscavam compreender o papel da linguagem na cultura. “O eixo básico das investigações se orientou para o exame dos mecanismos semióticos que se manifestam em diferentes sistemas” (MACHADO, 2003, p. 25).

Apesar da existência de várias ciências que tinham como objeto o estudo da linguagem, os semioticistas russos questionavam a totalidade dessa codificação, ou seja, como um único sistema de códigos (linguagem) seria capaz de interpretar mensagens tão distintas? Dessa forma, os pesquisadores propuseram a noção de *traço* – que compõem diferentes sistemas de signos. “A ideia de que a cultura é a combinatória de vários sistemas de signos, cada um com codificação própria, é a máxima da abordagem semiótica da cultura que se definiu, assim, como uma *semiótica sistêmica*” (MACHADO, 2003, p. 27). Essa característica surge a partir dos estudos da cultura russa, contribuindo para o desenvolvimento da teoria do construtivismo russo, que influenciou as áreas das artes plásticas, literárias e cinematográfica. Enquanto ciência, a semiótica da cultura não possui uma doutrina, metodologia ou metalinguagem única, isso gera um estranhamento por parte de pesquisadores que desconhecem esse princípio.

Dessa forma, a semiótica da cultura surge para reivindicar uma indagação, capaz de revelar as ligações entre os sistemas, promovidas por diferentes conexões (MACHADO, 2002, p. 212). Tendo como uns dos principais precursores, Iuri Lotman, que realizou seus estudos baseado em teorias da informação e da comunicação; concentrou-se na interpretação dos códigos, na autocomunicação e na semiosfera como o contexto cultural da comunicação (SANTAELLA, NÖTH, 2004, p. 136).

Machado (2007), ao fazer uma leitura da obra de Lotman, revela as rupturas, abordada pelo teórico, nas teorias sobre a cultura existentes até então. “Se o foco dos estudos sobre semiosfera são os mecanismos de produção de signos [...] o acompanhamento dessas formações exige do observador ousadia de pensamento” (MACHADO, 2007, p. 58). Ousadia, característica de Lotman, que reformula a própria noção de cultura – dotada de inteligência e memória (capacidade gerativa) – essa passa a ocorrer na mente. Isso significa

que os signos existentes na cultura agem de maneira dinâmica, num processo de relações e conexões. Esse mecanismo gera uma “aparente” organização dos signos no espaço da semiosfera. Entretanto, sendo o signo algo vivo, as relações provenientes desses encontros são as mais diversas e improváveis.

Os conceitos sobre cultura desenvolvidos por Lotman (1979 e 1996) surgem a partir dos estudos dos fenômenos da linguagem e o seu papel na cultura. É importante destacar o princípio de acordo com o qual a cultura é informação. De fato mesmo quando tratamos com os assim chamados monumentos da cultura material, por exemplo, com os meios de produção, é preciso ter em mente que todos estes objetos desempenham na sociedade – que os cria e utiliza – uma dupla função. Por um lado eles servem de objetivos práticos e, por outro, concentrando em si a experiência da atividade de trabalho precedente, constituem um meio de conservação e transmissão de informações (LOTMAN, 1979, p. 32).

O autor ainda faz uma crítica aos modelos de análises da cultura existentes na Idade Média e Renascentista, e conclui que cada período e estrutura trarão uma interpretação, que resultará em novos códigos culturais, pois a comunicação não está desassociada da consciência criadora e essa se manifesta na complexidade do processo comunicativo. Nesse sentido, os estudos propostos por Lotman ganham destaque na Era da Informação, momento em que o desenvolvimento dos sistemas tecnológicos modifica a própria cultura.

Sob esse ponto, os conceitos da semiótica da cultura se aproximam dos estudos da cibernética, nos quais os autores usam as máquinas e as espécies de animais como modelos para compreender e explicar a comunicação, isto é, as transformações existentes no processo comunicacional a partir da evolução (da espécie, tecnológica e etc). Corroborando com esse pensamento, Kim (2004), destaca a Revolução Industrial como o princípio de um momento importante que contribuiu para o surgimento da cibernética e por consequência, o aparecimento do ciborgue – organismo cibernético composto por partes orgânicas e mecânicas – utilizado para compor alguns membros (partes) do corpo humano.

Um dos resíduos mais importantes que a cibernética legou à cibercultura trata da visão de que os seres vivos e as máquinas não são essencialmente diferentes. Essa noção se manifesta, em especial, nas tecnologias especializadas em mimetizar a vida (tecnologia da informação, robótica, biônica e nanotecnologia) e nas tecnologias especializadas em manipular a vida (as biotecnologias), onde a relação entre organismo e máquina depende intrinsecamente do texto, não só na forma de narrativa científica, mas

também na forma dos códigos que determinam o funcionamento tanto das máquinas (*softwares*) como dos seres vivos (o código genético).

Para explicar os processos sógnicos existentes na cultura, os semioticistas russos desenvolveram, ao longo de seus estudos, conceitos que serviram – e servem ainda hoje – como parâmetros para nortear novas investigações. Dentre eles destacamos aqueles que serviram para realizarmos essa pesquisa.

Entre os estudos elaborados pelos semioticistas russos destacamos o princípio informacional da cultura. Ao definirmos a cultura como informação, estamos dizendo que ela é composta por signos, ou seja, por textos culturais. Para Lotman (1996), o conceito de texto pressupõe que haja no mínimo dois tipos de linguagem (códigos). Assim, observa-se a dinamicidade do texto, ou seja, ele está em constante relação com outros tipos de texto gerando outras linguagens. Compreende-se o texto como um “espaço semiótico em que há uma interação, onde as linguagens interferem-se e auto-organizam-se em processos de modelização” (RAMOS et al., 2007, p. 31).

“Assim, o conceito de texto é interpretado de maneira diferente pela semiótica da cultura e pela linguística, pois para esta ciência o texto é a unidade de sentido” (RAMOS, et al., 2007, p. 33). Já para Lotman, o texto é composto por subtextos que dialogam constantemente, e apresentando três funções: *função comunicativa*, onde o texto é homogêneo e homo-estrutural, ou seja, a linguagem possui a função de transmitir a mensagem entre o emissor e receptor e a existência do ruído atrapalha o funcionamento do sistema; já na *função geradoras de sentido*, o texto é heterogêneo e hetero-estrutural, isto é, permite a variação de linguagem, pois a mesma contribui para o crescimento do texto, além do mais, o ruído gera a possibilidade de renovação; por último, temos a *função mnemônica* compreendida como a memória do texto, ou seja, a partir da relação do texto com diversos subtextos temos assim a criação de uma nova linguagem, porém esse novo texto carrega em si características dos textos anteriores (RAMOS, et al., 2007, p. 33).

Diante dessas funções, observamos a complexidade da cultura, permeada por uma interação, onde uma cultura não anula a outra, pelo contrário, esse contato produz novas linguagens. Por isso, os semioticistas russos buscavam compreender o dinamismo existente nessa relação, onde a cultura é viva e permanece em constante processo de transformação (semiose).

Se para haver um texto cultural é necessário no mínimo duas linguagens, podemos dizer então, que a cultura é manifestada pela linguagem. E para a semiótica da cultura linguagem é todo o sistema de signos que permite a comunicação. Nesse sentido, ela é mais que um ato verbal – vivenciado pelos

seres humanos – como definiu o linguista Roman Jakobson. Para este teórico, a linguagem serve como instrumento de comunicação entre os indivíduos e neste caso ela é interpessoal e intersubjetiva (MACHADO, 2007, p. 36).

Baseado nesse conceito, os semioticistas da cultura procuraram compreender a estrutura, a organização e as relações existentes na linguagem (verbal e não-verbal). Diante desse desafio, os pesquisadores observaram que “[...] a partir do momento em que comunicação se estende para esferas que excedem o contexto da linguagem verbal humana [...] os instrumentos teóricos da linguística torna-se insuficiente” (MACHADO, 2002, p. 213). Assim, os conceitos foram surgindo na tentativa de compreender a linguagem e sua relação como mundo, uma vez que a comunicação não ocorre apenas no campo linguístico, pois a semiótica se preocupa também com as relações existentes nas áreas cognitivas, visuais e perceptivas. Logo, podemos dizer que a linguagem ocorre através de diversos sistemas de signos. Parte dos estudos de Jakobson volta-se para a compreensão da semiose de diferentes sistemas de signos, como podemos observar a seguir:

[...] vale ressaltar a intervenção na linguagem enquanto símbolo gráfico-visual e sonoro. Pode-se agora completar nossa compreensão da semiose que se manifesta nos exercícios poéticos de criação da imagicidade sonora da linguagem. Quer dizer, a imagem visual traduz uma imagem sonora em sua condição de signo acústico. A sonoridade da palavra em seus traços fônicos (isto é, dos fonemas) é a matéria da criação poética; a semiose contudo, é fruto da transferência acústica que os sons da linguagem potencializam na leitura. (MACHADO, 2007, p. 137)

Até aqui, vimos que a cultura é informação. Seguindo esta assertiva, ela é manifestada através dos textos culturais, sendo estes gerados por sistemas culturais que funcionam como linguagem (verbal ou não verbal). Essa linguagem, porém, é estruturada através dos códigos. Assim como dissemos anteriormente, os pesquisadores da Escola de Tártu-Moscou entendiam que a cultura – em suas diversas manifestações – ocorria através da linguagem, sendo essa linguagem um instrumento da comunicação. Todavia, a informação contida nessa linguagem não era transmitida passivamente, antes, porém, ela era mediada por signos estruturados por códigos, através da semiose – assume em um momento – a forma (estrutura) como o signo aparece, em outro momento, sendo o próprio signo.

Entretanto, “o código não é um sistema fechado insensível às mudanças. Se, por um lado, o código impõe normas para a construção da

linguagem, por outro, revela-se um exercício de liberdade quando se abre para combinações” (MACHADO, 2002, p. 223). Desta forma, toda mensagem possui pelo menos dois códigos, os de emissão e os de recepção.

Essa dinamicidade do código ocorre através de propriedades, definida por Jakobson, como *conservação* e *mudança*. Mesmo recorrendo ao modelo de Shannon para explicar o funcionamento da linguagem, Jakobson compreendia que o processo de comunicação cultural não se limitava à transmissão. Para semiótica o código tem a função de transformação, mudança e retroalimentação (MACHADO, 2007, p. 66). Semelhante a outros conceitos da comunicação, a definição de código surge dos estudos cibernéticos. Para Wiener (1954), é através do código que ocorrem as manifestações de relação, transformação e tradução da linguagem num “jogo conjunto, de quem fala e de quem ouve, contra as forças da confusão” (WIENER, 1954, p. 90).

Destacamos a dinamicidade do código onde, ao mesmo tempo em que atua como agente regulador (estruturante) da linguagem sofre interferências do próprio ambiente em que está inserido. Assim o código pode ser classificado como variante ou invariante.

E é no código que tais modificações acontecem de maneira concentrada. Como expressão de invariâncias nas variações dentro do espaço-tempo do sistema, o código define a condição de linguagem de qualquer manifestação semiótica. Ao mesmo tempo em que se exprime como sistema de regras (invariantes), o código próprio sistema (variações). Nesta noção, predomina a oposição invariante (o que não muda) da variante (dinâmica). É contra tal pressuposto que o conceito semiótico de código se insurge (MACHADO, 2007, p. 70)

Jakobson citado por Machado (2007, p. 66). define a criação do alfabeto como o elemento consagrador do conceito de código como instrumento de organização da informação, que se procede através da escrita e que abrange não apenas no campo da linguística, mas outras áreas, embora haja uma distinção entre ambas.

Na teoria da comunicação e da informação, a representação implica um processo de conversão de sinais: o código é uma transformação convencional, ou um conjunto de regras não-ambíguas por meio das quais as mensagens são convertidas de uma para outra representação. A conversão, porém, ocorre no núcleo duro da representação, isto é, de sinais para sinais. No processo da comunicação linguística, porém, pôr a informação em código é apenas uma das etapas da formação

da mensagem. Em vez de uma mera transposição mecânica de sinais, a língua serve-se de código para produzir mensagens que só se constituem enquanto tal graças ao papel dos signos e da dinâmica geradora de significação das interações, isto é, em contextos socioculturais. Aqui, residem diferenças que, se não forem pesadas em suas proporções, correm o risco de serem reduzidas a regras intransponíveis. A geração de semiose graças à ação representativa do signo em nada assemelha a uma operação restrita ao núcleo duro do sistema. Pelo contrário, há sempre uma sobreposição de códigos. (MACHADO, 2007, p. 71)

Pode se atribuir ao código um caráter entrópico, o que permite a possibilidade de várias relações. Mesmo sendo pré-existentes (caso do alfabeto) é impossível prever as possibilidades de usabilidade desses códigos. Isso será observado no sistema do entretenimento, isto é, tem-se uma estruturalidade de códigos que organizam as histórias em quadrinhos, nos quais destacamos os balões, os quadros, as onomatopeias; mas seu uso depende exclusivamente do criador. Já em comparação à estrutura do sistema tecnológico, observamos que embora o quadrinhista disponibilize códigos que conduzam a interação do leitor, a escolha sempre é imprevisível ao criador.

Jakobson define ainda o código como a própria codificação da mensagem. Em outras palavras, o código transforma a informação de maneira que possa ser interpretado pelo receptor. Essa transformação pode ser em códigos escritos, visuais, sonoros. Assim, o código age através da semiose. Todavia Machado (2007) destaca que “o código é imprescindível para a constituição da linguagem; contudo, nem a linguagem nem o conhecimento que dela se alcança podem ser reduzidos ao código” (MACHADO, 2007, p. 83).

Portanto, para o exercício de compreensão do objeto, faz-se necessário “reconhecer diferenças entre códigos é fundamental para a distinção das linguagens e, conseqüentemente, para o exercício de produção e recepção” (MACHADO, 2002, p. 214). Sendo que a mediação dos códigos gera e acompanha de um ponto ao outro. Dito de outra maneira é a partir da transmissão do código que o ambiente torna-se favorável à semiose. (MACHADO, 2002, p. 216). Observamos ainda que, para o pesquisador, ao iniciar sua pesquisa, ele desconhece o próprio código que compõem a linguagem em questão. Assim, o desafio é identificar o código para compreender as demais relações nas linguagens.

Como dito anteriormente, o código atua como elemento que estrutura e organiza a linguagem e também recebe interferências dos ambientes nos quais

ocorrem as relações. Nesse sentido, destacamos os sistemas modelizantes como sendo um fator que contribui para a regulação do próprio código. Logo, se para os semioticistas a linguagem é um sistema de signos, o mesmo sistema deve ser organizado em estrutura de códigos, capaz de gerar e transmitir uma informação.

Lotman (1978) busca o conceito de “modelização” da informática e da cibernética – termo entendido como uma operação encarregada da auto-organização e controle da comunicação de mensagens contidas nas máquinas – para propor a organização da linguagem como um todo. No campo da cultura, modelização passa a ser “regulação de comportamento dos signos para constituir sistemas” (RAMOS et al., 2007, p. 29). De acordo com a semiótica da cultura, quanto mais modelos de signos existirem, mais rica será a cultura.

Vale ressaltar, que os sistemas modelizantes se dividem em: sistemas primários – a linguagem verbal por possuir uma estrutura – e sistemas secundários – os demais sistemas culturais, por serem constituído de uma estruturalidade, porém admitiram uma relação (combinação) com outros sistemas de signos. Portanto, “do ponto de vista semiótico, todos os sistemas da cultura são suscetíveis de modelização em diferentes níveis” (MACHADO, 2002, p. 228).

Para a Escola de Tártu-Moscou, o processo de comunicação não se restringe apenas à dinâmica de transmissão de informação entre emissor e receptor, sendo este último elemento passivo do processo comunicativo. Para os semioticistas russos, o processo é mais participativo, ou seja, a comunicação é composta pela codificação-decodificação-recodificação.

A recodificação depende da ambiência em que esse receptor esteja inserido, ou seja, a partir do seu contato e de sua experiência com o mundo ele fará uma interpretação da mensagem para gerar novos signos. Assim, compreende-se que a recodificação “é atividade responsiva que altera os papéis nas trocas comunicacionais de emissão e recepção: ao recodificar uma mensagem o receptor assume o papel de emissor” (MACHADO, 2002, p. 221).

Essa compreensão situa a comunicação no século XXI, em que a dinâmica imposta pelo ciberespaço faz com que o indivíduo, até então isento do processo de produção midiática, passa a colaborar e influenciar intensamente nesse processo. Neste sentido, os sistemas (indivíduo e meios de comunicação) atuam de maneira integrada e recodificam o próprio sistema comunicativo, pois essa relação é vista por Lotman (1996) como um processo produtivo.

Como ahora podemos suponer, no existen por sí sólos em forma aislada sistemas precisos y funcionalmente unívocos que funcionan realmente. La separación de éstos condicionada únicamente por una necesidad heurística. Tomando por separado, ninguno de ellos tiene, em realidade, capacidad de trabajar. Sólo funcionan estando sumergidos em um continuum semiótico, completamente ocupado por formaciones semióticas de diversos tipos y que se hallan em diversos niveles de organización (LOTMAN, 1996, p. 11).

Mas, se a cultura é vivenciada nesse ambiente de interação entre vários sistemas que modelizam os códigos, como garantir a individualidade de cada código? Por isso, para os semioticistas russos, essa conservação de característica ocorre através da fronteira. Assim, a fronteira é um mecanismo onde é possível apreender a individualidade e a diversidade que compõem cada signo. Portanto, “definir a complexidade da fronteira semiótica exige o confronto com a noção de ambivalente: a fronteira tanto une quanto separa” (RAMOS et al., 2007, p. 38).

Dessa forma, fronteira pode ser interpretada como um mecanismo, onde ocorre o encontro dos diversos sistemas de códigos que produzem novos códigos. Entretanto, a fronteira serve como um “filtro” capaz de preservar as características de cada código, ao mesmo tempo em que permite a interação entre eles.

Os textos culturais, portanto, formam a linguagem, sendo esta composta através dos códigos, os mesmos são estruturados pelos sistemas modelizantes. Essa relação ocorre nas fronteiras, gerando a recodificação que produz novas linguagens, num processo dinâmico e dialógico que caracteriza a semiótica da cultura. Todo esse processo ocorre no espaço, denominado por Lotman (1996), como semiosfera. Tal conceito foi desenvolvido, em 1982, a partir do conceito de biosfera proposto por V.L. Vernadski. Nas palavras de Lotman, encontramos a semiosfera é o espaço no qual os signos geram sentidos, ou seja, “sólo dentro de tal espacio resultan posibles la realización de los procesos comunicativos y la producción de nueva información” (LOTMAN, 1996, p 11).

Assim, os próprios conceitos da Semiótica da Cultura trabalham em inter-relação, agindo de forma complexa. Para compreender essa dinâmica podemos observar diagrama 2 (abaixo), no qual é possível identificarmos o caráter sistêmico da semiótica da cultura. Aqui se percebe que a linguagem é composta por códigos. Os códigos se estruturam e são estruturados pelos sistemas modelizantes, e é através destes que a linguagem se recodifica.

Essa semiose ocorre no espaço denominado de fronteira, onde é possível o encontro de sistemas de signos heterogêneos, e que, apesar das diferenças, se relacionam de forma harmoniosa, preservando as características de cada sistema de signo. Assim, a fronteira serve também como filtro, que permite a geração, ao mesmo tempo em que conserva as características de cada signo. Essa correlação dos sistemas de signos ocorre em um ambiente, chamado de semiosfera.

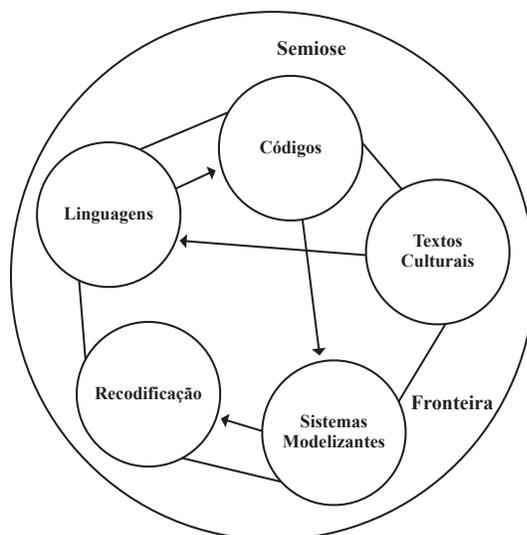


Figura 2: Relação entre os conceitos da Semiótica da Cultura – Semiosfera

Referências

CASTELLS, Manuel. **Sociedade em Rede : A Era da Informação: Economia, sociedade e cultura.** 10. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

DEELY, John. **Semiótica básica.** Traduzido por Julio Pinto. São Paulo: Ática, 1990.

FIDALGO, António. **Semiótica Geral.** Universidade da Beira do Interior, Covilhã. Janeiro de 1999. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-antonio-semiotica-geral.pdf>>. Acesso em: 05 abr. 2011.

KIM, J. H. Cibernética, ciborgues e ciberespaço: notas sobre as origens da cibernética e sua reinvenção cultural. **Horizontes Antropológicos**, Porto

Alegre, ano 10, n.21, p.199-219, jan/jun. 2004

KORMONDY, Edward J.; BROWN, Daniel E. **Ecologia Humana**. São Paulo: Atheneu. 2002.

KULL, Kalevi. Semiosfera e a ecologia dual: paradoxos da comunicação. In: MACHADO, Irene (Org.) **Semiótica da cultura e semiosfera**. São Paulo: Annablume/FAPESP, 2007

LOTMAN, Iuri. Acerca de La Semiosfera. In: Lotman, I. **La Semiosfera I: semiótica de la cultura y del texto**. Madrid: Frónesis Cátedra Universitat de València, 1996. p.11-26.

_____. Sobre o Problema da Tipologia da Cultura. SCHNAIDERMAN, B. (Org.). **Semiótica Russa**. São Paulo: Perspectiva, 1979. p.31-41.

_____. **A estrutura do texto artístico**. Lisboa: Estampa, 1978.

_____. **La semiosfera**. Madri: Catedra, 1996.

MACHADO, Irene. O Ponto de Vista Semiótico. In: HOLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C; FRANÇA, Vera Veiga (Orgs.). **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001. p.279-309.

_____. Semiótica como Teoria da Comunicação. In: WEBER, Maria Helena; BENTZ, Ione; HOHLFELDT, Antonio (Orgs.). **Tensões e objetos da pesquisa em comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2002. p. 209-247.

_____. **Escola de Semiótica. A experiência de Tártu-Moscou para o estudo da cultura**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.

_____. Circuitos Dialógicos: para além da transmissão de mensagens. In: MACHADO, Irene. (Org.) **Semiótica da cultura e semiosfera**. São Paulo: Annablume/FAPESP, 2007. p. 57-68.

_____. SEMIOSFERA[BR] **Um novo domínio de ideias científicas para o estudo da cultura**, 2006. Disponível em:

<[http://www.pluricom.com.br/forum/semiosfera-br-um-novo-dominio-de-](http://www.pluricom.com.br/forum/semiosfera-br-um-novo-dominio-de)

ideias>. Acesso em 23 jun. 2010.

_____. ROMANINI, Vinicius. Semiótica da Comunicação: semiose da natureza à cultura. **Revista Famecos**. Porto Alegre, v. 17, n. 2, maio/agosto, 2010. Disponível em:

<<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/7546/5411>>. Acesso em: 08 abr. 2011.

MESQUISTA, Walter Frank Lopes. **O museu virtual como ecossistema comunicativo**: um estudo da semiose dos processos comunicativos do google art project. 2011. 150 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade Federal do Amazonas, Manaus, AM, 2011.

NAKAGAWA, R. M. O. O Ponto de Vista Semiótico dos Meios. In: CONGRESSO DE CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE – Intercom Sudeste, 13., 2008, São Paulo. **Anais...** São Paulo: USP, 2008.

PEREIRA, Mirna Feitoza. **“Porcarias”, inteligência, cultura**: semioses da ecologia da comunicação da criança com as linguagens do entretenimento, com ênfase nos games e desenhos animados. 2005. Tese (Doutorado em Semiótica) -Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica – PUC/SP, São Paulo, 2005.

_____. Ecologia da comunicação: uma compreensão semiótica. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 12., 2008, São Paulo. **Anais eletrônico...** São Paulo: USP, 2008. Disponível em: <http://compos.org.br/data/biblioteca_352.pdf>. Acesso em: 28 set. 2009.

_____. As linguagens do Entretenimento: semeiosis. **Semiotica e Transdisciplinaridade em Revista**, v. 1, p. 1-10, 2010.

_____. Ecossistemas comunicacionais: uma definição conceitual. In: MALCHER, Maria Ataíde; SEIXAS, Netília Silva dos Anjos; LIMA, Regina Lúcia Alves de; AMARAL FILHO, Otacílio (Org.). **Comunicação midiaticizada na e da Amazônia**. Belém: Fadesp, 2011. Série Comunicação, Cultura e Amazônia, v. 2.

RAMOS, Adriana Vaz et al. Semiosfera: explosão conceitual nos estudos semióticos. In: MACHADO, Irene (Org.) **Semiótica da cultura e semiosfera**. São Paulo: Annablume/FAPESP, 2007. p. 27-46.

_____. NÖTH, Winfried. Modelos da teoria da comunicação: a comunicação na semiose e dialogia; A semiótica na comunicação. In: **Comunicação e Semiótica**. São Paulo: Hacker, 2004.

UEXÜLL, Thure von. A teoria da Umwelt de Jakob Von Uexküll. In: **Revista Galáxia**, n.7, p. 19 – 42, abr. 2004.

WIENER, N. **Cibernética e sociedade**: o uso humano dos seres humanos. Traduzido por José Paulo Paes. São Paulo, Cultrix, 1954.

ZALIZNIÁK, A. A; IVANOV, V. V; TOPOROV, V. N. Sobre a possibilidade de um estudo tipológico-estrutural de alguns sistemas semióticos modelizantes. Traduzido por Aurora R. Bernardini. In: SCHNAIDERMAN, Bóris. (Org.). **Semiótica Russa**. São Paulo: Perspectiva, 1979. p. 81-93.



O uso das TICs - tecnologias da informação e da comunicação na reabilitação de pacientes hansênicos

Júlio César dos Santos Boechat¹
Carlos Henrique Medeiros de Souza²
Rosalee Santos Crespo Istoe³

Resumo: Este capítulo tem por objetivo apresentar algumas reflexões que se desencadeiam a partir da importância dos estudos sobre a utilização das TICs - Tecnologias da Informação e da Comunicação e suas contribuições para a reabilitação de pacientes com sequelas hansênicas. Tem como finalidade, avaliar as contribuições desses recursos, como ferramenta para a evolução no processo de reabilitação em pacientes com sequelas hansênicas classificados com grau II de incapacidade física. Propõe-se a utilização do ambiente virtual na busca de modernizar e associar o uso de novas tecnologias em seus métodos terapêuticos, utilizando jogos eletrônicos do X-BOX que associando o Kinect pode contribuir no processo de reabilitação desses pacientes portadores de sequelas motoras em membros com perdas cognitivas funcionais.

Palavras-chave: Tecnologias da Informação e da Comunicação. Hanseníase e Perdas Cognitivas.

Introdução

Esta pesquisa se justifica pela importância de verificar como as tecnologias da comunicação e da informação, por meio dos jogos eletrônicos ou os ambientes virtuais, podem ser mais uma das ferramentas importante no tratamento de pacientes portadores de hanseníase com grau II de incapacidade física, com sequelas em extremidades dos membros, buscando uma nova perspectiva na elaboração de métodos terapêuticos reabilitativos, onde o lúdico do espaço virtual pode servir como fator motivador de aquisição ou

¹ Fisioterapeuta. Mestrando em Cognição e Linguagem pela Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro - UENF. Endereço: Av. Presidente Vargas nº 400, casa 19 – Pecuária- Campos dos Goytacazes/RJ, Brasil. Tel. (22) 9824-2898 E-mail: julioboechat@yahoo.com.br

² Doutor em Comunicação e Mídia – ECO/UFRJ, Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Cognição e Linguagem - Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Campos dos Goytacazes/RJ, Brasil. Tel. (22) 2739-7179. - E-mail: chmsouza@uenf.br e chmsouza@gmail.com

³ Doutora em Saúde Pública – FIOCRUZ, Docente do Programa de Pós-Graduação em Cognição e Linguagem na Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Campos dos Goytacazes/RJ, Brasil. Tel. (22) 2748-6153 - E-mail: rosaleeistoe@gmail.com

reaquisição de habilidades manuais perdidas em consequência da Hanseníase ou como seqüela da mesma.

Esta etapa do estudo encontra-se na fase dos levantamentos teóricos e na observação de sujeitos de uma pesquisa maior que esta sendo desenvolvida no programa de Pós- graduação em Cognição e Linguagem da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro- UENF, com recursos da FAPERJ – Fundação de Amparo a Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro.

Partimos do pressuposto que o tratamento e reabilitação de pessoas acometidas pela hanseníase nos possibilita observar as sequelas que alguns pacientes portam como resultado desta moléstia. É uma doença que além de acometer a pele agride também nervos periféricos principalmente nos olhos, nas mãos e pés.

É extremamente incapacitante afetando os movimentos e a sensibilidade pelo comprometimento sensitivo e motor dos troncos nervosos. As mãos, não só elas, mas principalmente, afetam diretamente a qualidade de vida dessas pessoas por interferir na realização de atividades de vida diária, no trabalho, na expressão corporal da linguagem e na autoestima do sujeito. A hanseníase é uma doença que, apesar de milenar, ainda há, por parte da população, uma enorme desinformação em torno dela. É lembrada pelos escritos bíblicos por histórias de isolamento e repúdio social, pelo aspecto físico das pessoas acometidas. O Brasil hoje é o segundo lugar no mundo em casos diagnosticados, só perdendo para a Índia.

Apesar de curável pelo uso de poliquimioterápicos, necessita de cuidados especiais, pois o bacilo de Hansen pode deixar sequelas principalmente nos olhos e membros superiores e inferiores. Estas sequelas são classificadas por grau de incapacidades físicas de acordo com as complicações em grau 0 (zero), grau I (um) e grau II (dois) neste caso com complicações cognitivas funcionais, levando a uma diminuição na qualidade de vida e de atividades de vida diária (AVD's) que podem ser reduzidas pelo diagnóstico precoce, tratamento e prevenção.

Em pacientes com grau II de incapacidade, o tratamento é longo, gradativo, e de resultado lento, pois envolve um reaprendizado motor e recuperação das perdas cognitivas funcionais.

Propõe-se como objetivo neste trabalho a utilização do ambiente virtual na busca de modernizar e associar o uso de novas tecnologias de comunicação em seus métodos terapêuticos, analisando como uso de Recursos Digitais pode contribuir como ferramenta para a evolução positiva no processo de reabilitação em pacientes com sequelas hanseníase classificadas com grau II de incapacidade física.

Foi realizada uma abordagem qualitativa de caráter exploratório que realizou um levantamento bibliográfico relacionando o uso de recursos tecnológicos de comunicação e informação ou o espaço virtual que utiliza jogos eletrônicos com dispositivos de controle, com o processo reabilitativo em pacientes acometidos por hanseníase, classificados com grau II de incapacidade física, segundo critério de Avaliação de Grau de Incapacidades Físicas recomendados pelo Programa Nacional de Controle de Hanseníase da Secretaria de Vigilância em Saúde do Ministério da Saúde.

Aliando a eficiência cada vez maior dos equipamentos, como velocidade, capacidade de memória e taxas de transmissão à baixa contínua dos preços dos produtos de informática, podemos entender que a partir da influência exponencial das tecnologias da informação e da comunicação em nossas vidas e as mutações culturais e sociais que a acompanham. Podemos então iniciar este complexo, porém instigante estudo interdisciplinar que busca aliar o uso das TICs nas demandas na área da Saúde Pública.

Tecnologias da informação e da comunicação

A profunda transformação vivida pela sociedade impulsionada por uma revolução de ordem tecnológica é um processo irreversível que exige nova postura em vista a obtenção de informações e conhecimentos.

No início deste terceiro milênio, o homem se vê assaltado por vários acontecimentos de importância histórica que vêm transformando o cenário social da vida humana. O mundo se transforma motivado por uma revolução de ordem tecnológica centrada nos processos de informação e da comunicação que geram incessantes mudanças nas organizações e no pensamento humano e descortinam um novo universo no cotidiano das pessoas.

Crenças como essas só fazem potencializar a resistência aos novos meios de comunicação e da informação que possibilitam a ampliação do conhecimento e colocam a humanidade diante de uma verdade da qual não se pode escapar: os valores, as atitudes e os modos de pensamento estão sendo condicionados por um novo pensamento moldado pelas tecnologias e recursos comunicacionais (SOUZA, 2004).

Suscita discussões intermináveis a relação existente no ciberespaço, que faz parecer às pessoas que o homem conversa com a máquina e com ela estabelece diálogos intermináveis.

Com a globalização, termo atualizado por muitos autores para mundialização, o mundo ficou pequeno e as (novas) tecnologias propõem o início da interatividade e, à medida que novas tecnologias - e estas acontecem

de modo cada vez mais veloz - vão surgindo, é necessário que nos atualizemos em busca das novidades sob pena de, não o fazendo, ficarmos marginalizados nessa nova sociedade onde um paradigma inovador impõe a informação como condição máxima de sobrevivência.

Souza aponta que esse processo de mundialização crescente atinge não só os setores ligados diretamente às formas de comunicação, aos transportes e ao capital, mas a todos os segmentos do viver humano, como a ciência, a filosofia, o corpo e o sono. Para Souza (2008 apud LÉVY) essas transformações nada mais são do que o próprio processo de constituição do homem:

A conquista espacial persegue explicitamente o estabelecimento de colônias humanas em outros planetas [...]. Os avanços da biologia e da medicina nos incitam a uma reinvenção de nossa relação com o corpo, com a reprodução, com a doença e com a morte [...] seleção artificial do humano transformado em instrumento pela genética. O desenvolvimento de nanotecnologias capazes de produzir materiais inteligentes em massa, simbióticos microscópicos artificiais de nossos corpos [...] poderia modificar completamente nossa relação com a necessidade natural e com o trabalho, e isso de maneira bem mais brutal. [...] Os progressos das próteses cognitivas com base digital transformam nossas capacidades intelectuais tão nitidamente quanto o fariam mutações de nosso patrimônio genético. As novas técnicas de comunicação por mundos virtuais põem em novas bases os problemas do laço social [...] a hominização, o processo de surgimento do gênero humano não terminou, mas acelera-se de maneira brutal. (SOUZA, 2008, p. 46)

Sabemos que a nova tecnologia da informação e da Comunicação abre possibilidades para atingir melhores resultados na área cognitiva. Novas formas de mensagens interativas apareceram e vimos o surgimento dos videogames, as interfaces e interações sensório-motoras e o surgimento dos famosos hipertextos (SOUZA, 2008).

Este novo paradigma requer, conseqüentemente, uma nova forma de construir o conhecimento, que deve estar voltado preferencialmente para o que acontece no mundo hoje, agora, e esta possibilidade o ciberespaço, conceito definido por Lévy (1991) como um espaço mediado pelas tecnologias da comunicação e da informação que esta constituído por aparatos tecnológicos, pessoas e formas de comunicação, pode fornecer com grande propriedade, já que oferece uma gama de dados que podem ser acessados, de forma

autônoma, em aparelhos eletrônicos presentes em casa, no trabalho, na escola, na igreja e nos locais de lazer, cujas principais características são a mutação e a multiplicidade. Um não lugar, assim chamado por muitos, uma nova forma de expressão onde possamos formar, inventar e fabricar conceitos.

Como negar, portanto, a eficiência deste novo meio de comunicação? Afirmar e reafirmar os aspectos negativos deste processo de modernização seria andar na contramão do desenvolvimento e escolher ficar à margem de um processo inexorável que avança sem nos darmos conta de suas proporções. Sabemos, no entanto, que este novo paradigma não implica sanar os problemas inerentes ao conhecimento, mas devemos estar abertos para mais esta possibilidade de busca contínua na reinvenção do saber que, desde os primórdios, faz o homem refletir e empenhar-se em atitudes inovadoras para o desenvolvimento da humanidade.

Desde que a informática passou a existir entre nós e, à medida que avança em eficiência, novos e velhos aspectos negativos são levantados e, não raro, ouvimos colocações acerca do isolamento pessoal a que leva o uso do computador e a navegação pela Internet, da substituição do homem no mundo do trabalho e do professor em sala de aula. É novamente o homem se sentindo ameaçado pelo desconhecido e se recolhendo feito animal acuado diante deste pseudofantasma que o afronta sem piedade e do qual foge em vez de tornar-se seu aliado.

Diante de tantas mudanças na sociedade moderna, trazidas pela cibercultura, inferimos que estamos diante de uma nova forma de produção social do espaço, na qual o tempo-real instantâneo é um tempo sem tempo e o novo dia-a-dia é destituído de espaço e matéria. A imagem-fluxo, a presentificação, a realidade virtual e as diversas possibilidades de comunicação no ciberespaço sugerem um novo ambiente: as cidades digitais.

E, de acordo com Costa (2000a) a imersão nesse novo ambiente propicia outra expectativa de realidade: a realidade virtual (RV). E continua dizendo que:

A Realidade Virtual utiliza avançadas tecnologias de interface, sendo que sua principal característica é a imersão, onde o usuário não fica em frente ao monitor, mas imerso em um mundo tridimensional artificial completamente gerado pelo computador. Com a RV, o usuário percebe, através de um ou mais sentidos, dados vindos da máquina, gerados em dispositivos especiais através de uma simulação interativa. É no aspecto de geração de sensações no usuário que reside o verdadeiro diferencial das interfaces de RV em relação às

interfaces comuns, pois o usuário se sente dentro do ambiente virtual. (COSTA, 2000a, p. 111)

A Realidade Virtual surgiu por volta da década de 30 a partir de simuladores de vôo. Por volta dos anos 50, com aprimoramento destes simuladores, foram incorporadas câmeras de vídeo, plataformas suspensas e projeção de imagens de acordo com as manobras praticadas pelo “piloto”. Paralelamente, foram sendo desenvolvidas aplicações usando teleoperações para realizar tarefas perigosas à distância e outros tipos de simuladores (COSTA, 2000).

A tecnologia de Realidade Virtual envolve alguns conceitos básicos:

- Imersão – sensação de estar dentro do ambiente, alcançada através de tecnologia específica, tais como óculos de projeção estereoscópica, telas especiais e luvas;
- Interação – capacidade do computador detectar as entradas do usuário e modificar instantaneamente o mundo virtual e as ações sobre ele;
- Envolvimento – grau de motivação do usuário em realizar as atividades dentro do mundo virtual;
- Presença – sentido subjetivo de que o usuário está fisicamente dentro do ambiente virtual. (WAUKE, 2005apud BURDEA, 2003, p. 07).

E ainda de acordo com Wauke (2005), o uso da Realidade Virtual tem sido bastante diversificado, incluindo áreas como:

- Arquitetura – possibilita a visualização prévia de projetos, permitindo economia.
- Interação Física com Dados Científicos – permite simulações de experimentos;
- Educação – permite simulações realísticas de ambientes de aprendizagem, principalmente com componentes perigosos;
- Marketing – possibilita a demonstração de produtos de difícil transporte de um lugar para outro;
- Medicina – uma das áreas que mais se privilegia dos recursos da tecnologia de Realidade Virtual. Alguns exemplos contemplam aplicações voltadas para a reabilitação cognitiva de pacientes com problemas neuropsiquiátricos, telecirurgias e visualização de estruturas anatômicas; e
- Entretenimento – jogos. (WAUKE, 2005, apud GLASGOW, 2003, p.08)

É assim que as novas tecnologias da informação e da comunicação, e especificamente o ciberespaço, com as possibilidades que encerram, adquirem importância fundamental e merecem destaque em qualquer reflexão que venha a ser feita sobre a importância e as demandas para uma educação na atualidade, uma vez que, estas já vêm sendo amplamente utilizadas em diversos setores da cultura contemporânea, correspondendo, portanto, o importante elemento constitutivo da base histórica sobre a qual se desenvolve o que vem sendo conhecida como sociedade da informação (SOUZA, 2008).

De acordo com Souza (2008, apud LÉVY, p. 37), o ciberespaço suporta tecnologias intelectuais que ampliam, exteriorizam e alteram muitas funções cognitivas humanas. Em um de seus trabalhos, Costa (2000) relata que:

Paralelamente, a tecnologia de Realidade Virtual (RV) vem se disseminando rapidamente por causa da baixa dos custos de equipamentos e aumento do número de ferramentas de autoria, que facilitam a construção de ambientes cada vez mais robustos. Aplicações de RV vêm sendo utilizadas em várias áreas do conhecimento através do desenvolvimento de projetos-piloto, que visam, principalmente, discutir e experimentar as possibilidades oferecidas por esta tecnologia e onde sobressaem-se, por seus resultados positivos, as experiências nas áreas de educação e medicina. Nestes contextos, a RV se apresenta como uma poderosa ferramenta para simular novos ambientes e situações, oferecendo uma nova abordagem para velhas questões e aumentando a eficiência de metodologias consolidadas (COSTA, 2000, p. 49).

As pessoas deixam a técnica falar por elas em vez de criticá-la e estudá-la para só então desafiar seus supostos benefícios ou acentuar seus malefícios. É preciso ir mais longe e não ficar preso a um ponto de vista, pois, certamente, a técnica e as tecnologias atuais muito terão a ensinar aos filósofos sobre a filosofia e aos historiadores sobre a história.

Antes de encarnar a forma contemporânea do mal e potência má e isolada, a técnica deveria ser vista não como um sistema isolado que agisse por si só, mas como instrumento que tem o homem concreto situável e datável por trás dele.

Os recursos digitais como ferramenta na reabilitação

Nos últimos anos, a tecnologia de Realidade Virtual vem sendo

amplamente utilizada nas mais diferentes áreas do conhecimento, em especial, nas ciências da saúde (CARDOSO, 2004). Ela continua relatando que:

Apesar de esta tecnologia estar em seus estágios iniciais de exploração prática devido, principalmente, aos altos custos e à complexidade dos equipamentos envolvidos, vários resultados têm apontado na direção do seu uso, ressaltando suas especificidades como fatores motivadores para a reabilitação de pacientes com diferentes tipos de danos e distúrbios cerebrais. Desta maneira, a Realidade Virtual pode ampliar as possibilidades terapêuticas das abordagens tradicionais, pois facilita o acesso a exercícios que estimulam habilidades variadas, sejam cognitivas ou motoras, através de AV que promovem associações mais diretas com as tarefas da vida diária (CARDOSO, 2004, p. 2).

De acordo com Costa (2000a), o sucesso do uso dos computadores na prática educativa e treinamento contribuem para que outras possibilidades sejam exploradas e abre novas perspectivas de aplicação em diferentes campos do conhecimento. Nos últimos anos, a área de saúde vem sendo impulsionada pelas novas tecnologias integradas aos procedimentos médicos, onde se destaca a utilização dos computadores para o treinamento e educação de pessoas portadoras de necessidades especiais.

Cardoso (2004) explica que a exploração dos Ambientes Virtuais por pessoas com deficiências diversas, oferece novas abordagens que são impossíveis de serem realizadas normalmente. Por estas razões, estes ambientes vêm sendo utilizados para apoiar terapias médicas em uma variedade de propostas, e incluem aplicações voltadas para atacar problemas causados por distúrbios de alimentação, fobias, autismo, lesões cerebrais traumáticas, paralisia cerebral, testagem de pacientes com danos cerebrais e ainda, para prevenir acidentes com pacientes idosos. A maioria destes exemplos é para reabilitação de funções cognitivas, mas algumas visam à recuperação de capacidades motoras.

Segundo Costa (2000a) citando Campos e Silveira (1998, p.107), programas de reabilitação visam desenvolver as potencialidades e diminuir as limitações destas pessoas, buscando desenvolver suas potencialidades físicas, mentais e sensoriais por meio da ajuda técnica proporcionada por diferentes modalidades de software.

Dentro desta perspectiva Costa (2000) citando Parente (1996), relata que:

A cognição como uma complexa coleção de funções mentais que incluem atenção, percepção, compreensão, aprendizagem, memória e raciocínio, entre outras. Estes atributos mentais permitem que o homem compreenda e relacione-se com o mundo e seus elementos. A cognição compreende todos os processos mentais que nos permitem reconhecer, aprender, lembrar e conseguir trocar informações no ambiente em que vivemos. Cognição também refere-se ao planejamento, solução de problemas, monitoramento e julgamento, que são consideradas como funções cognitivas de alto nível(COSTA, 2000, p. 22).

Logo, a Reabilitação Cognitiva (RC) é o processo que visa recuperar ou estimular as habilidades funcionais e cognitivas do homem, ou seja, reconstruir seus instrumentos cognitivos. Em muitos casos a RC vem complementar o tratamento farmacológico, necessário em vários tipos de distúrbios (COSTA, 2000b).

A Reabilitação Cognitiva trabalha com variados tipos de desordens e deficiências: desordens de atenção e concentração, negligência espacial e visual, deficiências de controle da fala e de movimentos, descontroles emocionais e de comportamento, entre outros (COSTA 2000 apud STRINGER 1996).

O contexto da hanseníase

A Hanseníase ainda é uma doença infecciosa crônica de elevada magnitude em vários países. Causada pela *Mycobacterium leprae* (Bacilo de Hansen) é capaz de infectar um grande número de pessoas, mas poucos adoecem sendo, portanto de alta infectividade e baixa patogenicidade. (BRASIL, 2010). Trata-se de uma doença que se manifesta através de sinais e sintomas dermatoneurológicos (MORENO, 2008).

De acordo com Araújo (2003) O *Mycobacterium leprae* foi descrito em 1873 pelo norueguês Gerhard Armauer Hansen. É bacilo álcool-ácido resistente, parasita intracelular com predileção pela célula de Schwann e pele, é doença infecciosa crônica onde a predileção pela pele e nervos periféricos confere características peculiares a esta moléstia, tornando o seu diagnóstico simples na maioria dos casos.

Historicamente a hanseníase é chamada de lepra e é mencionada em um dos tratados médicos chineses mais antigos o Nei Ching Su Wen por volta do ano de 2598 aC. sendo citado também em textos bíblicos como algo a ser temido, pois não se conhecia outra forma de controle a não ser o isolamento

(MORENO, 2008). Em 1970, o Brasil extinguiu oficialmente a palavra lepra substituindo pelo termo Hanseníase. (MACHADO, 2004)

Segundo Boti (2008) a imagem social da hanseníase é histórica, diz que o impacto provocado pela doença interfere no cotidiano do indivíduo que constantemente sofre preconceitos marcados por sofrimento, abandono, deformidades e problemas psicossociais e continua dizendo que nem o desenvolvimento da ciência foi suficiente para mudar a resposta ao medo e preconceito em relação a doença relacionando-a a fatores hereditários, pecado ou castigo.

Dados da Organização Mundial de Saúde – OMS (2008), em todo o mundo 249.007 novos casos foram diagnosticados no ano de 2008 sendo 39.047 casos no Brasil o que corresponde a mais de 15% dos casos, o que segundo dados oficiais do Ministério da Saúde colocam o Brasil como o segundo país em número de casos no mundo, perdendo apenas para a Índia. Segundo dados do Ministério da saúde em 2011 a incidência de novos casos diminuiu no Brasil em 15%, com 30.298 novos casos da doença sendo detectado, onde desses novos casos 2.192 foram entre menores de 15 anos.

Segundo Oliveira, 1998 apud Glatt e Alvin, cita em seu trabalho que:

A hanseníase é uma enfermidade de importância nacional, colocando o Brasil em segundo lugar no mundo pelos elevados coeficientes de incidência e prevalência, comprometendo homens e mulheres, acarretando sérios prejuízos de ordem bio-psico-social e econômico (OLIVEIRA, 1998, p. 52)

Martelli et al (2002) relatam que o Brasil é o único país da América Latina onde a doença não foi eliminada e que se tinha uma meta de eliminação para 2005, o que não ocorreu e segundo Moreno (2008) esta meta foi abandonada sendo orientadas as estratégias de controle da doença.

Confirmando esta citação, em um estudo mais recente Pontes (2008) relata que o Brasil tem diminuído seus índices de prevalência estando em 2006 em 1,5 casos/10.000 habitantes, meta próxima a proposta de eliminação da OMS que é de 1,0 casos/10.000 habitantes, mas que ainda mantém o Brasil como segundo país do mundo sendo área de alta endemicidade.

A Organização Mundial de Saúde reorganizou a meta brasileira e o objetivo era para que no final de 2010 alcançássemos 1,0 casos/10.000 habitantes o que não aconteceu. (PONTES, 2008, p. 735).

Características clínicas da hanseníase

Além de ser uma doença com agravantes inerentes às doenças de origem socioeconômica e cultural, é também marcada pela repercussão psicológica gerada pelas deformidades e incapacidades físicas decorrentes do processo de adoecimento (Brasil, 2008). Este escrito nos diz também que:

O bacilo de Hansen tem um tropismo especial pelas fibras nervosas, atingindo desde as terminações da derme aos troncos nervosos. A neuropatia da hanseníase é clinicamente uma neuropatia mista, que compromete fibras nervosas sensitivas, motoras e autonômicas. A sensibilidade cutânea é alterada em suas modalidades térmica e tátil, como sensibilidade profunda, na modalidade dolorosa. Sua distribuição anatômica se classifica como mononeurite múltipla, isto é, instala-se em um ou vários nervos (BRASIL, 2008, p. 22).

Santos (2008) complementa as informações sobre a hanseníase. Segundo o autor, “A doença é transmitida principalmente por meio do convívio com os doentes do tipo virchowiano ou dimorfo, que ainda não foram diagnosticados e não iniciaram tratamento” (SANTOS, 2008, p. 739). O homem é considerado como a única fonte de infecção. E provavelmente, o principal meio de propagação da doença é pelo aerossol da secreção nasal e gotículas do trato respiratório de pacientes não tratados. O aparecimento da doença e suas manifestações clínicas dependem da relação bacilo/hospedeiro e pode ocorrer após um longo período de incubação de 2 a 7 anos (PONTES, 2008). O autor ainda esclarece em seu trabalho que:

Dentre as pessoas que adoecem, algumas apresentam resistência ao bacilo, constituindo os casos paucibacilares (PB) com baixa carga bacilar, insuficiente para infectar outras pessoas, portanto não sendo consideradas fontes importantes de transmissão. Um número menor de pessoas não apresenta resistência ao bacilo, que se multiplica no organismo passando a ser eliminado para o exterior, podendo infectar outras pessoas, constituindo casos multibacilares (MB), considerados fontes de infecção e manutenção da cadeia epidemiológica da doença. Tendo em vista que a hanseníase não é estável em sua forma clínica, Ridley e Jopling propuseram uma classificação e cinco grupos que expressam a imunidade dos pacientes, em: lepromatoso (LL), borderline lepromatoso (BL) e borderline (BB) considerados multibacilares; borderline tuberculóide (BT) e tuberculóide

(TT) como paucibacilares; além de uma forma clínica inicial, indeterminada (HI) que pode evoluir para quaisquer das formas anteriores (PONTES, 2008, p. 735).

Santos (2008) relata em seu trabalho que a infecção é considerada de fácil diagnóstico e terapêutica. O esquema Poliquimioterapia (PQT), recomendado para o tratamento dos doentes, leva a cura em período de tempos relativamente curtos, sendo possível desenvolver atividades de controle da doença.

As manifestações hansênicas iniciam-se através de lesões de pele: manchas esbranquiçadas ou avermelhadas com perda de sensibilidade, sem evidência de lesão nervosa troncular, que ocorre em qualquer região do corpo, com maior frequência em face, orelhas, nádegas, no dorso e membros, podendo acometer também a mucosa nasal. Com a evolução da doença, manifestam-se as lesões nervosas, principalmente em troncos periféricos. Podem aparecer nervos desmielinizados e doloridos diminuição de sensibilidade nas áreas por eles inervadas, assim como redução de força muscular pelos nervos comprometidos. Essas lesões são responsáveis pela incapacidade e deformidade características da hanseníase (PONTES, 2008).

Tipos de hanseníase e avaliação de incapacidades

O diagnóstico precoce da doença é um fator importante no tratamento e na interrupção do contágio. Mas antes, durante e após o diagnóstico podem ocorrer processos inflamatórios que necessitem de outros tratamentos e acompanhamentos para evitar deformidades e incapacidades. Nesses casos, a identificação e o tratamento adequado das reações e das neurites são fundamentais. O tratamento adequado (quimioterapia específica, corticoterapia, cirurgia, etc.) com um monitoramento regular pode preservar a acuidade visual e a função neural. (BRASIL, 2008)

É importante que durante e após o tratamento os profissionais estimulem e encorajem a inclusão social dos pacientes. As dificuldades que os pacientes enfrentam podem ser identificadas mediante o uso das fichas de avaliação de incapacidade, avaliação neurológica simplificada e triagem, baseada em perguntas diretas, usando-se a Escala de Participação e SALSA (Triagem de Limitação de Atividade e Consciência de Risco) na unidade básica de saúde. (BRASIL, 2008)

Por meio de exames regulares feito em face, olhos, membros superiores e membros inferiores é possível identificar os problemas precocemente e tratá-los adequadamente. A avaliação sistemática permite ainda acompanhar o

tratamento, evitando-se danos maiores.

O resultado da avaliação neurológica deve ser registrado em formulário próprio, e a classificação do grau de incapacidades, no modelo adotado pelo Ministério da Saúde. A classificação do grau de incapacidade deverá ser feita no diagnóstico e na alta do paciente.

Segundo dados do Ministério da Saúde recomenda que:

A avaliação neurológica deverá ser feita:

- no diagnóstico da hanseníase;
- no decorrer do tratamento, em intervalos de três meses;
- mensalmente, durante neurites e reações, ou quando houver suspeita destas, durante e após o tratamento;
- na apresentação de queixas (ficar alerta às neuropatias silenciosas, quando não há queixas);
- na alta.

(BRASIL, 2008, p.40).

Todos os profissionais da equipe deverão estar aptos a participar deste processo, utilizando uma mesma linguagem, reforçando assim as informações e esclarecendo as dúvidas do paciente de forma constante e dinâmica. (BRASIL, 2008). O Programa Nacional de Controle da Hanseníase do Ministério da Saúde recomenda o uso dos formulários de Avaliação de Grau de Incapacidades bem como a Avaliação Neurológica Simplificada e torna obrigatório no acompanhamento dos pacientes.

O grau de incapacidade física avalia os sinais e sintomas presentes nos olhos, mãos e pés, onde é atribuído a classificação em grau 0 (zero) quando não há nenhuma manifestação decorrente da hanseníase, grau I (um) quando há perda ou diminuição de sensibilidade verificada através do estensiómetro da cor lilás (teste do monofilamento) e grau II (dois) quando além das manifestações nos olhos podem estar presentes nos membros lesões tróficas e ou traumáticas, garras em dedos, reabsorção óssea e pé ou mão caída.

Considerações Finais

Considerando que esta pesquisa nos permite vislumbrar através de pressupostos teóricos que a dicotomia entre avanços tecnológicos e Saúde pública podem estar na mesma direção. O uso de recursos tecnológicos e da linguagem comunicacional pode favorecer o processo de reabilitação de sujeitos acometidos com a Hanseníase, do tipo proposto neste artigo.

Na prática profissional na qual nos inserimos, percebemos que os

pacientes portadores de grau II de incapacidade física cujas sequelas são ainda mais evidentes, os mesmos necessitam de uma intervenção imediata para tentar reverter a perda de força muscular por meio de uma maior motivação durante o tratamento, pois na maioria dos casos os resultados em vista há uma recuperação são gradativos e lentos. A não permanência desses pacientes nos programas de reabilitação pode desencadear evoluções negativas na doença acentuando ainda mais as sequelas.

Consideramos importante a utilização de novas tecnologias da informação e da comunicação visando auxiliar e complementar métodos terapêuticos utilizados atualmente.

Referências

ARAÚJO, Marcelo Grossi. Hanseníase no Brasil. **Revista da Sociedade Brasileira de Medicina Tropical**, maio/ jun, 2003, p. 373-382.

BOTI, Nadja Cristiane Lappann; AQUINO, Kiane Aparecida. A via sacra da hanseníase de veganin. **Ver. Brasileira Enfermagem**, Brasília, v. 61(esp), p. 676-681, 2008.

BRASIL. **Lei Orgânica da Saúde 8.080**. Brasília, 1990.

BRASIL. **Lei Orgânica da Saúde 8.142**. Brasília, 1990.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Departamento de Vigilância Epidemiológica. **Guia de procedimentos técnicos: baciloscopia em hanseníase**/ Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Departamento de Vigilância Epidemiológica. Brasília: Ministério da Saúde 2010.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Departamento de Vigilância Epidemiológica. **Manual de prevenção de incapacidades** / Ministério da Saúde, Secretaria de Vigilância em Saúde, Departamento de Vigilância Epidemiológica. – 3. ed., rev. e ampl. – Brasília : Ministério da Saúde, 2008.140 p. : il. – (Série A. Normas e Manuais Técnicos) (Cadernos de prevenção e reabilitação em hanseníase; n. 1)

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Departamento de Vigilância Epidemiológica. **Manual de reabilitação e**

cirurgia em hanseníase / Ministério da Saúde, Secretaria de Vigilância em Saúde, Departamento de Vigilância Epidemiológica. – 2. ed. rev. ampl. Brasília : Ministério da Saúde, 2008. 148 p. : il. – (Série A. Normas e Manuais Técnicos) (Cadernos de Prevenção e Reabilitação em Hanseníase; n. 4)

BRASIL. Senado Federal. **Constituição Federal**. Brasília, 1988.
CARDOSO L, et al. **Utilização de ambientes virtuais na reabilitação de pacientes com lesão cerebral por AVC e TCE**. Edital CT-Saúde, 2004. Disponível em: <<http://www.sbis.org.br/cbis/arquivos/786.pdf>>. Acesso em: fev.2012

COSTA, R. M. E. **Ambientes virtuais na reabilitação cognitiva de pacientes neurológicos e psiquiátricos**. Tese (Doutorado em Ciência da Computação) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2000b. Disponível em: <<http://www.ime.uerj.br/~rcosta/PagTese.htm>>. Acesso: fev.2012.

COSTA, R.M.E.M.; CARVALHO, L. A.; ARAGON, D.; Novas Tecnologias Computacionais na Reabilitação Cognitiva. **3rd. Argentine Symposium on Healthcare Informatics**. Tandil, Argentina, p. 107-115, 2000a.

COSTA, R.M.E.M.; CARVALHO, L. A. **Experimentando um ambiente virtual com pacientes neuropsiquiátricos**. Disponível em: <<http://www.ime.uerj.br/~rcosta/Artigos/Art-Portugal2.PDF>>. Acesso em: fev. 2012.

GIOVANNINI, Giovanni (Org.). **Evolução na comunicação**. 2 ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987.

LÉVY, P. **A Inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. São Paulo: Loyola, 1998.

_____. **Cibercultura**. Rio de Janeiro: Ed.34,1999.

_____. **O que é o virtual?**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1996.

MACHADO, Kátia. Meta é erradicar a doença até 2005. Vai ser possível? **Ver. Radis – Comunicação em Saúde**, n. 27, nov. 2004.

MARTELLI Celina Maria Turchi; STEFANI, Mariane Martins de Araújo; PENNA, Gerson Oliveira; ANDRADE, Ana Lúcia S. S. Endemias e epidemias brasileiras, desafios e perspectivas de investigação científica: hanseníase. **Revista Brasileira de Epidemiologia**, v. 5, n. 3, 2002.

MORENO, Cléa Maria da Costa; ENDERS, Bertha Cruz; SIMPSON, Clélia Albino. Avaliação das capacitações de hanseníase: opinião de médicos e enfermeiros das equipes de saúde da família. **Ver. Brasileira Enfermagem**, Brasília, v. 61(esp), p. 671-675, 2008.

OLIVEIRA, Maria Helena Pessini de; ROMANELLI, Geraldo. Os efeitos da hanseníase em homens e mulheres: um estudo de gênero. **Cad. Saúde Públ.**, Rio de Janeiro, v. 14, v. 1, p. 51-60, jan./mar. 1998.

PONTES, Ana rosa Botelho; ALMEIDA, Maria das Graças Carvalho; XAVIER, Marília Brasil; QUARESMA, Juarez Antônio Simões; YASSUI, Edna Aoba. Detecção do DNA de *Mycobacterium leprae* em secreção nasal. **Ver. Brasileira Enfermagem**, Brasília, v. 61(esp), p. 734-737, 2008.

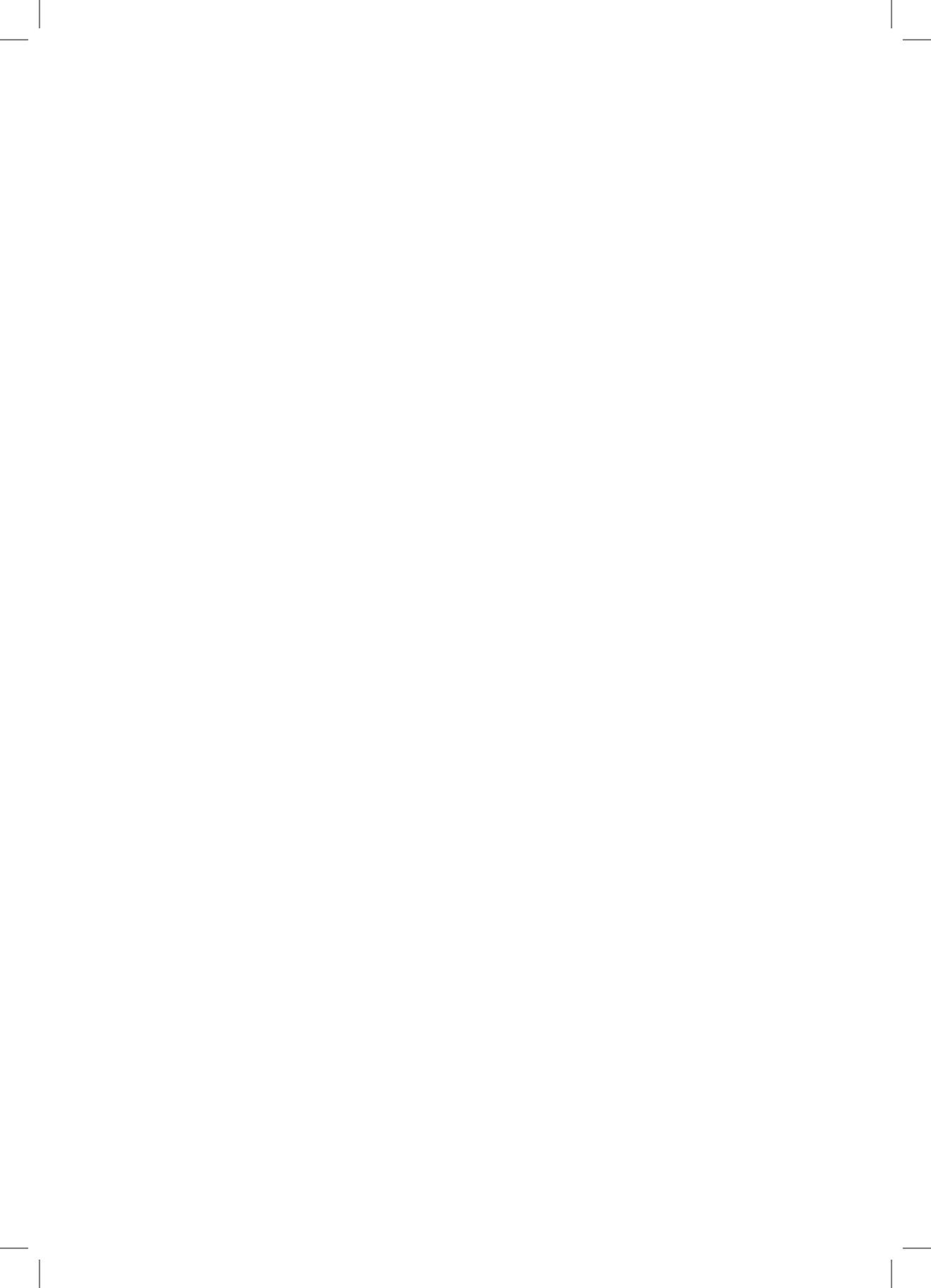
SANTOS, Andréa Soprani; CASTRO, Denise Silveira de; FALQUETO, Aloísio. Fatores de risco para transmissão da hanseníase. **Ver. Brasileira Enfermagem**, Brasília, v. 61(esp), p. 738-743, 2008.

SOUZA, Carlos Henrique Medeiros de; GOMES, Maria Lucia Moreira. Educação e Ciberespaço. 1. ed. Brasília: Editora Usina de Letras, 2008.

SOUZA, C.H.M.; COSTA, M.A.B. Abordagens antropológicas do ciberespaço e da cibercultura. **Revista T**, Rio de Janeiro, v. 163, p. 85-94, ou./dez. 2005.

SOUZA, Carlos H.M. **Comunicação Educação e Novas Tecnologias**. Rio de Janeiro: FAFIC.2004.

WAUKE Ana Paula et al. **Tratamento de fobias urbanas por meio de ambientes virtuais** - arquivos brasileiros de psiquiatria, neurologia e medicina legal, v. 99, n. 04, out./ nov./dez. 2005.





TERCEIRA PARTE:
MEDIAÇÕES CULTURAIS





Radiohead. Efeitos estéticos no sistema midiático

Fabrizio Silveira¹

Resumo: Recentemente, o crítico musical Alex Ross referiu-se ao conjunto inglês Radiohead como “a banda de rock mais artisticamente formidável desde os Beatles” (ROSS, 2011). Sem dúvida, tal deferência impressiona. O que nos motiva aqui é então a possibilidade de descrever alguns aspectos dessa textualidade engenhosa, entender algumas nuances da sonoridade forjada pela banda. Para tanto, destacaremos certas marcas estilísticas que, somadas, parecem-nos representar suficientemente bem a proposta estética amadurecida pelo conjunto. Além disso, estes mesmos traços se apresentariam ainda como francamente comunicacionais, pois dizem respeito a certas disposições para as mídias, modos de usá-las e jogar com elas. Problematizaremos enfim a hipótese de que aquilo que torna esses músicos ingleses “artisticamente formidáveis” é o fato de serem também *mediaticamente formidáveis*.

Palavras-chave: Radiohead. Música popular massiva. Sistema midiático. Estéticas da comunicação. Experiência sonora.

Introdução

Pode soar estranho e despropositado destacarmos aqui – num universo de tantas outras práticas e formas musicais talvez até mais exóticas e urgentes² – um conjunto tão aclamado e tão amplamente reconhecido como é o caso do conjunto britânico Radiohead. Um olhar mais apressado poderia, sem dificuldades, posicionar esses músicos ingleses, na ativa desde o final da década de 1980, no coração mesmo do *star system*, no interior profundo do complexo sistema midiático contemporâneo. Isto não seria, de forma

¹ Jornalista (UFSM). Mestre em Comunicação e Informação (UFRGS) e Doutor em Ciências da Comunicação (Unisinos/RS). É professor dos cursos de graduação e pós-graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos. Em duas ocasiões, foi pesquisador convidado e professor visitante na Universidade Autônoma de Barcelona. É autor dos livros *O Parque dos Objetos Mortos*. E outros ensaios de comunicação urbana (Porto Alegre: Armazém Digital, 2010) e *Grafite Expandido* (Porto Alegre: Modelo de Nuvem, 2012). Atualmente, dedica-se ao estudo da música popular massiva. E-mail: fabriciosilveira@terra.com.br.

² Trabalho integrante da Mesa “AFTERPOP. Novas formas e experiências-limite na música pop contemporânea”, apresentada durante o IV Musicom – Encontro de Pesquisadores em Comunicação e Música Popular –, realizado no período de 15 a 17 de agosto de 2012, na Escola de Comunicação e Artes da USP, São Paulo/SP.

nenhuma, um equívoco.

De todo modo, aquilo que nos motiva não é o fato de que Thom Yorke – o vocalista, letrista e principal compositor da banda – foi ranqueado pela renomada revista inglesa *Q*, em 1999, como 16º numa lista das 100 celebridades mais importantes do século XXI, entre Bono Vox e Michael Stipe, os cantores das bandas U2 e REM, respectivamente – dois outros dinossauros da música pop nas últimas décadas. Nossa maior motivação não se deve nem mesmo ao fato de que o crítico musical Alex Ross, no livro *Escuta Só. Do clássico ao pop*, recentemente lançado no Brasil, tenha se referido ao Radiohead como “a banda de rock mais artisticamente formidável desde os Beatles” (ROSS, 2011). Sem dúvida, tais deferências impressionam. Mas não são elas que nos movem (ao menos, não são elas que nos movem preponderantemente³). Não é nem mesmo o fato de que o álbum *OK Computer*, o terceiro na discografia oficial, lançado em 1997, foi eleito, também pela revista *Q*, o melhor álbum de todos os tempos, desbancando clássicos inquestionáveis como *Pet Sounds*, dos Beastie Boys, *Revolver*, dos Beatles, e *London Calling*, do The Clash (REYNOLDS, 2006).

Na verdade, mais do que apenas atestar e referendar o sucesso mercadológico da banda (traduzido em boa visibilidade midiática, traduzido também na aquisição de considerável capital cultural (e/ou sub-cultural, como quisermos), mais do que apenas aderir a ele, ou saudá-lo, longe disso, parece-nos importante entender como, a despeito desse reconhecimento, às vezes até contra ele, foi possível desenvolver e sustentar uma particularíssima (e muito bem-sucedida) “poética da música popular massiva”⁴.

Ou seja: o que nos motiva é a possibilidade de entender e descrever

³ Em realidade, o texto aqui apresentado é a reescritura de um roteiro de aula, de uma série de anotações preparadas por ocasião do Seminário de Tópicos de Comunicação e Cultura Pop, conduzido juntamente com a professora Adriana Amaral, no segundo semestre de 2011, no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos/RS. Naquela oportunidade, uma aula foi reservada para a análise da discografia e da videografia deste festejado quinteto inglês. A dimensão priorizada, obviamente, foi a dimensão midiática (casada, justaposta à dimensão estética) desta produção. Foi também o momento para que pudéssemos elaborar, mesmo que retroativamente, uma base de questões, um banco de informações que dariam mais sentido e maior contexto a uma outra discussão que, meses antes, havíamos feito (sobre o vídeo da música “Lotus Flower”, prenúncio do lançamento de *The King of Limbs*, em fevereiro de 2011 [cf. SILVEIRA, 2011]).

⁴ Apesar do título – “Princípios de poética (com ênfase na poética do cinema)” –, o artigo de Wilson Gomes (2004) dá ótimos subsídios teóricos para que possamos, no futuro, desenvolver mais detalhadamente a proposta de uma “poética da música popular massiva”. Cardoso Filho (2007) é um dos autores que vem avançando bastante neste propósito. Junto com ele, podemos compreender a “poética” como o âmbito de preocupações com os aspectos práticos, com os materiais envolvidos e com os modos através dos quais os sentidos (ou as “obras”) são produzidos. Falar numa “poética”, portanto, é falar na performatividade, na plasticidade e na corporalidade das manifestações expressivas (CARDOSO FILHO, 2007). É o que procuraremos abordar aqui.

alguns aspectos dessa textualidade engenhosa, algumas nuances da sonoridade forjada pela banda, compreender as arestas de algo que é mais do que apenas um tecido sonoro, mais do que um mero produto fonográfico, mas que, radicalmente – ao seu modo, pelo menos –, institui-se também pela negação de concessões e saídas fáceis, pela incorporação um tanto enviesada, no mínimo inusual, dos recursos técnicos (das técnicas de gravação, por exemplo, mas também dos modos mais habituais de instrumentação e execução musicais) e pela aposta pesada na liberdade criativa e na experimentação estética. Tudo isto no seio mesmo dos holofotes midiáticos, no fogo cruzado dos interesses mercadológicos, constituindo-se assim num digno representante das complexidades que cercam a moderna música massiva. E talvez isto seja também um certo tipo de radicalidade, um modo arriscadíssimo de equilibrar-se (instituir-se, atuar, enfim) no fio da navalha. Trata-se então de descrever esta poética, o modo como os recursos expressivos (musicais e mediais, principalmente – isto é, da ordem dos suportes e dos registros tecnológicos) são aí mobilizados.

Para tanto, para que possamos responder (ou tentar responder) a esta pergunta – quais os ingredientes combinados por esses cinco músicos ingleses ou, afinal de contas, o quê os faz “artisticamente formidáveis”, como disse Alex Ross (2011)? –, destacaremos certos pontos que, somados, parecem-nos representar suficientemente bem a proposta estética amadurecida pelo conjunto. Além disso, estes mesmos tópicos se apresentariam ainda, em nossa avaliação, como francamente comunicacionais, pois dizem respeito também a disposições para as mídias, modos de jogar com elas, levá-las em conta. Em larga medida, são lógicas midiáticas que se vêem aí implicadas, que se vêem aí consideradas e problematizadas.

Sendo assim, as proposições estéticas e musicais não devem ser vistas ingenuamente, como se pudessem ser isoladas ou depuradas, como se existissem limpas, resguardadas, mas devem ser entendidas e aceitas também naquilo que têm de comunicacional, naquilo que, nelas, diz mais respeito à ordem da visibilidade, das tecnologias e dos circuitos midiáticos com os quais (ou nos quais) convivemos. Para sermos honestos, deveríamos agora reformular nossa questão de partida: o que torna esses músicos não só artisticamente formidáveis, mas também *mediaticamente formidáveis*? É o que gostaríamos de saber.

Em 2001, por ocasião do lançamento do álbum *Kid A*, o crítico musical Simon Reynolds publicou um artigo, na verdade, um alentado ensaio jornalístico, numa revista alternativa chamada *The Wire*. Este texto – cujo título é simplesmente “Radiohead” – se tornaria bastante conhecido e principiava já

se questionando sobre o fato daquela banda estar ali, ocupando justamente aquele espaço, um espaço mais identificado com outro tipo, outra linhagem e/ou mesmo outro mercado de artistas. Em síntese, a principal questão que Reynolds colocava, à época, era a seguinte: o que dá ao Radiohead essa reputação simultaneamente *mainstream*, *cult* e *underground*? Que habilidade é esta (que possui o conjunto) de tornar-se representativo e emblemático de uma espécie de sobreposição de mercados, sobreposição de nichos? Isto, em outros termos – Reynolds parece alimentar a suspeita –, talvez seja uma invulgar capacidade de transitar, de posicionar-se no sistema da música, revirando-o, problematizando-o, confundindo-o e encontrando saídas e caminhos estéticos ainda não testados (ou pouco testados, pelo menos). Reynolds sublinhava a questão já na chamada de capa da publicação: “Radiohead. Dissent into the Mainstream”.

De fato, as indicações dadas por Reynolds (bem como as suspeitas levantadas por ele) são bastante pertinentes, pois podem ser percebidas até com alguma facilidade; parecem estar mesmo evidenciando-se tanto na estética proposta pela banda, na musicalidade que explora, nas referências e nas experimentações que traz para o âmbito da música pop, quanto na posição e nas estratégias mercadológicas que, a partir daí (ou em função disso), serão adotadas (CARDOSO FILHO, 2008, 2011; CASTRO, 2009)⁵.

Vejamos: *The Wire*, a revista onde ele escreve, estaria falando em prol dos “dissidentes e daqueles que estão à margem” [do mercado fonográfico, obviamente]. O Radiohead é apresentado ali como uma espécie de “embaixador do *mainstream* para muita coisa do que a revista estima” (REYNOLDS, 2006, p. 161). São enumerados então vários artistas, estilos e sonoridades que estariam sendo convocados, que estariam sendo performatizados pela banda, tornando-a palatável e adequada também ao público consumidor de uma revista como a *The Wire* (um público exigente e incomum, pode-se supor).

⁵ *In Rainbows*, o álbum de 2007, foi disponibilizado inicialmente na *web*. Na ocasião, foi adotado um sistema de distribuição baseado no contato direto com os fãs (e com o público em geral), sem intermediação e sem a necessidade da gravadora, da qual a banda havia se desvinculado (a toda-poderosa EMI). Consultando diretamente o *website* oficial www.radiohead.com, o público poderia baixar o álbum, na íntegra, e pagar aquilo que lhe parecesse justo. Poderia não pagar nada, inclusive. Além disso, de certa forma, *In Rainbows* foi concebido para ser ouvido e armazenado num iPod, sendo capaz, portanto, de instaurar uma outra relação tanto com o ouvinte quanto com os suportes tradicionais da música gravada. Como dissemos, estudos sobre o surpreendente lançamento de *In Rainbows*, sobre as novas dinâmicas mercadológicas e tecnológicas que aciona, sobre a nova condição de escuta que o álbum configura (ou da qual se vale, procurando tirar-lhe o maior proveito) foram desenvolvidos por Castro (2009) e Cardoso Filho (2008, 2011). Com certeza, vale consultá-los. Até mesmo porque, aqui, nosso âmbito de preocupações é outro, é também muito mais restrito: queremos entender unicamente a forma musical, sobretudo as operações (ou algumas poucas operações) tecno-midiáticas que a embalam.

Apesar do sucesso mercadológico, dos milhões de discos vendidos, a banda estaria acionando (ou teria capacidade para ecoar, reafirmando) referências culturais e musicais prezadas no lugar simbólico onde a revista se encontra e a partir do qual (ou em nome do qual) fala e se faz (REYNOLDS, 2006, p. 161).

É interessante observar, por exemplo, o modo como o artigo vai estabelecendo comparações (entre músicas, entre outros conjuntos) e vai tirando proveito disso, no sentido de esclarecer e definir a proposta musical em análise: Radiohead x Oásis, Radiohead x Nirvana, Radiohead x Pink Floyd, etc. Pode-se até dizer que há aqui – no modo como Reynolds argumenta, no modo como estrutura e dá fluência a seu texto – um método de avaliação: uma operação por distinções, por comparações pontuais, um modo um pouco esquemático de proceder, por certo, mas que, ao final, funciona efetivamente, contribuindo para que esta malha sonora (com todas as alusões que faz, com todas as referências que traz, implícitas ou não) seja esclarecida. Assim, recorrendo à tradição e a alguns grandes ícones da música pop contemporânea, vão pontuando-se alguns traços estilísticos presentes nas composições do conjunto (quais sejam, respectivamente): o inegável acento inglês, a herança do grunge e o flerte não-assumido com certas tônicas do rock progressivo (REYNOLDS, 2006).

Mais recentemente, em sua edição de maio de 2012, a versão brasileira da revista *Rolling Stone* voltou a enfocá-los, destacando os preparativos (bem como a expectativa) para a nova turnê mundial. Teríamos então um retorno aos palcos, após um período relativamente longo de silêncio e shows apenas esparsos, a despeito mesmo da aparição de *The King of Limbs*, o oitavo álbum de estúdio, em 2011. A matéria, assinada por David Fricke, confirma a reputação adquirida, saudando-os, sempre superlativamente, como a “banda mais inovadora do rock”, como o conjunto “mais experimental da música atual”. Mais uma vez, apresentam-se também as matrizes fundamentais a partir das quais o grupo (re)inventou-se, ao longo da carreira, costurando a “psicodelia dos anos 1960 à cultura *rave* britânica” (FRICKE, 2012, p. 70).

De algum modo – conforme o relato de Fricke –, esta identidade artística teria se construído, teria amadurecido em oposição às convenções do rock – sofrendo-as, é bem verdade, mas procurando obstinadamente transcendê-las. “Não queríamos pegar as guitarras e escrever sequências de acordes”, comenta, à certa altura, o guitarrista Jonny Greenwood (FRICKE, 2012, p. 70). Antes disso, outros ingredientes ou traços identitários já haviam sido elencados: “misturas e colisões de dinâmicas violentas de guitarras, eletrônica críptica para as pistas de dança e baladas espinhosas e elípticas”

(FRICKE, 2012, p. 68), “fundamentos do rock totalmente transformados pela eletrônica” (FRICKE, 2012, p. 70).



The Wire, na edição de julho de 2001. À direita, os cinco integrantes da banda na capa da edição brasileira da revista *Rolling Stone*, em maio de 2012).

No entanto, dentre esses traços todos – que, somados, irão constituir uma “marca autoral”, um “estilo” –, um deles, particularmente, (ainda) não soa tão familiar assim (aos ouvidos rockeiros, pelo menos, para os quais tanto as guitarras psicodélicas quanto a crueza punk-grunge já foram perfeitamente digeridas); mas, ao contrário, soa como algo *uncanny*⁶: o recurso às “geringonças *glitchtronic*”, o qual, desde já, merece destaque – tendo-se em mente, claro, nossa preocupação com a dimensão medial dessa experiência sonora. Aliás, no cômputo geral, uma estética *glitchtronic* será importantíssima na constituição da sonoridade declaradamente pouco convencional do conjunto. Trata-se de uma “estética pós-digital”, como afirma Kim Cascone, uma estética que irá trabalhar com

⁶ *Uncanny* é um conceito freudiano, de difícil tradução para o português. Costumeiramente, designa a percepção de algo como “estranhamente familiar”. É algo “inquietante” e incômodo, é algo que nos atemoriza, apesar de nos pertencer, apesar de sua familiaridade. Cria-se então um paradoxo, uma dissonância cognitiva: produz-se, simultaneamente, atração e repulsa (FREUD, 2010).

[...] chiados de ventoinhas de computador, impressoras a laser cuspidos documentos, a sonorização de interfaces de usuários, o ruído abafado dos discos rígidos. Mais especificamente, é das ‘falhas’ da tecnologia digital que esses novos trabalhos emergem: *glitches*, *bugs*, erros de aplicativos, travamento de sistemas operacionais, *clipping*, *aliasing*, distorção, quantização de ruído e mesmo o ruído das placas de som, são a matéria-prima que esses compositores buscam incorporar em suas músicas (CASCONI apud IAZZETA, 2009, p. 198).

Uma das formas, portanto, de romper com a herança e as matrizes estéticas do rock foi incorporar visceralmente, como vemos, os recursos tecnológicos (*samplers*, *overdubs*, *loops*, sintetizadores, instrumentos proto-eletrônicos), aceitando-os como pauta maior, método e horizonte criativos. A tecnologia é então assumida como um ambiente existencial. Conforme Fricke (2012), Jonny Greenwood chegou a criar o programa de *software* utilizado para samplear os instrumentos em *The King of Limbs*.

Outro reconhecimento feito, de pronto, por Reynolds – igualmente importante no que diz respeito à compreensão desta “roupagem” midiático-comunicacional que aludimos – é aquele referente à catalogação da banda como “pós-rock” (embora seja um tanto incômodo recorrermos a rótulos como este para enquadrar e compreender os fenômenos pop).⁷ Tal definição, no entanto, não surge à toa, pois é justamente Reynolds quem formula o termo “pós-rock”, tornando-se, na crônica internacional, o primeiro a utilizá-lo.

Segundo Victor Pires (2010, p. 09), o termo pós-rock apareceu, originalmente, “na resenha do álbum *Hex*, da banda Bark Psychosis, publicada em março de 1994, na revista *Mojo*. O uso se deu para descrever uma música que se valia de uma instrumentação de rock (guitarra, baixo e bateria) para a criação de um som que não fosse rock”.

A partir daí, o rótulo⁸ passou a identificar uma série de conjuntos que

⁷ Fernández Porta (2007, p. 29) alega que “la crítica de los fenómenos estéticos siempre ha dependido de prefijos más o menos historicistas, y esa producción se ha acelerado – ay! – a lo largo de las dos últimas décadas, dejándonos una colección de *posts* y *afters*”. A “síndrome dos *post-its*” se deve basicamente a dois motivos: 1. o restrito vocabulário de que dispomos; 2. o fato de que sempre há uma novidade (uma pequena invenção, uma nova mistura) a considerar. Há solução? Sim, há solução: 1. assumir que os autores e os casos singulares são sempre mais interessantes, complexos e desafiadores – nunca haverá um *post-it* perfeito (!); 2. assumir que tais rótulos são sempre risíveis, redutores e insuficientes; 3. seguir em frente, lendo, vendo e ouvindo *através* deles, com moderação e descrença.

⁸ Mais à frente, Reynolds retomou o termo num artigo publicado na revista *The Village Voice*, em agosto de 1995 (cf. REYNOLDS in COX e WARNER, 2004).

foram se articulando em torno de dois centros aglutinadores principais: a cena de Chicago, de onde vinha a banda Tortoise, e a cena de Toronto, organizada em torno de Godspeed You! Black Emperor e do selo Constellation.

O movimento acabou gerando frutos na Espanha (Mígala e 12Twelve), no Brasil (Hurtmold), na Escócia (Mogwai) e noutros países. Basicamente, seguindo Pires (2010, p. 09), em todos estes grupos, os timbres e os acordes usuais da sonoridade roqueira passam a dar espaço às texturas extraídas dos instrumentos.

O Radiohead, no caso, se encontraria muito à vontade não só quanto à estética, mas também quanto à influência anímica e/ou conceptual do “pós-rock.”⁹ Entretanto, deve-se compreendê-lo aqui não como um partido ao qual filiar-se, como uma bandeira a ser empunhada, mas, ao invés disso, como um campo de operações no qual se pode ir e voltar, entrar e sair¹⁰.

Muito sinteticamente, o quadro abaixo expõe alguns elementos definidores de uma “estética do rock” (BAUGH, 1994; CARDOSO FILHO, 2010), por oposição ou por comparação àquilo que caracterizaria o “pós-rock” (REYNOLDS apud COX e WARNER, 2004).

Rock	Pós-Rock
Guitarras exploram <i>riffs</i> e <i>powerchords</i>	Guitarras exploram timbres e texturas
Formação clássica: guitarra, baixo e bateria	Formação clássica + sintetizadores analógicos antigos, <i>samplers</i> e seqüenciadores
Ênfase na canção e na música cantada	Ênfase na improvisação e na música instrumental
Estrutura “verso-refrão-verso”	Paisagem sonora
Ênfase no sentido e na sensibilidade	Ênfase na fascinação e na sensação
Sensações de identificação e catarse	Sensações de propulsão, ascensão e queda-livre

⁹ Sensibilidades roqueiras mais ortodoxas podem torcer o nariz à influência da música eletrônica e do pós-rock, assim como à influência do jazz (conforme veremos em seguida). Mais exatamente, parece-lhes uma *influenza*, um vírus, uma contaminação letal. Aos olhos da banda, no entanto, é influência bem-vinda, quase inevitável. É veneno-remédio.

¹⁰ Além da volta aos palcos, a matéria de David Fricke, na revista *Rolling Stone*, celebra também a “nova revolução da banda”, qual seja: o “retorno ao rock” (!). Uma coisa é certa: entre idas e vindas, vai-se uma vida, produz-se alguma singularidade.

Quem nos dá outras informações adicionais sobre o gênero é o escritor e crítico literário espanhol Eloy Fernández Porta (2007). Para ele, certas manifestações da música pop instrumental – ou melhor: da música instrumental orientada ao pop ou derivada dele (como a *ambient music* de Brian Eno e o *avant-garde jazz* de John Zorn) – estariam hoje nos autorizando a falar numa série de fenômenos *afterpop*. Tais fenômenos, por ventura articulados, rebatendo-se, apanhados no interior de uma rede de relações orgânicas, nos permitiriam sondar uma nova sensibilidade cultural – com termos mais fortes, poderíamos falar até numa “era *afterpop*” (FERNÁNDEZ PORTA, 2007, 2008). O “pós-rock” se incluiria aí, basicamente porque:

En primer lugar, su uso de la instrumentación hace desaparecer la voz del cantante, y con ella la estrella del pop como personaje privilegiado; en segundo lugar, descentra la audición por medio de esa estrategia de entrada-y-salida, lo que rompe con el *espacio espectacular*, centrado en una imagen dominante, que define el acto de contemplación pop; por último, con la extensión de las canciones abre un tiempo distinto, que se diferencia de lo que podríamos llamar *la producción industrial del tiempo en canciones de tres minutos*. En este sentido, la concepción del tema en términos de ‘atmosfera’, ‘ambiente’, ‘envolvente’, ‘entorno’ o ‘paisaje’ implica una evaluación del *lugar* por encima del sujeto: dejar fuera – exorcizar – al sujeto del pop tradicional (FERNÁNDEZ PORTA, 2007, p. 38).

De fato, expressões como “atmosfera”, “ambiência sonora” e “paisagem sônica” não são infrequentes nem inapropriadas, não são alheias às tentativas de explicação da proposta musical da banda (FOOTMAN, 2007; SILVEIRA, 2011). No álbum *Kid A*, lançado em 2000, por exemplo, quase não há guitarras. Em compensação, há uma marcada exploração das tecnologias de estúdio, que passam a ser empregadas como mais um instrumento em função do qual é possível compor. Ganha particular destaque, neste contexto, a relação de Thom Yorke com sua própria voz, ora evitando-a, ora lapidando-a nos efeitos e nas técnicas de gravação (usando o *Autotune*¹¹, por exemplo, em algumas faixas), ora tornando-a apenas mais uma textura sonora, somada (e não mais à frente) dos demais instrumentos. “Quanto ao canto de Yorke, em *Kid A/Amnesiac*”, prossegue Reynolds (2006, p. 163), “a tecnologia de estúdio e a técnica

¹¹ O *Autotune* é um processador de áudio usado como modulador-sintetizador vocal. O programa pode ser usado tanto para distorcer quanto para afinar (“auto-tune”, do inglês, quer dizer “auto-afinar”) a voz humana. O recurso foi formidavelmente empregado no vídeo “O Show de Schunemann – Especial Auto Tune”, disponível no YouTube. A cantora Cher também ajudou a propagá-lo, empregando-o sem parcimônia na canção “Believe” (1998).

vocal foram aplicadas para tornar disléxicas suas já oblíquas e fragmentadas palavras”. Como podemos perceber, isto tem implicações diretas sobre as letras das músicas, que se tornam assim ininteligíveis e até desnecessárias. O último álbum da banda (*The King of Limbs*) sequer as publica.

Há um caso interessante – vale citá-lo, como ilustração – que é o da canção “Like Spinning Plates”, de *Amnesiac*, o quinto álbum de estúdio, lançado em 2001. A melodia que ouvimos é a inversão, a execução ao contrário, de uma outra melodia que, até então, era a que vinha sendo efetivamente construída e lapidada pela banda. O que temos, assim, é uma acentuada refuncionalização dos sistemas de registro sonoro, que deixam de ser tomados como mero suporte, como *mídias de inscrição*, e que podem ser convertidos em dispositivos legítimos para a própria criação musical. Criação e inscrição-registro tornam-se processos simultâneos, quase confundidos, pensados concomitantemente, nas incidências mútuas que têm¹².

E não estamos falando de processos isolados ou acidentais, repentinos ou abruptos, mas de táticas de composição que vão amadurecendo, que vão sendo reconhecidas e praticadas, pouco a pouco, na sequência dos discos, principalmente a partir de *OK Computer* (1997). Trata-se de uma consciência composicional que, aos poucos, vai aflorando. *Amnesiac*, por sinal, como lembra Lauro Quadrado,

[...] aponta para a mesma direção sonora de seu antecessor [Kid A], sendo bem recebido pelos fãs, agora já mais acostumados com a atmosfera sombria e repleta de texturas eletrônicas justapostas a instrumentos ‘orgânicos’, representados em geral por discretas guitarras e dissonantes linhas de piano, em meio a complexas linhas rítmicas do baterista Phil Selway (QUADRADO, 2011, p. 46).

¹² Ninguém precisa levantar-se aqui, num parecer apressado, e alegar que não há novidade alguma nas ficções sônicas, nas experiências de estúdio do Radiohead, nem recordar que os Beatles, muito antes (ingleses antes de ingleses, vejam só!), já haviam experimentado coisa semelhante, com maior sucesso mercadológico e com maior impacto histórico. Ninguém precisa nos informar que “Tomorrow Never Knows”, a última faixa do álbum *Revolver*, de 1966, já examinara tais possibilidades. O caso é o seguinte: 1. tratando-se de música jovem, tratando-se da música pop produzida a partir da década de 1960, quase tudo, em algum momento, irá reportar-se aos Beatles; 2. o universo da música pop é um universo de práticas recursivas, de ciclos que se abrem e se encerram, continuamente, de revisões e relocalizações constantes – dificilmente nos depararemos com uma ruptura real ou uma invenção genuína; aqui, não há criação *ex-nihilo*; 3. caso se insinue, neste trabalho, a pressuposição de uma “invenção” ou de uma “originalidade” essencial, caso pareça ter ficado aqui a sugestão de uma descoberta inaugural, de algo nunca visto, é bom evitar equívocos: não se trata disso. Trata-se, muito antes, da originalidade relativa de uma nova combinação, o ineditismo do “arranjo” estético formulado. A originalidade de um reposicionamento. Pensar os fenômenos da música pop numa perspectiva histórica linear – e, pior ainda, fazer disso critério de julgamento estético ou de invalidação de uma análise – é um engano lamentável. Ou então é pura e simples má-fé.

Segundo o próprio guitarrista Jonny Greenwood – é Quadrado (2011) quem assegura – as ambiências sonoras compostas pela banda surgem através de um largo processo de tentativa e erro, no qual é inegável (e até bem-vinda) a presença do acaso na sugestão dos sons e timbres escolhidos. Nesta equação, vem à tona, inclusive, a possibilidade de um uso criativo do não-treinamento (ou de um não-treinamento criativo).

Em função disso, outro ingrediente chama a atenção: a influência marcante do álbum *Bitches Brew* (1970), do jazzista norte-americano Miles Davis, precursor no desenvolvimento do processo de gravação, voltando-se para a colagem e a edição posterior de determinados fragmentos selecionados daquilo que foi tocado primeiramente no estúdio (QUADRADO, 2011, p. 74). A ordem passa a ser a montagem – improvisar/fatiar/juntar. Os músicos passam a funcionar, complementarmente, como produtores/catalisadores não-músicos.

Pelo menos dois artigos recentes de Curtis White e Kevin Dettmar, dentre outros, reunidos no livro organizado por Joseph Tate, 2005 reconhecem que *voice* e *noise* seriam então as tensões que definiriam a musicalidade da banda. A voz e a tecnologia teriam lugar de destaque na concepção do que podemos chamar de uma “gramática de barulhos” conforme a feliz definição do próprio Yorke citado por Reynolds, (2006). Ou seja: estaríamos diante de uma singular combinação entre melodia vocal tecnicamente alterada e uma colcha de ruídos tecnicamente produzidos. Teríamos aqui, mais uma vez, a noção de que o efeito muda a maneira de tocar, repercutindo diretamente sobre ela.

Compreender isto, trabalhar deste modo, *por fora* da linguagem musical estrita, *por fora* da estruturação melódica e harmônica da composição, voltando-se então à dimensão medial e material do registro sonoro, adensando-a enquanto espaço de definição e potência criativa, é, de algum modo, conceber a forma musical também como forma tecno-midiática. Usualmente, tais elementos – os materiais disponíveis, (+) os distintos modos de manipulá-los, as *abordagens* daí resultantes – *não fazem linguagem*, não se organizam no interior de um sistema de combinações e oposições regradas, não se estruturam conforme um *código* (no sentido que Ferdinand de Saussure dá ao termo). Portanto, não se deixam explicar satisfatoriamente, nem exclusivamente, por um viés musicológico mais convencional. Outro autor, inclusive, já havia reconhecido que “os traços estilísticos de determinados músicos são forjados não só” na execução musical, na instrumentação propriamente dita, mas “nos aspectos midiáticos configurados nas técnicas de gravação, nos arranjos, nas performances” e nas estratégias de identificação, nas estratégias

de “endereço a um público específico” (JANOTTI Jr., 2006, p. 02)¹³.

Como vimos, a banda possui uma habilidade incomum para combinar forças ou categorias que normalmente não se combinam: combinar cooptação e resistência, por exemplo – atuando criticamente no coração mesmo de um sistema industrial opressivo (deprimente e intragável, para os mais sensíveis) –, combinar tecnologias analógicas e digitais (falando nisso, não se pode mesmo esquecer a obsessão de Jonny Greenwood pelo Ondes Martenot, um instrumento eletrônico primitivo, uma espécie de teclado artesanal, criado em 1928 pelo francês Maurice Martenot), combinar rock e techno, rock e pós-rock, *grooves* orgânicos e *machine beats* (HANSEN apud TATE, 2005, p. 119).

Outros traços estilísticos poderiam ainda ser citados – tais como as orquestrações dissonantes, os improvisos e as explorações jazzísticas à Charles Mingus, o uso acentuado do *sampling* e de uma estética do pastiche (o que dá à banda uma tonalidade dadaísta), conforme White citado por Tate, 2005). Quanto às letras, poderíamos identificar uma livre oscilação entre as temáticas preferenciais do surrealismo e da ficção científica. Para Simon Reynolds, Thom Yorke estaria verbalizando (e não só isto, estaria encenando)

[...] sentimentos contemporâneos de deslocamento, ausência de posse, apatia, impotência, paralisia; impulsos amplamente sentidos de se retrair e se desengajar que são reações perfeitamente lógicas e desanimadas à falência das políticas de centro, que asseguram que todos permanecem igualmente desencantados e aflitos” (REYNOLDS, 2006, p. 178).

É como se a banda estivesse captando e traduzindo algum tipo de “ansiedade geracional”. Alex Ross chega a dizer que Yorke expressa, escreve e canta uma “mistura de conversas ouvidas por acaso, tecnólogos e um diário sombrio” (ROSS, 2011, p. 111). As letras das canções – a “lírica do homem-máquina”, aí instituída, para usarmos as palavras da filósofa Márcia Tiburi¹⁴ –, sem dúvida, mereceriam um capítulo à parte.

¹³ As investigações desenvolvidas por Sá (2006) e Cardoso Filho (2010) também vêm auxiliando na compreensão dos aspectos mediais, expressivos e performáticos da música popular massiva.

¹⁴ No dia 30 de abril de 2010, a filósofa Márcia Tiburi encerrou o ciclo de debates do Café Filosófico CPFL, em Sorocaba/SP. Assunto escolhido: “Radiohead e Flusser: a lírica do homem máquina”. Tiburi voltou-se, fundamentalmente, para três canções: “Fake Plastic Trees”, do álbum *The Bends* (1995), “Paranoid Android” e “Fitter Happier”, de *OK Computer*, encontrando coincidências e afinidades temáticas entre os escritos de Thom Yorke e do filósofo tcheco-brasileiro Vilém Flusser. Numa síntese arriscada, poderíamos dizer que este núcleo comum diz respeito às possibilidades da existência humana e da liberdade individual no contexto de uma sociedade hiper-tecnologizada. Respeitável, correta na sua generalidade, a abordagem de Tiburi, contudo, falha em dois aspectos: 1. o cacete frankfurtiano faz com que as conclusões já estejam dadas, de antemão; 2. o conhecimento sobre o objeto (“Como é mesmo o nome deste moço? É... É Thom Yorke, né?”) resulta tímido, reduzido, acanhado demais, perto do conhecimento sobre a caixa de ferramentas filosóficas (os conceitos, os modelos filosóficos).

Com justiça, outro capítulo especial poderia ser dedicado integralmente à figura de Thom Yorke – Yorke como “rosto-público”. Um “mito geracional”, talvez, o cantor surge não só como *band leader* e porta-voz, mas como um tipo de vidente e oráculo, um “garoto enxaqueca” capaz de combinar carisma (muito carisma) e administração de imagem, vestindo bastante bem as vestes de um *pop-star* às avessas, um *anti-rock-star*, introspectivo, angustiado, frágil e talentoso. Thom Yorke é um tipo de diva reversa, uma celebridade em negativo do *star system*.

Um olimpiano às escondidas. Bono 2.0. Talvez seja uma contra-diva, uma pós-celebridade, um neo-olimpiano. Seria interessante, portanto, pensar a dimensão “mítica” dessa figura, os significados que adquire no cenário da cultura pop contemporânea, o modo como atua, como dispõe, em torno de si, questões relativas à vida pública e à vida privada. Que modelo de conduta representa? Que experiência encarna? Questões que ficam, compulsoriamente, para outra ocasião.

De todo modo, os aspectos destacados até aqui já iluminam uma certa lógica midiática subjacente à proposta musical da banda. E, se fosse ainda necessário, haveriam outras tantas lógicas, outras tantas dinâmicas midiático-comunicacionais que poderíamos chamar também à discussão¹⁵. Porém, não nos parece ser mais o caso. Por enquanto, fica evidenciado que, de certa forma, o mistério e o fascínio do Radiohead devem-se um pouco a isto: à compreensão e ao uso desassombrado dos vetores tecno-midiáticos que hoje cercam (e possibilitam) as práticas musicais.

De resto, para concluirmos, por que algo tão “estranho”, tão pouco genérico, ainda vende tanto? Nossa hipótese é a seguinte: nem tudo está perdido, mesmo na sociedade midiática (pós-industrial, pós-massiva, pós-histórica ou como quisermos mais chamá-la), ainda há espaço para a genuína liberdade criativa e para a pretensão artística. No fundo, a questão é sempre uma só: saber como situá-las, como implementá-las. Em linhas gerais, é disso que Simon Reynolds está falando quando lembra algumas críticas dirigidas a *Kid A*, à época em que foi lançado, que perguntavam, por exemplo, com certa arrogância e embrutecimento vil, “quem esses caras [do Radiohead] pensam que são? O Velvet Underground?”¹⁶.

¹⁵ No extremo, esses músicos poderiam ser entendidos como participantes ativos de uma verdadeira agência de Comunicação, uma usina de estratégias comunicacionais, interessando-se também pela exploração do marketing viral, pela antipublicidade, pela inovação na indústria fonográfica, pela produção e disseminação de vídeos nas redes digitais, pela elaboração de engenhosas peças de identidade visual, *design* e artes gráficas (capitaneados, neste tópico, invariavelmente, pelo artista plástico inglês Stanley Donwood).

¹⁶ Esta foi, mais ou menos, a posição assumida pelo escritor e crítico musical Nick Hornby, no artigo “Beyond the pale”, publicado no número 30 da revista *New Yorker*, em outubro de 2000. A reação de Shirley Manson, musa e vocalista da banda Garbage, foi parecida. Quanto aos irmãos Gallagher, ninguém sabe ao certo o que eles foram fazer depois de ouvir *OK Computer*.

Referências

BAUGH, Bruce. Prolegômenos a uma estética do rock. **Novos Estudos CEBRAP**, n.38, São Paulo, mar. 1994, p. 15-23.

CARDOSO FILHO, Jorge. Poética da canção mediática: exploração das estratégias de confecção de materiais expressivos não-hermenêuticos. CONGRESSO BRASILEIRO DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 16., 2007, Curitiba. **Anais...** Curitiba: Universidade Positivo, 2007. 13p.

CARDOSO FILHO, Jorge. Algum lugar além do arco-íris: escuta musical nas fragmentárias estruturas da *web*. COLÓQUIO COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA, 1., 2008, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: UFMG, 2008. 15p.

CARDOSO FILHO, Jorge. Da performance à gravação: pressupostos do debate sobre a estética do Rock. **E-Compós**, Brasília, v. 13, p. 01-16, 2010.

CARDOSO FILHO, Jorge. “Cada um com seu iPod:” a escuta de *In Rainbows*, do Radiohead. **Ciberlegenda**, Rio de Janeiro, v. 02, n. 24, 2011.

CASTRO, Gisela. O inovador lançamento de *In Rainbows*: contribuição para o debate sobre **Comunicação & Educação**, São Paulo, v. 14, n. 1, 2009.

COX, Christoph; WARNER, Daniel (Eds). **Audioculture**: readings in modern music. New York; London: Continuum Internacional Publishing Group, 2004.

FERNÁNDEZ PORTA, Eloy. **Afterpop**: la literatura de la implosión mediática. Córdoba: Ed. Berenice, 2007.

FERNÁNDEZ PORTA, Eloy. **Homo Sampler**: tiempo y consumo en la Era *Afterpop*. Barcelona: Editorial Anagrama, 2008.

FOOTMAN, Tim. **Radiohead**. Welcome to the Machine, *OK Computer* and the death of the classic album. Londres: Chrome Dreams, 2007.

FREUD, Sigmund. O inquietante. In: FREUD, Sigmund. **História de uma Neurose Infantil (“O Homem dos Lobos”)**: além do Princípio do Prazer

e outros textos (1917-1920). Obras Completas. São Paulo: Cia. das Letras, 2010. v. 14.

FRICKE, David. Reconectando o Radiohead. **Rolling Stone (Brasil)**, São Paulo, n. 68, maio 2012, p. 66-72.

GOMES, Wilson. Princípios de poética (com ênfase na poética do cinema). In: PEREIRA, Miguel; CORDEIRO GOMES, Renato; FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain de (Orgs.). **Comunicação, Representação e Práticas Sociais**. Rio de Janeiro: EDPUC; Aparecida, SP: Idéias e Letras, 2004, p. 93-125.

HANSEN, Mark. Deforming Rock: Radiohead's plunge into the sonic *continuum*. In: TATE, Joseph (Org.). **The Music and Art of Radiohead**. Burlington: Ashgate Publishing Company, 2005, p. 118-138.

IAZZETTA, Fernando. **Música e Mediação Tecnológica**. São Paulo: Perspectiva, 2009.

JANOTTI Jr., Jéder. Por uma análise midiática da música popular massiva. Uma proposição metodológica para a compreensão do entorno musical, das condições de produção e de reconhecimento dos gêneros musicais. **E-Compós**, Brasília, 2006.

PIRES, Victor. Para além do *post-rock*: o surgimento de uma nova cena de rock instrumental tipicamente brasileira. INTERCOM JÚNIOR – JORNADA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 2010, Campina Grande. **Anais...** Campina Grande, 2010.

QUADRADO, Lauro. **A construção do sujeito contemporâneo: Philip Roth & Radiohead**. 2011. 97 f. Dissertação (Mestrado em Letras)-Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

REYNOLDS, Simon. Post-Rock. In: COX, Christoph; WARNER, Daniel (eds). **Audioculture**. Readings in modern music. New York; London: Continuum Internacional Publishing Group, 2004, p. 358-361.

REYNOLDS, Simon. Radiohead. In: REYNOLDS, Simon. **Beijar o Céu**. São Paulo: Editora Conrad, 2006, p. 159-192.

ROSS, Alex. **Escuta Só: do clássico ao pop.** São Paulo: Cia. das Letras, 2011.

SÁ, Simone. A música na era de suas tecnologias de reprodução. **E-Compós**, Brasília, v. 06, 2006, p. 01-15.

SILVEIRA, Fabrício. Lotus Flower. Diferença e repetição na performance midiática. **LOGOS 35 – Mediações sonoras**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 02, jul./dez. 2011, p. 200-214.

TATE, Joseph (org.). **The Music and Art of Radiohead.** Burlington: Ashgate Publishing Company, 2005.

WHITE, Curtis. Kid Adorno. In: TATE, Joseph (org.). **The Music and Art of Radiohead.** Burlington: Ashgate Publishing Company, 2005, p. 09-14.

O videoclipe como reflexo da instabilidade topocronológica da era virtual: rumo ao futuro cibertrônico?

Denise Azevedo Duarte Guimarães¹

Resumo: O capítulo tematiza como as dobras sociais são interpenetradas pela lógica digital na cultura multimidiática, o que influencia cada vez mais as formas de relacionamento humano, engendrando processos de subjetivação profundamente transformados e com poderes de produção de uma nova ordem de pensamento. É o que se pretende problematizar de início, com o desenvolvimento de reflexões teóricas sobre o contexto e as coordenadas espaço-temporais da virtualidade na era digital (a topocronologia) e, na sequência, de forma crítica e analítica, com a realização de um estudo de caso, ao eleger como objeto empírico de análise um videoclipe recente: *Boom Boom Pow* (2009), da banda *Black Eyed Peas*. Investiga-se de que modo o estilo futurístico do clipe consegue explorar temas ligados ao conflito homem/máquina, tais como a desumanização, a desmaterialização e a realidade virtual.

Palavras-chave: Videoclipe. Realidade virtual. Era digital. Homem/máquina

Introdução

Na atualidade tudo é instantâneo, imediato, sendo que a essência das mensagens veiculadas pelas mídias é um conjunto de impressões, de sensações voláteis e fragmentadas; a informação não se move segundo os ditames da comunicação, mas em função do aparato tecnológico da globalização numa velocidade assombrosa. É inegável que a expansão das mídias audiovisuais alterou as experiências de linguagem, ou seja, as formas de comunicação e expressão; o que se projetou, até mesmo, nas formas de visibilidade e identidade do homem hodierno.

Configura-se um pano de fundo em permanente e veloz metamorfose, difícil de ser sistematizado e entendido, devido à fugacidade dos significantes acumulados e sobrepostos. Raymond Bellour (1997) denomina de hibridismo a mescla de diferentes formas de representação - gravura, cinema, fotografia, vídeo e outras - identificadas, principalmente a partir de 1990. Tais

¹ Doutora em Estudos Literários. Professora Aposentada da UFPR. Docente, pesquisadora e orientadora do Doutorado e Mestrado em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná. Coordenadora da Linha de Pesquisa Estudos de Cinema e Audiovisual do PPGCOM/UTP. E-mail: denise.guimaraes@utp.br.

representações intersemióticas levam o autor francês ao conceito de “entre-imagens”, entendido como um espaço de passagem, imaterial e temporal. Um exemplo é o videoclipe, entendido como uma experiência audiovisual regida por uma temporalidade específica, que se traduz na rapidez da exposição, em um *timing* específico e pré-determinado, guardando analogias com o presente perpétuo, no qual impera o aqui e o agora: o instante vislumbrado, mas que perdura na sensação dinâmica de uma grande energia efêmera em ebulição.

Destarte, na cultura multimidiática, as dobras sociais são interpenetradas pela lógica digital, o que influencia cada vez mais as formas de relacionamento humano, engendrando processos de subjetivação profundamente transformados e com poderes de produção de uma nova ordem de pensamento. É o que aqui pretendemos problematizar de início, teoricamente, com o desenvolvimento de reflexões sobre o contexto e as coordenadas espaço-temporais da virtualidade na era digital e, na sequência, de modo crítico e analítico, com a realização de um estudo de caso ao eleger como objeto empírico um videoclipe recente e de qualidade tecnoestética acima da média: *Boom Boom Pow* (2009), da banda *Black Eyed Peas*.

O clipe tematiza e explora criativamente aquilo que Paul Virilio chama de energia cinemática: aquela resultante do efeito do movimento e de sua maior ou menor rapidez sobre as percepções oculares, óticas e ótico-eletrônicas. O autor considera que tal energia de velocidade vai se acelerando e se inscrevendo, cada vez mais, em nosso aparelho perceptivo:

Quando a mobilidade física igualar as performances da mobilidade eletrônica, estaremos diante de uma inaudita situação de permutabilidade de lugares. Com efeito, este é o projeto atual. [...] Proximidade, interface única entre todos os corpos, todos os lugares, todos os pontos do mundo – essa é a tendência (VIRILIO, 1984, p. 64).

Sendo um produto audiovisual de sucesso, voltado a um público jovem e afeto ao gênero musical *tecno* (eletrônico), essa espécie de *rap* tem uma letra repetitiva e simplificada ao máximo; contudo, o conceito futurístico do clipe consegue, com domínio tecnoestético, problematizar temas ligados ao conflito homem/máquina, tais como a desumanização, a desmaterialização e a realidade virtual; o que nos permite tecer considerações sobre como tais questões, oriundas do século XX, continuam repercutindo até hoje.

Reflexões teóricas

Em virtude das múltiplas possibilidades de manipulação e de intervenção nas mensagens midiáticas, percebe-se a necessidade de refletir sobre a comunicação imagética e os produtos multimidiáticos na modernidade avançada, como manifestações da cultura digital, em termos de morfismo, mutação e efeitos visuais e sonoros.

A primeira questão que se coloca é como a compulsão pelo movimento e a concentração de múltiplas experiências no tempo são, hoje, posturas radicalmente valorizadas, alterando profundamente o conceito de lugar fixo, agora substituído pelo espaço dos fluxos com toda sua imponderabilidade. Segundo Edmond Couchot, em termos de simulação,

Mesmo o tempo flui diferente; ou antes, não flui mais de maneira imutável; sua origem é permanentemente ‘reinicializável’: não forma mais acontecimentos prontos, mas eventualidades (COUCHOT, 1993, p. 42).

Lembramos que em 1995, o Evento “Arte no Século XXI: a Humanização das Tecnologias”, no Memorial da América Latina e no MAC/USP, além de apresentar ao público instigantes obras multimidiáticas e construídas em rede, colocava em discussão os modos de criação e de circulação da arte contemporânea. No ano seguinte, em sua 23ª edição, a Bienal Internacional de São Paulo trazia como tema “A Desmaterialização da Arte no Final do Milênio”. Eis como o conflito homem/máquina continuava ativo na última década do século passado.

Nesse sentido, voltando no tempo, temos que, na passagem do século XIX para o XX, o surgimento da fotografia, ao abrir um fosso em relação ao fazer manual, trazendo inovações mecânicas, óticas e químicas, tornou-se uma das mais avançadas tecnologias de criação de imagens. Foi então que a desconfiança do artista para com os seus meios de expressão atingiu o paroxismo, perante a “frieza e insensibilidade” do mundo tecnológico. O tema da automação passa a ser reiteradamente citado como fator de desumanização.

Enfatizada por José Ortega Y Gasset, na desumanização da arte e em sua correspondente tecnização, evidencia-se uma racionalização extrema da realidade. O autor considera que estilizar é deformar o real, ou seja, desrealizar. Logo, estilização implica desumanização, expõe o autor, para mostrar que o artista moderno caminhava contra a realidade, procurava deliberadamente deformá-la e anular seu aspecto humano. Nessa espécie de negação do corpo humano, o pensador afirma que o projeto das vanguardas artísticas era “Pintar

um homem que se pareça o menos possível com um homem” (ORTEGA; GASSET, 1990, p. 41).

A fragmentação da consciência, um dos princípios fundadores do modernismo, no início do século XX, desencadeou a ideia da fragmentação do corpo, do corpo dilacerado e, mais tarde, do corpo robotizado _ tema recorrente na ficção científica. Passa-se, pois, a observar uma subversão da antiga tradição do antropomorfismo para inaugurar um paradigma estético adequado aos dilemas percebidos a cada avanço tecnológico; o que prossegue até o advento da realidade virtual.

Júlio Plaza e Mônica Tavares, explicam que:

As imagens que circulam pelos meios eletrônicos são imagens virtuais e potenciais de algo que pode vir a ser, mas não é por muito tempo e que se desprendem das qualidades materiais dos suportes nos quais estão incorporadas. Esta unicidade de aparência dos meios cria relações e efeitos ressonantes no sujeito que percebe. Uma ressonância que suspende o tempo da comunicação, um efeito de efêmero-eterno, um instante de qualidade como mera semelhança, espécie de ‘Tao’ ou ‘Aleph’. [...] os meios eletrônicos tendem a federar os instantes de qualidade que visam à finalidade do consumo, isto é, mantêm uma relação dialética com a espontaneidade da percepção e da sensibilidade. (PLAZA; TAVARES, 1998, p. 59)

Na pós-modernidade, a confluência das tecnologias digitais e dos *mass media* da comunicação promovem uma integração simbiótica que redefine as noções de espaço e tempo, de natural/real e virtual, entre outras. A realidade virtual dissolve as fronteiras formais e materiais das imagens, o que conduz a uma discussão teórica que abrange a complexidade do conceito de representação diante dessas imagens que passam por um radical processo de desrealização. Não se representa mais o real, a imagem numérica o simula. As tecnologias digitais originam uma topologia e uma cronologia diferenciadas que regem a morfogênese e as distribuições das imagens de síntese – aquelas que, mesmo concebidas a partir de um modelo real são, na verdade, uma recomposição numérica deste modelo. As imagens virtuais parecem ter atingido, enfim, a ambição de toda e qualquer imagem: representar da forma mais perfeita e verdadeira o real. No entanto, destroem toda ideia de representação, porque elas não mais representam: elas são.

Tal fato passa a exigir uma adaptação perceptiva à instabilidade topocronológica, instaurada pelo advento da era digital, em ambiente de contínuo devir que impregnou a pós-modernidade de lições do tempo

tecnológico e do espaço aleatório. Transforma-se o espaço-tempo clássico pela estratégia da “máquina de visão”, o que acaba por colocar em crise os modos de aquisição e restituição do mundo exterior. É nesse sentido que Virilio define a lógica paradoxal que caracteriza as imagens numéricas, holográficas e videográficas ao enfatizar que

O paradoxo lógico é finalmente o desta imagem em tempo real que domina a coisa representada, este tempo que a partir de então se impõe ao espaço real. Esta virtualidade que domina a atualidade, subvertendo a própria noção de realidade. Daí esta crise das representações públicas tradicionais (gráficas, fotográficas, cinematográficas...) em benefício de uma apresentação, de uma presença paradoxal, telepresença à distância do objeto ou do ser que supre a sua própria existência, aqui e agora. (VIRILIO, 1994, p. 91).

O ato de pensar a imagem na cibercultura implica considerar a emergência de uma lógica da simulação, de uma vertente criativa que não mais pretende representar o real com uma imagem, mas sim sintetizar toda a sua complexidade. Assim sendo, na atualidade, o modo de conceber o mundo real ou imaginário fundado na representação (naturalismo) ou na apresentação (abstração), cede lugar à simulação (virtualidade), quando se pretende recriar uma realidade virtual autônoma e modelizável.

Em suma, assiste-se, ainda hoje, uma radicalização dos debates entre aqueles que Umberto Eco chamou de apocalípticos e integrados (ECO, 1978) e agora chamados de *neo-luddites* (contra) e os *tecno-utópicos* (a favor ou promotores da euforia tecnológica). Essa polarização esquizofrênica entre o amor e o ódio às novas tecnologias ganha corpo até mesmo na internet, onde existem sites que alertam contra os malefícios da cibercultura.

Ao elegermos um videoclipe recente como objeto empírico de estudo, procuramos questionar de que forma os produtos tecnológicos se incorporam ao cotidiano dos indivíduos, manipulando-os e impondo seus valores, tanto no terreno da razão, quanto em termos da pura percepção, pela “expressão de um novo modo de sentir das massas, com seu novo *sensorium* e seu contraditório sentido” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 91).

Estudo de caso. O videoclipe “*Boom Boom Pow*”, da banda Black Eyed Peas

Almejamos demonstrar como o videoclipe selecionado para análise

revela uma integração simbiótica que vai redefinir as noções de espaço e tempo, de natural/real e virtual, entre outras. Desse modo, a obra apropria-se da hibridização de meios, códigos e linguagens, utilizando-se dos mais recentes recursos tecnológicos para efetuar uma paradoxal crítica à própria tecnologia e à relação homem/máquina. A imagem do clipe _ enquanto indício artístico do fim das grandes narrativas, da fragmentação do sujeito e de sua estetização _, não é uma reprodução da realidade. Ela é uma atmosferização. Funciona muito mais como um homólogo da realidade do que como uma fotografia dela. Nesse sentido, o fio condutor de nosso raciocínio prende-se à idéia de verificar de que forma os meios, códigos e linguagens multiplicam-se e hibridizam-se no produto audiovisual em questão.

Cumpra assinalar que o vídeo é uma tecnologia de processamento de sinais eletrônicos (que podem ser analógicos ou digitais) desenvolvida para apresentar imagens em movimento, aproveitando-se do efeito fisiológico da persistência retiniana, assim como é feito no processo cinematográfico. O termo videoclipe só começou a ser utilizado na década de 1980. Clipe deriva de *clipping*, recorte (de jornal ou revista), pinça ou grampo, que possivelmente se refere à técnica midiática de recortar imagens e fazer colagens em forma de narrativa em vídeo. Já em 1995, no ensaio *A TV encontra a sua poética*, Décio Pignatari assinala que uma pequena revolução se estava operando, já há algum tempo, na signagem da televisão com o advento do videoclipe. Originalmente, o videoclipe aproxima-se do *trailer* do cinema pela ênfase no seu lado comercial de amostra e venda de um produto: no caso, a canção *pop*. “O ponto-chave do videoclipe é o ritmo e, dentro do ritmo, o *timing*, ou seja, a propriedade, a coerência de cada uma de suas partes componentes em sua duração relativa” (PIGNATARI, 1995, p. 236).

Arlindo Machado salienta que muitos videoartistas fazem videoclipes nos meados de 1980 - o que poderia ser a transformação da videoarte em *television art*.

Foram os videoartistas que, pela primeira vez, introduziram o computador no tratamento do sinal de vídeo, abrindo, com seus experimentos, um terreno que seria depois preenchido com as máquinas numéricas de efeitos. O videoclipe é a versão popular, às vezes também diluída embora nem sempre, da videoarte [...] (MACHADO, 1987, p. 39).

A esse respeito, acrescentamos que, mais recentemente, a sofisticação plástica, os grafismos e as explorações cromáticas são intervenções criativas efetuadas por *softwares* que definem as marcas típicas do videoclipe. O

pensamento de Lev Manovich vem corroborar o exposto: “Computer-generated characters can move within real landscapes; conversely, real actors can move and act within synthetic environments.” (MANOVICH, 2001, p. 153).² E acrescenta que:

As general operation, compositing is a counterpart of selection. Since a typical new media object is put together from elements that come from different sources, these elements need to be coordinated and adjusted to fit together. [...] This interactivity is made possible by modular organization of a new media object on different scales. Throughout the production process, elements retain their separate identities and, therefore, can be easily modified, substituted, or deleted (MANOVICH, 2001, p. 139).³

Ao referir-se especificamente ao vídeo, o autor assinala que as interações com elementos do mundo virtual expandem as possibilidades de mixagem:

When electronic keying became part of standard television in the 1970s, the construction not only of still but also moving images finally began routinely to rely on montage within a shot. In fact, rear projection and other special effects shots, which had occupied a marginal place in classical film, became the norm (MANOVICH, 2001, p. 150).⁴

Dando início à análise do videoclipe *Boom Boom Pow*, da banda *Black Eyed Peas* (2009)⁵, cremos que o produto apresenta um enredo coerente, com princípio, meio e fim. O próprio título é onomatopáico e repetitivo; diríamos que a letra pouco importa⁶, o que importa é o ritmo e, sobretudo, a qualidade

² Tradução: Personagens gerados por computador podem mover-se dentro de paisagens reais; reciprocamente, atores reais podem mover-se e atuar dentro de ambientes sintéticos.

³ Tradução: Como operação geral, a composição é a contraparte da seleção. Desde que um objeto típico das novas mídias é posto junto com elementos oriundos de fontes diferentes, esses elementos precisam ser coordenados e ajustados para se encaixarem. [...] A interatividade torna-se possível pela organização modular do objeto da nova mídia em diferentes escalas. Através do processo de produção, os elementos guardam suas identidades separadas e, ainda podem ser facilmente modificados, substituídos, ou deletados.

⁴ Tradução: Quando a codificação eletrônica tornou-se parte do padrão de televisão nos anos 1970, a construção não só de imagens imóveis mas também em movimento finalmente começou rotineiramente a contar com a montagem dentro de uma tomada. De fato, a retroprojeção e outros efeitos especiais, que haviam ocupado um espaço marginal no filme clássico, tornam-se a norma.

⁵ São quatro protagonistas (integrantes da banda): Will.i.am: líder, rapper principal., vocalista, produtor e compositor; Fergie – principal vocalista, sub-rapper e compositora; Taboo: *lead rapper*; compositor; Apl. de.ap: *lead rapper*, sub-vocalista, compositor e produtor.

⁶ Destacamos alguns versos, em tradução livre: “O ritmo futurístico”, “Aquela rima digital”, “O visual do milênio”, “Sou tão 3008 e você é tão 2000!”, “Eu estou em alta definição”, “Eu viro uma fera quando

das imagens inspiradas no conceito futurístico da canção que alguns versos explicitam: “Sou tão 3008 e você é tão 2000!”, “Rumo ao futuro cibertrônico”.

O videoclipe inicia-se com uma mão enluvada diante de um computador utilizando o *touchscreen* para selecionar uma imagem de abertura. A imagem é uma espécie de cogumelo atômico, num tom amarelo forte, que rapidamente se fragmenta em estilhaços brancos e estes vão compor um objeto bélico dourado, uma espécie de granada estilizada. Cogumelo, granada, máscara e lixo atômico alternam-se, multiplicam-se e compartilham o mesmo espaço da tela.

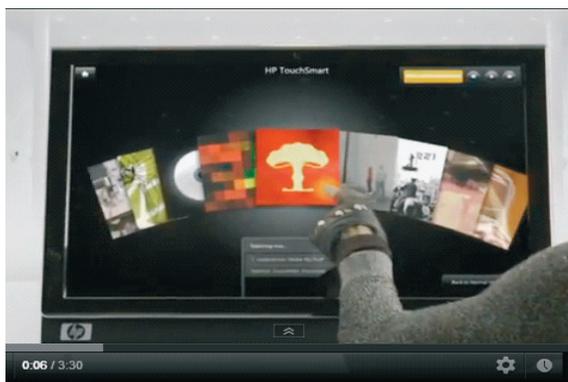


Figura 1: *Frame* inicial do videoclipe *Boom, Boom, Pow* (2009)⁷

Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=4m48GqaOz90>

A partir daí, novas imagens bélicas irrompem seguidamente no cenário onde o líder da banda canta. Tanto sua aparência quanto sua voz são alteradas digitalmente, resmaterizadas e mixadas, à medida que seus movimentos agressivos aumentam, mostrando que a artificialização avança com o digital, atravessando todos os aspectos da cultura contemporânea. Diríamos que a sequência das imagens remete à idéia das simbioses corporais homem/máquina e expressam as profundas redefinições por que passa a nossa cultura tecnológica. Infere-se que as tecnologias não inauguram simplesmente um corpo imaginário desejado, elas nos proporcionam um corpo até então não imaginado: o “cibercorpo”; como diz a canção “Rumo ao futuro cibertrônico”.

youê me excita, rumo ao futuro cibertrônico”, “Aquele Boom Boom Boom do futuro vou te mostrar agora”.

⁷ Todos os *frames* do videoclipe analisado foram capturados pela autora diretamente do youtube.



Figura 2: *Frame* do videoclipe: o início da digitalização/desumanização.

A artificialização torna-se a tônica deste audiovisual. Tecnicamente, verificamos a fusão de imagens múltiplas a substratos materiais, ou seja, a adição de efeitos digitais a objetos concretos (no caso, os corpos dos protagonistas, prestes a serem desprovidos da própria imagem) acaba por desfazer sua materialidade imagética pela visualização digital. A aderência ao real se extingue nas imagens digitais, consideradas desmaterializadas por corresponderem a algoritmos. A imagem digital vem consumir o processo de automatização da representação (ligada à reprodutibilidade técnica benjaminiana), mas quebra a busca de aderência ao real que a fotografia evidenciava. O que faz uma foto prender-se definitivamente ao real através dos fios luminosos invisíveis que a fazem existir é a força de seu caráter indicial (Peirce).⁸

Todas as intervenções digitais parecem sugerir que os cantores estariam se transformando em uma espécie de *cyborgs*, ou mesmo avatares. Diríamos que, implicitamente, existe uma crítica ao consumo exacerbado de tecnologia em um mundo imerso no maquínico.

Nesse aspecto, lembramos que, sob uma perspectiva catastrófica ou apocalíptica, as relações com a tecnologia aparecem na cena pós-moderna como em grande parte da ficção científica: as máquinas escapam ao controle dos seus criadores e tentam anular no homem o que lhe resta da essência humana, como sugere a imagem abaixo.

⁸ Para Charles Sanders Peirce,, o índice é um tipo de signo que representa seu objeto em virtude de ser diretamente afetado por esse objeto.



Figura 3: *Frame* do videoclipe: subjugados pela tecnologia

O clipe em questão revelaria, portanto, uma preocupação com a desumanização e com a desmaterialização efetuadas por força dos novos meios eletrônicos. Consideramos uma inquietação análoga àquela de um século atrás, deflagradora da crise da representação.

Um dos exemplos paradigmáticos é o filme de Charles Chaplin, *Tempos Modernos* (1936), no qual um operário de uma linha de montagem assume gestos repetitivos e robotizados, é tragado pelas engrenagens de uma máquina e acaba levado à loucura pela “monotonia frenética” do seu trabalho.⁹ Este seria o primeiro filme de Charles Chaplin que utilizaria inteiramente um sistema de som. Entretanto, apenas podem-se ouvir ruídos, enquanto vozes aparecem em avisos de máquinas. Essa mudança foi feita pelo próprio Chaplin, para tornar o som um símbolo da tecnologia e da desumanização na referida obra cinematográfica.

⁹ *Tempos Modernos*. 1936. Direção: Charles Chaplin. Elenco: Charles Chaplin, Paulette Goddard, Henry Bergman.



Figura 4: Imagem do filme Tempos Modernos.

Fonte: <http://www.google.com.br/search?q=filme+tempos+modernos&hl>

No videoclipe as repetições da letra e da música dão cada vez mais força à idéia de automatização dos integrantes da banda e das bailarinas, tal como no filme de Chaplin; contudo, após a terceira revolução industrial, não se vai para as engrenagens de uma máquina, mas sim para dentro de um computador como acontece na cena ao lado.



Figura 5: *Frame* do videoclipe: do outro lado da tela do computador

Nesse sentido, Paul Virilio percebe uma aceleração da nossa entrada na era da simbiose com máquinas: no futuro, os corpos serão híbridos. Ao questionar a perda de limites entre máquina e homem, o autor demonstra que a

ficção não é apenas algo das telas do cinema: em realidade, tudo caminha para a construção de um corpo literalmente tecnológico, uma via para a circulação de informações mecanicamente inseridas.

O tema da desumanização não é novo, pois, advindo do conflito homem-máquina, permeou todo o século passado. Contudo, hoje em dia, passou-se de um conceito de medo do poder controlador das máquinas para a sedução diante das suas realizações virtuais. Para Jean Baudrillard, “A sedução representa o domínio da ordem simbólica, ao passo que o poder representa unicamente o domínio do universo real.” (BAUDRILLARD, 1979, p. 17).

Nesse viés interpretativo que se mostra ambíguo, poderíamos falar tanto da crítica feita pelo videoclipe ao controle exercido pelas tecnologias digitais, quanto da sedução exercida por essas mesmas tecnologias. Por outro lado, poder-se-ia perceber uma ênfase no lado negativo da questão, porque, durante todo o desenvolvimento do clipe, a associação entre imagens e objetos bélicos em contraposição aos seres humanos (cantores e bailarinas) iconiza os inúmeros conflitos armamentistas do século XX, principalmente a ameaça nuclear.



Figura 6: *Frame* do videoclipe: metáforas visuais das ameaças bélicas

O videoclipe demonstra ter uma base cultural para sua narrativa audiovisual, uma circunstância histórica feita de expectativas, ansiedades e incertezas sobre a qual a criatividade se lança, com as potencialidades técnicas disponíveis. Sendo o resultado de uma filmagem, toda a performance da banda e a coreografia ocorrem num espaço real que parece, porém, estar sendo invadido pelo espaço virtual digitalizado: na “civilização do simulacro” apagam-se as diferenças entre o real e o imaginário. Os cantores da banda estariam sendo digitalizados e desumanizam-se a cada momento,

para, finalmente, desmaterializarem-se e serem absorvidos pela máquina (o computador), onde tudo é viabilizado pelo conceito fractal de um espaço-tempo vetorizado.



Figura 7: *Frame* do videoclipe: o vocalista digitalizado

As cabeças dos cantores alternam-se com as imagens de objetos bélicos; a da cantora com exagerados fones de ouvido dourados alterna-se com uma espécie de máscara contra irradiação atômica; a cabeça do quarto integrante da banda alterna-se com um recipiente de lixo atômico.

De repente, o artefato bélico facetado se abre e dele saem dançarinas usando malhas vermelhas com listras negras. O tom dourado metálico anterior é confrontado com a cor quente do vermelho. A iluminação avermelhada atinge o terceiro cantor que tem cabelos longos, faz gestos de luta e parece abrir uma outra tela com rispidez. Dentro da nova tela, as bailarinas continuam dançando com gestos marciais. A música continua e a cantora surge como uma super-heroína de quadrinhos, com figurino sensual e luvas, com unhas longuíssimas. Sua gestualidade é felina e agora prevalece a cor esverdeada, que poderia simbolizar a natureza, mas rapidamente é substituída pelo vermelho e pelo dourado anteriores. Nesse sentido, os jogos cromáticos iconizariam o conflito primitivo e civilizado.

É também curioso observar a antítese entre dança tribal (algo primitivo e que faz parte do conjunto de arquétipos do imaginário humano) e os efeitos das imagens digitais e do processamento das vozes e sons (que conotam uma espécie de “avatarização” dos seres humanos, sob o domínio das novas tecnologias). A coreografia ágil, moderna e sincopada ajusta-se às performances já previamente inscritas na letra da canção, com muitas

metáforas e alegorias.

Por outro lado, as inserções de objetos bélicos na coreografia aludem à violência da guerra e, assim, cada imagem pode adquirir um *status* de autonomia e ganhar em flexibilidade e desenvoltura, bem como na polivalência de significados (conotações). Muitos dos efeitos do videoclipe recaem nestes encontros e trocas de significados conotativos entre som e imagem e nas relações entre seus vários modos de continuidade.



Figura. 8: *Frame* do videoclipe: a ameaça letal

O clipe estudado apropria-se de certos artefatos musicais no domínio da melodia, ritmo e timbre; além de mesclar os gêneros da *dance-pop*, *electro and hip hop*. A lógica do autônomo avulta e a interpretação audiovisual da música parece reproduzir mecanicamente, sem consciência, as palavras e os gestos.



Figura 9: *Frame* do videoclipe: início da desmaterialização

Nas sequências finais os cantores parecem estar se diluindo e fica a impressão que, sendo digitalizados, são levados para dentro do computador e deixam de ser pessoas físicas para habitarem o espaço virtual do interior da máquina.¹⁰ Como nos filmes de ficção científica, são acentuados os efeitos visuais da desmaterialização dos corpos.

Julgamos que o videoclipe tematiza e atualiza na tela as mudanças radicais na morfogênese e na comunicação das imagens atuais, como explica Edmond Couchot:

Ce changement affecte non seulement les composantes formelles de l’image et la façon don’t elle transmise, conservée ou reproduite, il affecte aussi la percepttion de l’image et plus généralement la manière dont la pensée figurative travaille (COUCHOT, 2001, p. 1).¹¹

Para o pensador francês, vivenciamos inegavelmente uma “nova era na história da imagem”, pois não se percebe, não se transmite, nem se conserva, muito menos se pensa a imagem como antes. A imagem não é mais o espaço fechado e impenetrável, pelo contrário:

Qu’elle soit totalement synthétique em 2 ou 3D, ou seulement numérisée, à partir d’une image conventionnelle, l’image numérique se laisse donc manipuler, soit au moyen du clavier soit au moyen d’instruments plus adéquats; elle se laisse “traiter” comme la plus ductile des matières. (COUCHOT, 2001, p. 3)¹²

Entendemos que o videoclipe realiza uma transcodificação no sentido que Lev Manovich atribui ao termo. Trata-se da mudança em outro formato, ou seja, na transformação das “velhas mídias em novas”, por força

¹⁰ No filme *Tron* (1982), o protagonista é digitalizado e transportado para o mundo virtual. O filme destaca-se pelo visual, sendo um dos primeiros a utilizar efeitos de computação gráfica de forma tão ampla.

¹¹ Tradução: Esta mudança afeta não apenas os componentes formais da imagem e o modo de sua transmissão, conservação ou reprodução, ela afeta também a percepção da imagem e mais amplamente a maneira como o pensamento figurativo trabalha.

¹² Tradução: Seja totalmente sintética em 2 ou 3D, ou apenas numerizada, a partir de uma imagem convencional, a imagem numérica se deixa manipular, seja no teclado ou por meio de instrumentos mais adequados; ela se deixa “tratar” como o mais flexível dos materiais.

da digitalização. Logo, ao mesmo tempo em que as mídias computadorizadas continuam sendo imagens, sons, vídeos (enfim, continuam a fazer sentido como objetos), com a digitalização elas passaram também, a ser dados numéricos de um computador. Poderíamos associar tal diluição das imagens corporais ao conceito da “fantasmagoria” como o que é discutido por Paul Virilio, ao comentar sobre os atrasos e problemas da telepresença.

Eles tratam de nos fazer perder definitivamente o corpo próprio em benefício do amor imoderado pelo corpo virtual [...] Isso penetra uma considerável ameaça de perda do outro, o ocaso da presença física em benefício de uma presença imaterial e fantasmagórica. (VIRILIO, 1997, p. 46-47)

Como um construto audiovisual cuja narrativa problematiza temas contemporâneos ligados ao poder/sedução da realidade virtual, percebemos que o videoclipe *Boom Boom Pow* trataria de um novo *sensorium* e da reconfiguração da subjetividade contemporânea, no que tange à desumanização e à desmaterialização, como já comentado. Destarte, adota um viés crítico sobre a estereotipia ligada à violência e, sobremaneira, à questão armamentista, cultivada na segunda metade do século passado em virtude das ameaças nucleares, e cujas reverberações ainda hoje se fazem sentir.



Figura 10: *Frame* do videoclipe: a desmaterialização se consuma

Tendo em vista a contínua emergência de contradições insuperáveis na cena atual, principalmente no que concerne às relações entre a arte e a tecnologia, identificamos, nas cenas do clipe, as facetas multiformes da comunicabilidade que espelham uma síntese espaço-temporal da relação

homem/máquina.

Como já comentado, sob uma perspectiva catastrófica, as relações com a tecnologia aparecem na cena pós-moderna como em grande parte da ficção científica: as máquinas escapam ao controle dos seus criadores e tentam anular no homem o que lhe resta da essência humana. Obviamente que tal perspectiva apocalíptica, que julgamos pertinente à interpretação do clipe analisado, deve ser relativizada, pois as novas tecnologias estabelecem um novo patamar no desenvolvimento cultural da humanidade.

De outro ponto de vista, consideramos que a narrativa do videoclipe aproxima-se de muitos filmes de ficção científica, nos quais a relação homem/computador é reiteradamente tematizada. Ao referir-se aos mundos da ficção científica, Umberto Eco, elabora os conceitos de metatopia e metacronia, que são antecipações ficcionais. Nelas, segundo o autor,

Enfim, o mundo possível representa uma fase futura do mundo real presente: e por mais que seja estruturalmente diverso do mundo real, o mundo possível é possível (e verossímil) exatamente porque as transformações a que foi submetido nada mais fazem do que completar as linhas de tendência do mundo real [...] (ECO, 1989, p. 168).

Considerações Finais

Alguns teóricos afirmam que a tendência à desrealização é viciante, outros que ela é cômoda porque proporciona uma idealização da perfeição matemática e do rigor da informática. A vivência virtual poderia, no extremo, suplantam a realidade, como na trilogia *Matrix*,¹³ onde só se pode conceber o real como uma extensão dos mundos virtuais; ou ainda como no filme *Avatar*, onde corpos humanos podem ser replicados por tecnologias simulacrais .

Ao abordarmos o videoclipe da Banda *Black Eyed Peas*, que tematiza e presentifica na tela as noções de corpos maquínicos e híbridos, metamodelizados por inumeráveis agenciamentos digitais, procuramos perceber uma possível composição que organizaria os novos modos de subjetivação e de nossos esquemas perceptivos; bem como indagar em que medida nele se anunciam os paradigmas de novas formas de pensar, sentir e estar no mundo.

¹³ *Matrix* é o nome de um programa criado pelas máquinas que tem como objetivo dar aos seres humanos a falsa ideia de realidade, criando um mundo virtual idêntico ao que estamos acostumados. Seria como se vivêssemos em um constante sonho, sem a possibilidade de nos libertarmos.

Referências

BAUDRILLARD, Jean. **Tela total**: mito-ironias da era do virtual e da imagem. Porto Alegre: Sulina, 1997.

BELLOUR, Raymond. **Entre imagens**. Campinas: Papyrus, 1997.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. São Paulo: Brasiliense, 1993.

COUCHOT, Edmond. **A tecnologia na arte**: da fotografia a realidade virtual. Porto Alegre: UFRGS, 2003.

COUCHOT, Edmond. **Image Puissant Image**. Disponível em: <<http://www.pacc.ufrj.br/midiarte>>. Acesso em: 11 fev. 2012.

DELEUZE, Gilles. **A imagem-movimento**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

DELEUZE, Gilles. **A imagem-tempo**. São Paulo: Brasiliense, 2007.

ECO, Umberto. **Sobre os espelhos e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1976.

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

LE MOS, André. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2001.

LE MOS, André; PALACIOS, Marcos. **Janelas do ciberespaço**: comunicação e cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 2000.

LÉVY, Pierre. **A máquina universo**: criação, cognição e cultura informática. Porto Alegre: Artmed, 1998.

LÉVY, Pierre. **O que é virtual**. São Paulo: Ed. 34, 1998.

- MACHADO, Arlindo. **A arte do vídeo**. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- MACHADO, Arlindo. **Máquina e imaginário: o desafio das poéticas tecnológicas**. São Paulo: EDUSP, 2001.
- MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Senac, 2000.
- MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Petrópolis: Vozes, 1996.
- MANOVICH, Lev. **The language of new media**. Cambridge: The MIT Press, 2001.
- MARTIN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.
- ORTEGA Y GASSET, José. **A desumanização da arte**. São Paulo: Cortez, 1990.
- PARENTE, André (Org). **Imagem máquina**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1994.
- PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1990.
- PIGNATARI, Décio. **Signagem da televisão**. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- PLAZA, Júlio; TAVARES, Mônica. **Processos criativos com os meios eletrônicos: poéticas digitais**. Campinas: FAEP-UNICAMP; São Paulo: Hucitec, 1998.
- SEEL, Martin. **Aesthetics of appearing**. California: Stanford University Press, 2005.
- VIRILIO, Paul. **A máquina de visão**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2002.



Recepção midiática e identidade étnica: estudo etnográfico sobre a televisão no quilombo maranhense Itamatatiua¹

Wesley Pereira Grijó²
Rosa Maria Berardo³

Resumo: O capítulo aborda a presença da televisão no quilombo Itamatatiua, localizado na região da Amazônia Legal do estado do Maranhão, cuja discussão é feita principalmente a partir da ideia de mediações comunicativas da cultura (Martín-Barbero, 2003). Os trabalhos de campo foram feitos a partir do método etnográfico e a coleta dos dados ocorreu através de técnicas como: registro fotográfico, observação participante, entrevistas semi-estruturadas e discussão em grupo. Observou-se que as dinâmicas internas estabelecidas na comunidade interagem na recepção da TV, influenciando as diferenças de apropriações e de interpretações dos conteúdos da televisão e nas mediações estabelecidas nesse processo. O que veio a se somar e também a se contrapor ao processo de construção da identidade local ocorrido ao longo dos anos.

Palavras-chave: Comunicação. Etnografia. Identidade étnica. Recepção midiática. Televisão.

Introdução

Situado no município maranhense de Alcântara, na região do estado integrante da Amazônia Legal, o quilombo Itamatatiua em pouco mais de

¹ Os dados presentes neste capítulo foram obtidos através da pesquisa de mestrado intitulada Mídia e Cultura: Um estudo da Televisão e da Identidade Cultural no Quilombo de Itamatatiua, orientada pela Prof^a Dr^a Rosa Maria Berardo, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Cidadania da Universidade Federal de Goiás, com auxílio financeiro da Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão (Fapema) e da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

² Doutorando em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Mestre em Comunicação, Cultura e Cidadania pela Universidade Federal de Goiás. Bacharel em Comunicação Social pela Universidade Federal do Maranhão. E-mail: wgrijo@yahoo.com.br.

³ Professora doutora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Cidadania e do Programa de Pós-Graduação em Cultura Visual da Universidade Federal de Goiás.

uma década saiu de um cenário em que a tradição oral era o principal meio de transmissão de conhecimentos entre as pessoas para se tornar receptor dos meios eletrônicos de comunicação, principalmente a televisão. A comunidade negra está inserida na categoria de “terras de pretos” e “terras de santo”, segundo categorização de Almeida (1989). Isso se deve porque, diferentemente de outros quilombos, Itamatatiua não foi uma coletividade surgida exclusivamente pelos chamados “escravos fujões”. A localidade está na categoria de “terra de pretos”, pois pertencia a uma ordem religiosa, cujos membros tiveram que abandonar as terras, ficando todo um latifúndio sob o controle dos negros. Além disso, as terras têm como padroeira Santa Teresa d’Ávila e, por esta razão, é considerada uma “terra de santo” como outras existentes no Maranhão, onde o número de comunidades quilombolas é de 408, conforme dados da Fundação Palmares⁴.

Historicamente, os negros de Itamatatiua são conhecidos como “Filhos da Santa”, sendo esta uma denominação oriunda de uma possível origem dos moradores, contudo não existem documentos históricos para comprová-la. Segundo os mais velhos da comunidade, na época da presença da Ordem Carmelita, uma senhora abastada de Alcântara doou à imagem santa um casal de escravos, cujos descendentes passaram a se considerar, desde então, filhos da entidade religiosa. As pessoas do local acreditam que todos os moradores de Itamatatiua são descendentes do casal de negros. Por esta razão, todos aqueles que nascem na comunidade até hoje recebem o sobrenome “De Jesus”, como forma de legitimar o parentesco com a santa. Atualmente, aproximadamente 300 (trezentas) famílias vivem nas terras de Itamatatiua, cuja principal fonte de renda advém, na maioria dos casos, da cerâmica produzida pela Associação de Produtora de Cerâmica, produto cultural exportado para diversas partes do país e do mundo.

Segundo nossas observações durante as pesquisas de campo, Itamatatiua está vivendo uma fase de transição. Antes, a comunicação na comunidade era feita de forma totalmente interpessoal: conhecimentos e tradições eram transmitidos através da tradição oral, como contos, histórias, anedotas, lendas etc.; agora, podemos dizer que a localidade se inseriu no mundo globalizado da lógica capitalista, onde as relações pessoais são mediadas também pelos mass media. Com a introdução da energia elétrica em Itamatatiua, a partir do Programa Federal Luz Para Todos⁵, os moradores puderam adquirir televisores para seus lares, o que se propagou rapidamente

⁴ <<http://www.palmares.gov.br/quilombola/?estado=MA>>. Acesso em 08/10/2012.

⁵ Programa do Governo Federal lançado em novembro de 2003 que visa levar energia elétrica para a população do meio rural. <<http://luzparatodos.mme.gov.br/luzparatodos/asp/default.asp?id=1>>. Acesso em 08 de out. 2012.

pela comunidade. Hoje, podemos verificar que quase todas as casas possuem televisores e, em menor quantidade, aparelhos de rádio. Esse é o atual contexto comunicacional em Itamatatiua, ou seja, aquelas pessoas estão inseridas no contexto das mediações comunicativas da cultura, conforme aponta Martín-Barbero (2003).

A pesquisa empírica em Itamatatiua: protocolo teórico-metodológico

Esta pesquisa de recepção midiática numa comunidade tradicional converge com uma tendência das ciências sociais de buscar, cada vez mais, suprir seus interesses em relação aos assuntos sobre grupos sociais marginalizados ou subalternizados, a partir da perspectiva de Gramsci (GRUPPI, 1978), o que por muito tempo foi subjugado pelos estudos acadêmicos ou praticamente ignorado pelos estudos hegemônicos em comunicação. Para fazermos a relação entre as questões étnicas e a recepção da mensagem televisiva, tomamos como ponto de referência os estudos de recepção midiática, uma vez que colocam os sujeitos e seus contextos com principais agentes da pesquisa empírica.

Com essa perspectiva em mente, buscamos no modelo de “codificação/decodificação” de Stuart Hall (2003), um dos nossos aportes para se pensar as apropriações dos sujeitos com a mensagem televisiva e se há alguma relação nesse processo decorrente das especificidades do contexto étnico em Itamatatiua. A linha de pensamento do referido autor indica que há uma leitura “dominante” ou “preferencial”, na qual o sentido da mensagem é decodificado segundo as referências da sua construção; uma leitura “negociada”, em que o sentido da mensagem entra em negociação com as condições particulares dos receptores; e, por fim, uma leitura de “oposição”, que ocorre quando o receptor entende a proposta dominante da mensagem, mas a interpreta sob uma estrutura de referência alternativa.

Diante das premissas acima mencionadas e sabendo do contexto étnico-cultural dos sujeitos de Itamatatiua, partimos da hipótese teórica, referendada em estudos de recepção midiática, que consideram as mediações responsáveis pelo processo de assimilação, rejeição, negociação, resistência etc., a que estão sujeitas as mensagens televisivas, sendo as identidades apresentadas por este meio de comunicação incluídas nesta ideia de mensagem. Dessa forma, o foco para se refletir sobre a relação dos media com a sociedade é deslocado para os receptores, o que na perspectiva de Martín-Barbero (1987) é pensar a comunicação a partir das mediações e não somente dos meios.

Seguindo o pensamento de Martín-Barbero (1987; 2002; 2003), a

recepção midiática é um momento do consumo cultural, sendo esta uma categoria que abarca os processos de comunicação e recepção dos bens simbólicos, o que ele veio a definir posteriormente como mediações comunicativas da cultura (MARTÍN-BARBERO, 2003). Além da contribuição teórica de Hall e Martín-Barbero, tomamos como referencial teórico-metodológico experiências de pesquisas brasileiras como: TV, Família e identidade: Porto Alegre no “fim de século” (JACKS; CAPPARELLI, 2006), Leitura Social da novela das oito (LEAL, 1986), Vivendo com a telenovela (LOPES; BORELLI; RESENDE, 2002). Esses estudos se tratam de trabalhos empíricos relacionando grupos de famílias e o media televisão, contudo não têm como enfoque principal as questões étnicas das comunidades tradicionais.

No que concerne à contribuição das pesquisas antropológicas para se entender o contexto de uma comunidade quilombola, mantemos um diálogo como forma de compreender a atualidade do conceito de identidade étnica, entendido aqui como um processo dinâmico inserido também num contexto de disputa e mobilização política, conforme indicam Barth (1998; 2003), Banton (1971; 1977), Carvalho (2003; 2009) e O’Dwyer (2002). Diretamente, alinhamos noção de identidade étnica à ideia de etnicidade defendida por Banton (1977), que diz respeito a uma qualidade compartilhada, com a particularidade dos membros terem consciência de pertencer a um grupo.

A partir do diálogo com as experiências teóricas supracitadas, pudemos iniciar os trabalhos de campo em Itamatatiua que compreendeu oito famílias, sendo que cada uma delas possuía entre seus membros, no mínimo, quatro pessoas, somando ao todo 32 sujeitos diretamente observados. Todos foram entrevistados de forma individual e em grupo (nas casas, na igreja, na associação de produtoras de cerâmica, etc.), sendo que demos prioridade ao ambiente familiar, principalmente no momento em que as famílias assistiam à televisão em horários diversos, sendo que na maioria dos casos, esse período compreendeu o horário noturno da programação televisiva, entre às 18 horas e às 22 horas. De forma cronológica, a última fase da pesquisa de campo sobre a recepção da televisão em Itamatatiua se iniciou na primeira quinzena do mês de dezembro de 2009 até a segunda quinzena do mês de janeiro de 2010. Entretanto, o início das observações na comunidade iniciou em 2007, durante pesquisa vinculada à Universidade Federal do Maranhão, financiada pela Fapema.

A seleção das pessoas partiu de um conhecimento prévio sobre a disponibilidade para participar da pesquisa, o que de certa forma facilitou o contato e o desenvolvimento dos trabalhos. De antemão, todos participantes deveriam ser moradores de Itamatatiua e possuírem televisores em suas

residências. Outra questão importante para a melhor captação das entrevistas foi deixar os entrevistados no anonimato, ou seja, na pesquisa eles foram identificados apenas pelo número atribuído à família e à faixa etária. A medida serve também para adequar os trabalhos empíricos às novas deliberações dos comitês de ética das universidades federais brasileiras.

Assim, pudemos ter subsídios para refletir sobre as questões referentes à recepção da televisão e às identidades locais. Isso por que naquela comunidade negra a relação entre a recepção da mensagem televisiva e a identidade étnica possui singularidades devido à competência cultural daquelas pessoas, visto que o contexto cultural é crucial para esse entendimento, conforme estabelece a tradição dos estudos culturais latino-americanos. De forma mais prática, a pesquisa foi realizada de forma qualitativa através das entrevistas semi-estruturadas com temas-chaves sobre a relação que as famílias de Itamatatua mantêm com a televisão e como isso pode se refletir em seus cotidianos.

Além das entrevistas semi-estruturadas e do questionário de consumo, utilizamos ainda recursos de outras técnicas metodológicas para captar o conhecimento sobre a recepção midiática em Itamatatua. Neste ponto, o método etnográfico foi utilizado como forma de adentrar ao espaço cultural dos moradores da localidade, tomando como perspectiva o pensamento de Green, Dixon e Zaharlick (2005), que afirmam ser a etnografia - no tocante à antropologia cultural e à etnografia da comunicação - uma abordagem conduzida teoricamente, envolvendo uma perspectiva contrastiva, por meio da quais fenômenos ou práticas culturais são estudados. Dentro de âmbito, trabalhamos com a ideia de etnografia da audiência, que segundo La Pastina (2006, p. 27) deve ser um “processo de longa duração de coleta e análise intensiva de dados”. De acordo com o referido autor, “a compreensão de práticas individuais e comunitárias de consumo de mídia auxilia no projeto mais amplo de investigar o papel dos produtos culturais em um contexto global” (LA PASTINA, 2006, p. 32). Diante dessa perspectiva e com nossas observações durante os trabalhos de campo, percebemos que o momento de assistência da TV articulou a interação do receptor com o meio, seus gostos e formas de ler o conteúdo midiático. A convivência no ambiente familiar desvendou seus hábitos, memórias e a relação estabelecida com a televisão.

A partir do método etnográfico a partir das experiências de Guber (2001) e Cáceres (1998), a coleta dos dados ocorreu através dos trabalhos de campo realizados com o auxílio dos moradores do quilombo, focando nosso estudo nas mediações cotidianas e suas relações com a televisão. Conforme podemos verificar na **Figura 1**, a pesquisa de campo foi feita a partir de visitas regulares à comunidade combinando técnicas como: registro fotográfico,

observação participante, entrevistas semi-estruturadas e discussão em grupo com os sujeitos, conforme as contribuições de Delgado e Gutiérrez (1995), Flick (2009), Guber (2004) e Sierra (1998).

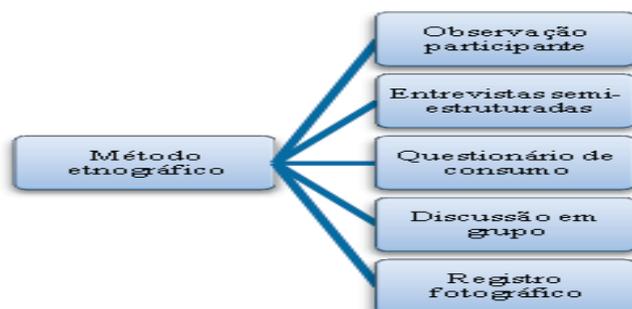


Figura 1: Quadro metodológico da pesquisa de campo.

Por fim, as entrevistas semi-estruturadas foram tabuladas como forma de se configurar um “mapa” para melhor visualização de todas as características que os dados obtidos poderiam fornecer, conforme pudemos observar em trabalho similar sobre a recepção da televisão e identidade cultural (JACKS, 1999). Assim, as respostas obtidas foram analisadas, visando detectar os elementos básicos de identificação dos receptores com seu cotidiano, sua identidade étnica e as possíveis relações acionadas ao assistirem à televisão no ambiente familiar. Após todas essas etapas, pudemos tecer nossas considerações sobre aquele contexto.

A presença da televisão na comunidade quilombola

Em Itamatatua, a televisão se constitui como a principal mediação midiática que as pessoas da comunidade têm com o que acontece externamente ao quilombo. Assim, consideramos que a relação dos moradores dessa comunidade negra com a televisão segue o pensamento que afirma ser este meio de comunicação a principal mediação cultural da contemporaneidade (MARTIN-BARBERO, 2002), principalmente em locais singulares como aquele quilombo, onde o universo cibernético ocasionado pela Internet ainda não está intensamente presente. Para aquelas pessoas que vivem um contexto distinto de praticamente tudo o que assistem pela televisão, o cotidiano toma outros sentidos a partir do momento que mantêm contato com outras realidades quando ligam o aparelho de TV. Para uma localidade em que as narrativas orais representam muito a identidade étnica, a mensagem televisiva

possui elementos que mantêm alguns aspectos do antigo contexto, ou seja, a televisão não exclui definitivamente a tradição oral a qual aquelas pessoas estão acostumadas. Isso ocorre porque a mensagem televisiva apela a valores, sentimentos e emoções do cotidiano. Os moradores de Itamatatua têm contato com personagens saídos de um pretensão “real”, e que mesmo para uma comunidade distante do centro de produção televisiva, esse cotidiano é aproximado no momento em que assistem aos programas de TV.

Com isso tudo, queremos dizer também que, apesar da imagem ser um elemento essencial na mensagem televisiva, a oralidade ainda se faz presente, pois o som, as falas e as narrativas são de fundamental importância para a televisão manter vínculos com sua audiência. Não podemos esquecer ainda que, enquanto tecnologia, a televisão, de certa forma, é um rádio acrescentado de imagens, a diferença é que este faz com que sua mensagem chegue ao público através unicamente de sons, enquanto a televisão tem, além do som, o recurso das imagens. Ainda nessa questão, as palavras são construídas num contexto de oralidade, no qual a imagem de quem fala, a sua entonação e seu gestual são fundamentais para a compreensão dessa mensagem em todos os seus sentidos. Nas telenovelas, por exemplo, essa oralidade é consubstanciada nos diálogos, na discussão de diversos personagens, na troca de ideias, valores, informações entre dois personagens, no diálogo solitário dos que exprimem a voz como pensamento.

Em Itamatatua, os laços familiares ainda são muito fortes, sendo a família um fator importante nas mediações da recepção televisiva. Assim, numa localidade com poucas opções de diversão, a televisão torna-se a principal forma de lazer das famílias. O fato de ser consumida, sobretudo, dentro das residências foi fundamental para consolidar a relação que o quilombo mantém com esse meio de comunicação, conforme podemos observar na imagem (Figura 1).



Figura 1: Família de Itamatatiua assistindo à telenovela.

Fonte: Autor Wesley Pereira Grijó

No que diz respeito à geografia interna das casas, a televisão ocupa um espaço nobre na sala, sendo na maioria dos lares o principal objeto doméstico. Em praticamente todas as residências, o aparelho está situado de forma a ser a primeira coisa observada ao entrar numa moradia de Itamatatiua. Temos que enfatizar ainda que o móvel onde fica a televisão se configura como resumo de todas as formas de representação da comunidade: além do televisor, geralmente há um aparelho de rádio, de DVD, bonecas – majoritariamente brancas - vestidas com roupas de luxo, imagens de santos (santa Teresa d’Ávila, São Benedito ou Santa Maria), cerâmicas feitas na comunidade, ornamentos, flores, etc. como podemos verificar na Figura 2. No geral, tudo fica muito análogo a um altar e, nesse ponto, temos que levar em consideração a grande religiosidade católica do quilombo.



Figura 2: Televisão em sala na casa de família no quilombo Itamatatiua.
Fonte: Wesley Pereira Grijó.

Nossos trabalhos de campo com os moradores mostraram que para aquelas pessoas, com a presença da televisão, não é preciso sair de casa para estar em contato com outros modos de vida, com outras realidades e mundos. Contudo, toda essa mensagem televisiva é reinterpretada a partir do que Martín-Barbero (2003) conceitua como competência cultural, ou seja, em Itamatatiua, as pessoas reconhecem os múltiplos textos produzidos pela televisão, ativando suas competências culturais para interpretá-los.

No que tange às narrativas da televisão, não podemos deixar de frisar que este media, por sua própria natureza, dá destaque para a imagem: mais do que o mundo das coisas contadas, como ocorre com o rádio, na televisão é primordialmente enfatizado o que pode ser visto. Contudo, apesar dessa prevalência da imagem, a televisão coloca em cena, particularidades do diálogo e da comunicação oral. Num paralelo ao contexto de narrativas

orais em Itamatatiua e o discurso da televisão, podemos buscar outra vez no pensamento de Martín-Barbero (2003) uma reflexão sobre isso, para quem esse discurso leva à representação de rituais de ação e a codificação da experiência, impondo um universo regulado pela bipolaridade entre vilões e heróis, com a gramática fragmentada do meio.

O cotidiano dos “Filhos da Santa”

Para esta pesquisa em Itamatatiua, tomamos a ideia de família adotada por Silverstone (1996), ou seja, uma unidade de reprodução sexual, um grupo de ação e de solidariedade, fonte de ajuda material e de identidades sociais básicas. Para uma comunidade tradicional como Itamatatiua, onde as relações parentais são muito latentes, consideramos que a família é um sistema de relações que se modificou ao longo dos tempos, mas ainda sim possui boa parte de suas características básicas preservadas.

Diante desse contexto étnico é importante ressaltar o papel dessa instituição como responsável por dotar as pessoas de uma matriz e identidade e de reconhecimento, sendo ao mesmo tempo um ambiente de crises, tensões e rituais. Isso se deve porque a cultura da família é feita a partir da relação intragrupal e do grupo familiar com a sociedade, no caso de Itamatatiua, com a comunidade. Segundo Lopes, Borelli e Resende (2002), esse pensamento é importante, porque é dentro da família que se faz a formação das identidades culturais básicas que vão constituir as principais mediações dentro dela, sendo elas: a posição dentro do grupo, o sexo e a idade.

Para as famílias daquela comunidade negra, é importante pensar sobre a posição em que o contexto do cotidiano daqueles grupos familiares está inserido na vida cultural global. E nesse ponto, é importante salientarmos que grupos familiares como os de Itamatatiua desenvolvem táticas de resistência (CERTEAU, 1994) e descobrem formas para criação e a subversão da ordem estabelecida. Essa questão é importante para se entender como aquelas pessoas reapropriam os bens simbólicos oriundos da televisão a partir de seus contextos de interação.

Para esta pesquisa, entendemos o grupo familiar como um espaço social, um espaço cultural e como um espaço de mediação das mensagens da televisão. Este último ocorre por que esse meio de comunicação é, atualmente, parte importante da vida familiar, em virtude da incorporação que as famílias fazem dele no cotidiano, cuja ideia partimos da perspectiva de Heller (1972) e Patto (1993). Levamos em consideração que o cotidiano delas deve ser visto levando-se em conta também a estrutura econômica e

o porte da comunidade em que vive, no caso, um quilombo no interior de um estado do nordeste brasileiro.

Naquela comunidade quilombola, por exemplo, o dia-a-dia ainda não possui movimentação similar como a que presenciamos nos grandes centros urbanos. Isso por que a localidade é considerada, atualmente, um povoado/distrito pertencente ao município de Alcântara-MA, entretanto as “terras da Santa” se estendem até outros dois municípios (Bequimão e Peri-Mirim). Com a ainda pouca movimentação no quilombo, as famílias possuem tempo suficiente para a convivência entre seus membros e destes com outras famílias, haja vista que grande parte dos grupos familiares possui parentesco entre si. Com poucas opções diárias para diversão, a maioria das pessoas consome rotineiramente a televisão e, em menor intensidade, o rádio.

A questão do cotidiano para se compreender a relação daquelas pessoas com a televisão é importante, visto que aqueles indivíduos estão fortemente mergulhados em suas rotinas diárias e, por consequência, em sua identidade étnica, que atravessa práticas, valores e símbolos que a constituem. Seguindo a experiência da pesquisa realizada por Jacks (1999), o conhecimento daquele cotidiano nos leva a tomar ciência da cultura onde ela se concretiza nas práticas e posturas dos indivíduos ou grupos. É nesse dia-a-dia também que as instituições básicas, de uma forma ou de outra, estruturam o campo cultural, como a Igreja, a Escola, os meios de comunicação de massa, entre outras.

No caso deste nosso estudo, que busca, a partir da recepção da televisão, analisar estas questões em Itamatatuiua, é essencial conhecer o cotidiano dos receptores, sendo isso feito a partir da captação de certas práticas de seus contextos. Durante nosso contato com as famílias, pudemos verificar que o cotidiano está fortemente determinado pela sobrevivência, sendo que o trabalho lhes ocupa a maior parte da rotina diária. Os adultos passam a maior parte do dia no trabalho, os homens na lavoura ou “roça”, já a maioria das mulheres possui uma rotina dividida entre a lavoura, a produção de cerâmica e a as tarefas domésticas. Algumas crianças além de passarem parte do dia na escola ainda ajudam os pais em tarefas domésticas e na agricultura. Além da produção da cerâmica e da agricultura de subsistência, nas últimas décadas, as pessoas idosas foram cadastradas e passaram a receber auxílio da Previdência Social, o que injetou em quase todos os grupos familiares um salário mínimo a mais na renda mensal. A renda da comunidade aumentou também com a inclusão das crianças no programa social Bolsa Família⁶. Com isso, em cada

⁶ Programa do Governo Federal de transferência direta de renda que beneficia famílias em situação de pobreza e de extrema pobreza em todo o País. O Bolsa Família integra o Plano Brasil Sem Miséria, que tem como foco de atuação os 16 milhões de brasileiros com renda familiar per capita inferior a R\$ 70 mensais, e está baseado na garantia de renda, inclusão produtiva e no acesso aos serviços públicos. <<http://www.mds.gov.br/bolsafamilia>>. Acesso em 08 de out. 2012.

família, a renda mensal média chega a pouco mais de um salário mínimo.

Na coletividade, as opções de lazer são reduzidas, pois a oferta das iniciativas pública e privada praticamente são inexistentes. Na maioria das vezes, o lazer daquelas pessoas se restringe às festividades relacionadas ao calendário da Igreja, como: festas de santos, novenas etc., além da constante presença das “radiolas de reggae”, que ecoam por todo o “sítio” do quilombo, músicas jamaicanas, caribenhas e forró eletrônico. Nossas observações junto às famílias revelaram certas constâncias, ou seja, em dias da semana, o lazer constitui-se predominantemente em ver televisão e interagir com os vizinhos. Nos finais de semana, essa rotina praticamente não se altera. Qualquer modificação nesse cenário só ocorre nos momentos de festividades.

No geral, as famílias de Itamatatiua possuem uma estrutura que extrapola os limites físicos da residência, pois num mesmo terreno, moram os mais velhos da família, seus filhos e netos. A evolução do quilombo pode ser verificada através das construções das casas que iniciou com as feitas de palha até as construídas atualmente com tijolos e telhas. Nos grupos familiares é comum não ter a presença do pai, e mesmo quando há, a matriarca é a pessoa com maior influência sobre os outros membros.

Estranhamentos, resistências e diálogos com a mensagem televisiva

Conforme já afirmamos anteriormente, com a chegada da energia elétrica na década de 2000, através do Programa Luz Para Todos, a televisão passou a fazer parte do cotidiano das famílias de Itamatatiua. Naquele cenário, novas formas de lazer e conhecimento foram introduzidas no quilombo. Se antes as pessoas eram mais ligadas à tradição oral transmitida, principalmente, pelos anciões, com a televisão, o conhecimento, os modos de ver o mundo etc., foram acrescentados com o que eles têm contato ao assistir à televisão.

Segundo pudemos observar ao acompanharmos grupos familiares no momento em que assistiam aos programas de TV, a identidade étnica de Itamatatiua funciona como forte mediação através dos quais as pessoas, como telespectadoras, interagem com a mensagem da televisão. Assim, verificamos que mesmo com a forte presença na vida das pessoas das imagens que a TV propicia, as famílias preservam a relação com a tradição oral, como fizeram outrora; entretanto, com menos força, pois agora divide espaço com a narrativa imagética televisiva.

Ao mantermos contato com o cotidiano das famílias, durante a recepção da TV, baseado nas mediações comunicativas da cultura (MARTÍN-BARBERO, 2003), verificamos que, naquele contexto de identidade étnica, as

mediações mais latentes para a recepção da mensagem televisiva são o espaço doméstico (família) e os laços comunitários (quilombola). Entretanto, dentre essas mediações é a família que possui mais poder de controle de questões como consumo, comportamentos dos filhos, etc.

Assim, para os grupos familiares estudados, a televisão ocupa primordialmente o espaço do lazer. Todos em algum momento do dia assistem à televisão, sendo atualmente a principal fonte de conhecimento da maioria das pessoas. O contato com outras formas de informação como jornais e revistas é em menor volume, ocorrendo somente quando viajam para a sede do município ou para a capital do Estado e retornam com exemplares de periódicos regionais. O ato de ver televisão é um evento marcante, no qual boa parte da família e amigos se reúne para escutar e ver os programas. Nessa ritualidade há o sentido de comunhão. A televisão é também uma unificadora e integradora dos espaços sociais ocupados e vividos pelos telespectadores. Na fala dos entrevistados é comum a opinião de que, a partir do momento em que as famílias do quilombo começaram a ter acesso à televisão, seus membros passaram a ficar mais tempo dentro de casa. Para os grupos familiares observados, esse “isolamento” entre as pessoas não é visto como algo prejudicial à sociabilidade do quilombo.

Nessa comunidade, a chegada da televisão é considerada como um dos acontecimentos mais marcantes ocorridos nos últimos anos. As pessoas, inclusive, lembram detalhadamente o momento em que as casas passaram a ter o aparelho de TV, ou mesmo a primeira vez em que tiveram contato com a televisão; em alguns casos, esse fato não ocorreu em Itamatatuiá, mas na sede do município, em Alcântara, ou na capital do Estado, São Luís.

Durante as entrevistas com as famílias, descobrimos ainda que algumas delas tiveram televisão antes mesmo de haver energia elétrica na comunidade, sendo que o aparelho de TV era ligado a uma bateria de carro, entretanto não havia qualidade de transmissão e continuidade, visto que precisam constantemente recarregar a bateria na sede do município. Pelos menos duas famílias tinham televisores movidos por meio desse tipo de carga.

Conforme pudemos constatar nas entrevistas, os idosos foram os que mais puderam presenciar a introdução da televisão no quilombo. Para esse grupo, a relação ou mesmo competição entre tradição oral e cultura da imagem foi mais marcante, visto que foram criados quase sem nenhum contato com o mundo imagético oriundo da TV. Apesar dessas pessoas manterem contato com a tradição oral ao longo de suas vidas, elas apresentaram, ou ainda apresentam, dificuldade para interagir com a mensagem televisiva, principalmente no que diz respeito ao entendimento das narrativas das telenovelas. Os idosos também

apontam a televisão como responsável por mudar, em alguns aspectos, o cotidiano do quilombo.

Quando passei a ter televisão em casa, eu tinha mais de 50 anos... minha filha que mora em São Luís que me deu... depois que veio a energia... isso tá com uns 8 anos. [...] olha, eu fiz uma operação em São Luís e fui pra casa de minha filha... lá tinha TV e eu ficava assistindo e não entendia nada... ficava vendo aquelas imagens tão bonitas... um povo bonito também! aí... eu perguntei pra minha filha por que as coisas eram tão rápidas... a mulher noiva, no outro dia tá gestante... e no outro já teve filho... ela me disse que era tudo mentira, que era só novela... aí... eu não quis mais saber disso. Depois, quando já tinha televisão aqui, apareceu o Ratinho⁷... eu achava muito bom... teve um dia que fiquei até às 11 da noite só vendo televisão... no outro dia, amanheci lerda e com sono... e não quis mais saber de ficar vendo muito televisão... é só mentira, né? [*sic*] (Idosa, 66 anos, família⁷)

Ainda nesse ponto, a introdução da televisão no quilombo é relatada pelos adultos como ligada a fatos da história da família. As pessoas dessa faixa etária apontam em suas falas que a presença da TV modificou as relações de sociabilidade entre os membros do quilombo, pois as pessoas passaram a ficar mais tempo dentro de casa assistindo à televisão e deixaram de ficar na frente de suas residências, com os vizinhos e com outros parentes. Apesar desse aparente isolamento das famílias, há entre os entrevistados quem aponte que a TV foi responsável por deixar as pessoas mais desinibidas e por ter estendido os horários que os moradores da comunidade vão dormir à noite.

A primeira luz do povoado foi aqui que o prefeito João Leitão acendeu... faz uns dez ou onze anos... era quando minha filha mais velha era menininha... foi nessa época que tive TV. [...] achei tudo bonito, porque em casa a gente sabe o que passa nos outros estados, nos outros lugares... a gente fica bem informada. [...] antes a gente lutava pra ter uma televisão e não podia, porque não tinha energia... a primeira TV aqui foi na casa de minha sogra... antes, era tanto encontro pelas portas... falando da vida dos outros... agora, as coisas acontecem debaixo do nariz da gente e não sei... desde as crianças param mais em casa [*sic*]. (Adulta, 31 anos, família 1)

⁷ Alcinha do apresentador Carlos Massa, do Programa do Ratinho, no Sistema Brasileiro de Televisão (SBT).

Conforme já foi apontado nas falas dos moradores de Itamatatiua, a televisão trouxe mudanças no cotidiano do quilombo. Essas alterações seriam de várias ordens, e não necessariamente são vistas como negativas para as relações sociais na comunidade. Os idosos apontam grandes alterações no dia-a-dia do local, sendo que, para esse grupo, essas mudanças possuem relação negativa. Entre as coisas ruins atribuídas à presença da TV na comunidade, reclamam do aumento da violência, ocasionado pelo contato, ainda cedo, das crianças com cenas inadequadas para suas idades; do isolamento das famílias, pois não possuem mais o hábito de sentarem-se à porta das casas para conversarem; e, por fim, do controle que a programação televisiva exerce sobre os horários no quilombo. Segundo eles, as pessoas organizam seus compromissos de acordo com seus programas preferidos. De positivo, os idosos colocam que a TV desenvolveu mais o quilombo, pois trouxe informações e novos conhecimentos para as pessoas.

Antes desse povo ter televisão, tinha muita diferença... nesses tempos não tinha esses assaltos, essa violência. [...] eu acho bonito é quando eles tão falando e a gente fica olhando... a gente não conhece eles, mas fica olhando. [...] agora com a televisão, desenvolveu mais... a gente passou a conhecer as coisas... antes de ter televisão, os mais novos viam as coisas e até corriam de medo, era medrosos... mas agora...vão é pra cima! [...] antes eles brincavam mais... a gente se sentava na porta de casa pra conversar, agora é cada um na sua casa... ninguém mais sai... mas por outra parte é bom porque criança não sai mais de casa... mas é ruim também porque aprende coisa ruim [*sic*]. (Idosa, 61 anos, família 2)

Nas entrevistas com os adultos, a maioria deles aponta que a televisão fez com que os jovens não procurassem mais saber das histórias do quilombo, pois dão mais importância ao que assistem pela TV. Assim, os adultos colocam que esse media modificou o comportamento dos jovens com comportamentos “bons” e “ruins”. Para eles, um exemplo “bom” é o fato de as crianças passarem menos tempo na rua; e de “ruim”, as cenas inadequadas e de violência. Ainda, segundo os adultos, a rotina da comunidade se modificou, pois agora as pessoas não vão mais para as frentes de suas casas conversarem, contar histórias, mas sim, ficam em frente à televisão. Entretanto, entre eles há quem julgue que não houve quase nenhuma mudança, pois ainda existem pessoas que vão para suas portas interagir, contudo não conversam mais, exclusivamente, sobre as histórias locais, agora entram na pauta das conversas os assuntos oriundos da televisão. Apesar de ser vista como algo que traz coisas ruins, a TV também

é apontada como renovadora da própria cultura local, pois as ceramistas se inspiram em peças que observam em programas femininos e depois “copiam” no centro de produção.

Com a TV a gente fica fechado... tem gente que diz que não sai de casa porque senão vai perder o que passa... o povo não sai mais porque tá é vendo TV. [...] de bom, a TV traz as novidades... as ceramistas pegam dicas na Ana Maria Braga⁸... de outros programas... do Edu Guedes⁹... de ruim, é porque as pessoas ficam preocupadas, porque diz que as coisas que acontece é por causa da TV, mas acho que não é... não vejo que faz mal... “boi roceiro não bota outro a perder”... mas é preocupante porque criança fica comentando coisa que não pode na escola... eu falo lá que não pode ver isso... tem gente que diz que assalto aumentou aqui... pra mim, TV é assim... tem coisa que se pode seguir, outras não... quem não tem TV, bota logo na cabeça que tem que ter, senão fica até doído [*sic*]!
(Adulta, 50 anos, família 7)

Para os moradores de um quilombo rural como Itamatatiua, a TV funciona também como instrumento para se conhecer o que ocorre fora dos limites da comunidade, principalmente, nas localidades mais distantes. Com isso, eles mantêm contato com certas práticas sociais que ocorrem com pouca frequência no quilombo. Outras experiências, segundo alguns moradores, só passaram a ocorrer após as pessoas terem visto na TV. Um desses exemplos é relatado pelos idosos, que apontam que muitos jovens aprendem práticas ilícitas através da televisão. O medo dos anciões é que pessoas do quilombo imitem a violência comum em outros locais devido ao que assistem todos os dias pela TV. Ao mesmo tempo, os idosos demonstram grande preocupação com o que acontece em outros locais do país, sendo um dos assuntos corriqueiros nas conversas atuais entre os membros da comunidade de Itamatatiua.

Ver televisão é bom porque acontece coisa longe e a gente sabe aqui... é assalto que se aprende também, assalto, roubo... o povo aí imita o que vê na televisão... essas coisas são ruim pros mais jovens... tem coisa que passa na televisão que eles querem imitar. [...] a gente fala muito dos assaltos... nós têm muito medo disso aqui... desses jovens que fumam, assaltam... dos jovens daqui que querem imitar isso. [*sic*] (Idosa, 61 anos, família 2)

⁸ Apresentadora do programa matinal Mais Você da TV Globo.

⁹ Apresentador do programa matinal Hoje em Dia da TV Record.

Já os adultos apontam que costumam incluir entre suas conversas cotidianas fatos tristes como, por exemplo, as mortes, que olham pela televisão. Para eles, esse media é um instrumento que lhes propicia obter informações do mundo inteiro, mesmo morando numa comunidade afastada dos grandes centros urbanos. Inclusive, há entre os adultos quem troque as informações obtidas através da televisão entre si. Se antes, a maioria dos quilombolas se reunia para contar somente os fatos e histórias de Itamatatiua, agora nas rodas de conversa são incluídos os assuntos pautados pela mensagem televisiva, como acontecimentos jornalísticos e narrativos das telenovelas. Entre o grupo há, aliás, quem considere que apesar da TV mostrar muitos casos de violência, ela não tem o poder de influenciar os indivíduos a cometerem crime somente por que assistem pela televisão.

De bom, a televisão traz as notícias, porque se não tivesse a gente não sabia... é assim aqui... cada uma vê um canal e depois conta pro outro... troca informação do que viu... de ruim, foi porque cresceu muito o negócio de droga... criança aprende também muita coisa que não deve... mas... olha, TV não manda em ninguém... faz porque quer. [*sic*] (Adulta, 43 anos, família 6)

A interação que os moradores de Itamatatiua mantêm com os programas a que assistem frequentemente ou os que mais lhe chamam atenção revela muito a relação do contexto local com a recepção do conteúdo da televisão. Isso por que, pudemos observar que muitos programas são consumidos a partir da relação que eles, por ventura, mantêm com o contexto cultural local. Entre os idosos, há a preferência por telenovelas que relembram o passado dos antepassados. Assim, para algumas pessoas desse grupo ficaram mais marcantes as telenovelas que retratavam o Brasil no período escravocrata. Ao mesmo tempo, verificamos que a relação dos idosos com os telejornais está ligada ao costume antigo de contar “causos”, pois para elas as notícias são essas formas de narrativa, contudo relatadas pela televisão. Os membros dessa faixa etária têm ainda certa dificuldade de entendimento da mensagem televisiva, o que para alguns deles se torna incompreensível.

Gosto mais do jornal porque se sabe de notícia, dos causos que dá... jornal é bom por isso... eles dizem notícia do interior de São Paulo... passa casa que chuva esbandalhou... passa no jornal e a gente olha... tudo passa aí. [...] gosto muito da

Xuxa¹⁰ e da Preta¹¹... mas ela não é preta... é mais “limpa” do que eu... o cabelo é crespo... bate assim ni’ mim... grandão. [...] gosto de novela... vejo tudo que passa.. gosto de escutar... é divertimento... às vezes tá aí sozinha e vê e se diverte... tem naquela novela de 5 pras 6¹²... uma que a mulher tem uns filhos... uma mulher boa, trabalhadeira... acho bonito o jeito... é uma mulher limpa... do cabelo “fogolhosado”... cada dia da novela ela tá de um jeito... tem dia que tá de cabelo cortado... de cabelo cumprido...[sic] (Idosa, 74 anos, família 4)

Assim como os idosos, há adultos que consideram como mais importante na programação televisiva as informações jornalísticas, pois podem ter ciência de acontecimentos fora do quilombo. Eles avaliam ainda que as telenovelas sejam os meios para se obter conhecimento para a vida, pois retratam ensinamentos para seus cotidianos. Nesse ponto, é importante frisar que eles identificam nas narrativas das telenovelas elementos que lembram suas próprias histórias. Dessa forma, verificamos que os receptores de Itamatatua não seguem mecanicamente as informações que lhe são passadas pela televisão, buscando na experiência cotidiana as bases para interagir com a mensagem televisiva. Outra questão latente é a ligação que eles mantêm com seus atores preferidos, o que gera confusão para separar o que seria ficção e realidade.

Eu gosto mais do Jornal Nacional¹³... ele dá notícia do mundo... passa muita notícia pra gente... eu gosto de saber o que passa fora daqui da comunidade... [...] gosto também da novela Viver a Vida¹⁴... ela ensina muita coisa pra gente... tem o caso da menina que teve o acidente e ela quer desistir... mas ela tem que seguir em frente e viver a vida... isso ensina a gente... porque não é qualquer problema que vai fazer a gente desistir. [sic] (Adulta, 20 anos, família 3)

Durante as entrevistas, observamos certo receio das pessoas em expressar o que realmente consideram como padrão de beleza ou mesmo o que mais lhes chama atenção em algumas pessoas que aparecem na TV. Isso

¹⁰ Alcinha da apresentadora Maria da Graça Meneghel, da TV Globo.

¹¹ Personagem da atriz afrodescendente Tais Araújo na telenovela Da Cor do Pecado (2004), da TV Globo.

¹² Referência à telenovela Cama de Gato, da TV Globo, exibida no horário das 18 horas, a partir do segundo semestre de 2009. A referência diz respeito à protagonista da novela, denominada de Rose, interpretada pela atriz afrodescendente Camila Pitanga.

¹³ Principal telejornal da TV Globo.

¹⁴ Telenovela da TV Globo exibida em 2009 com a primeira atriz afrodescendente protagonista de uma produção das 21 horas.

ficou evidente nos vazios prolongados durante as entrevistas, nas interrupções, no sorriso tímido ao serem questionadas, além do medo de estarem falando algo “errado”. Uma explicação para isso pode ser pela forte presença, que ocorreu nos últimos meses, de entidades do Movimento Negro que realizaram palestras e exposições no quilombo para esclarecer ou “conscientizar” aquelas pessoas sobre sua identidade de quilombola.

A partir de todos os dados revelados acima, obtidos nos trabalhos de campo em Itamatatua, por meio dos procedimentos metodológicos já mencionados, obtivemos os resultados necessários para lançarmos nossas considerações finais sobre a relação entre a identidade étnica de Itamatatua e a recepção da televisão pelas famílias daquele quilombo.

Considerações Finais

Esta pesquisa focou-se em verificar como a comunicação e a cultura interagem em Itamatatua, para isso, analisamos a recepção da televisão a partir do contato com oito famílias da comunidade. A base de toda a pesquisa foi pensar a comunicação como mediada pela cultura num contexto de identidade étnica. Assim, pudemos averiguar que a identidade étnica quilombo serve com principal mediação do processo de recepção da mensagem televisiva. Ou seja, nossos resultados revelaram que essa identidade de Itamatatua, consubstanciada em sua competência cultural, é a principal mediação presente no quilombo, sendo responsável pela assimilação, rejeição, negociação, resistência do conteúdo da TV, conforme o modelo de Hall (2003).

Após a conclusão dos trabalhos de campo, refletimos sobre as relações entre identidade étnica, recepção da televisão, focando na mensagem televisiva. Com isso, pudemos apontar a identidade étnica como categoria-chave de pertencimento. A pesquisa revelou que a identidade étnica de Itamatatua opera mediações significativas na recepção da TV, funcionando como sistemas de referência, a partir dos quais a mensagem televisiva é consumida, assimilada e interpretada. Dessa forma, o conteúdo desse media é interpretado pela audiência conforme sua competência cultural, sedimentada ao longo das gerações, sendo neste momento reconfigurada a partir do contato com outras culturas e novos conhecimentos. Ajuda também a entender as teias de significados da recepção midiática, reforçando esse sentimento de pertencimento.

Ponderamos que o contexto onde ocorrem as apropriações dos receptores de nossa pesquisa, ou seja, onde se dá o significado televisivo atribuído por eles, é definido pela identidade étnica e pela competência

cultural. Nesse sentido, o contexto cultural é um fator importante no processo de recepção. Em se tratando dos grupos familiares pesquisados, as dinâmicas internas estabelecidas interagem na recepção da TV, influenciando as diferenças de apropriações e de interpretações dos conteúdos da televisão e nas mediações estabelecidas nesse processo.

Se antes a identidade étnica se relacionava intrinsecamente com o contexto da tradição oral, agora estão mediados pela mensagem televisiva. Dessa forma, verificamos que as mediações comunicativas da cultura daquele grupo com a televisão estão intrinsecamente relacionadas à constituição da identidade étnica dos moradores da comunidade. O que veio a somar e também a se contrapor ao processo de construção da identidade local ocorrido ao longo dos anos, transmitido pelo antigo contexto comunicacional.

Não podemos deixar de frisar, ainda, que realidades, cotidianos, modos de vida e interação com o mundo expostos pela televisão são de um status quo hegemônico, o que ocasiona a produção de sentidos sem levar em consideração as classes subalternas ou grupos socialmente marginalizados, como é o caso do quilombo estudado. Nessa linha de raciocínio, devemos considerar ainda que a televisão e suas narrativas remetam às transformações tecnológicas e perceptivas que possibilitam ao quilombo Itamatatiua se apropriar da modernidade sem deixar sua cultura oral.

A partir da análise dos resultados da pesquisa com as famílias de Itamatatiua, observamos que o espaço doméstico, a religiosidade, os laços comunitários, a faixa etária são também importantes mediações (juntamente com a identidade étnica) para a interação com o conteúdo da televisão.

Por fim, sobre o processo de recepção midiática, nossa experiência em Itamatatiua evidenciou que não devemos concebê-lo restringido ao momento de assistir aos programas da grade de programação televisiva. Começa bem antes e prossegue bem depois desse contato. Nesse ponto, concebemos os moradores do quilombo como produtores de sentido, que negociam, reinterpretem e reelaboram as mensagens da televisão. Contudo, essa mediação é realizada segundo características como idade, sexo, personalidade, caráter, valores e, principalmente, seu cotidiano assim como a grande influência da família, da escola, da religião, que juntamente com outros fatores formam sua identidade étnica.

Referências

ALMEIDA, A. W. B. Terras de preto, terras de santo e terras de índio: uso comum e conflito. **Revista do NAEA**, UFPA, v. 10, 1989.

BANTON, M. Aspectos Sociales de la Cuestión Racial. **Cuatro declaraciones sobre la cuestión racial**. UNESCO, Paris, 1971.

BANTON, M. Etnogênese. In: **A Idéia de Raça**. São Paulo: Martins Fontes, 1977. Edições 70.

BARTH, F. Grupos Étnicos e suas Fronteiras. In: POUTUGNAT, P.; STREIFF-FENART, J. (Org). **Teorias da Etnicidade**. São Paulo: Editora da UNESP, 1998.

BARTH, F. Temáticas permanentes e emergentes na análise da etnicidade. In: VERMEULEN, H; GOVERS, C. (Org). **Antropologia da etnicidade: para além de Ethnic Groups and Boundaries**. Lisboa: Fim de século, Edições, 2003.

CÁCERES, J. G. Etnografía: El oficio de la mirada y el sentido. In: **Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación**. México. CNCA/ Adilson Wesley Longman, 1998.

CARVALHO, A. P. C. **O espaço da diferença no Brasil: etnografia de políticas públicas de reconhecimento territorial e cultural negro no sul do país**. Tese (Doutorado em Antropologia) - Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

CARVALHO, A. P. C. **O “Planeta” dos negros no Mundo dos brancos: estudo sobre a manutenção e atualização das fronteiras étnicas de uma comunidade negra na cidade de Canoas/RS**. 2003. Dissertação (Mestrado em Antropologia) - Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2003.

CERTEAU, M. de. **A invenção do cotidiano: 1, Artes de fazer**. Petrópolis: Vozes, 1994.

DELGADO, J. M.; GUTIÉRREZ, J. Teoría de la observacion. In: **Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales**. Madrid: Editorial Síntesis, 1995.

FLICK, U. Observação, etnografia e métodos para dados visuais. In: **Qualidade na pesquisa qualitativa**. Porto alegre. Artmed, 2009.

GREEN, J. L.; DIXON, C. N.; ZAHARLICK, A. A Etnografia como uma lógica de investigação. **Educação em Revista**, Belo Horizonte, v. 42, p. 13-79, dez. 2005.

GRUPPI, L. **O conceito de hegemonia em Gramsci**. Rio de Janeiro: Graal, 1978.

GUBER, R. El investigador en el campo. In: **La etnografía: Método, campo y reflexividad**. Buenos Aires. Editorial Norma, 2001.

GUBER, R. La entrevista antropológica: introducción a la no directividad. In: **El salvaje metropolitano: reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo**. 1. ed. Buenos Aires: Paidós, 2004.

HALL, S. **Da diáspora: Identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG: Representações da UNESCO no Brasil, 2003.

HELLER, A. **O cotidiano e a história**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1972.

JACKS, N. **Querência: cultural regional como mediação simbólica – um estudo de recepção**. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 1999.

JACKS, N; CAPPARELLI, S. **TV, Família e Identidade**: Porto Alegre “Fim de Século”. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006.

LAPASTINA, A. C. Etnografia de audiência. Uma estratégia de envolvimento. In: JACKS, N.; PIEDRAS, E.(Org.). **O que sabemos sobre as audiências?: estudos latino-americanos**. Porto Alegre: Armazém Digital, p.27-43, 2006.

LEAL, O. F. **A leitura social da novela das oito**. Petrópolis, Vozes, 1986.

LOPES, M. I. V. de; BORELLI, S. H. S.; RESENDE, V. R. **Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade**. São Paulo: Summus, 2002.

MARTIN-BARBEIRO, J. **De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonia**. México: Gustavo Gilli, 1987.

_____. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

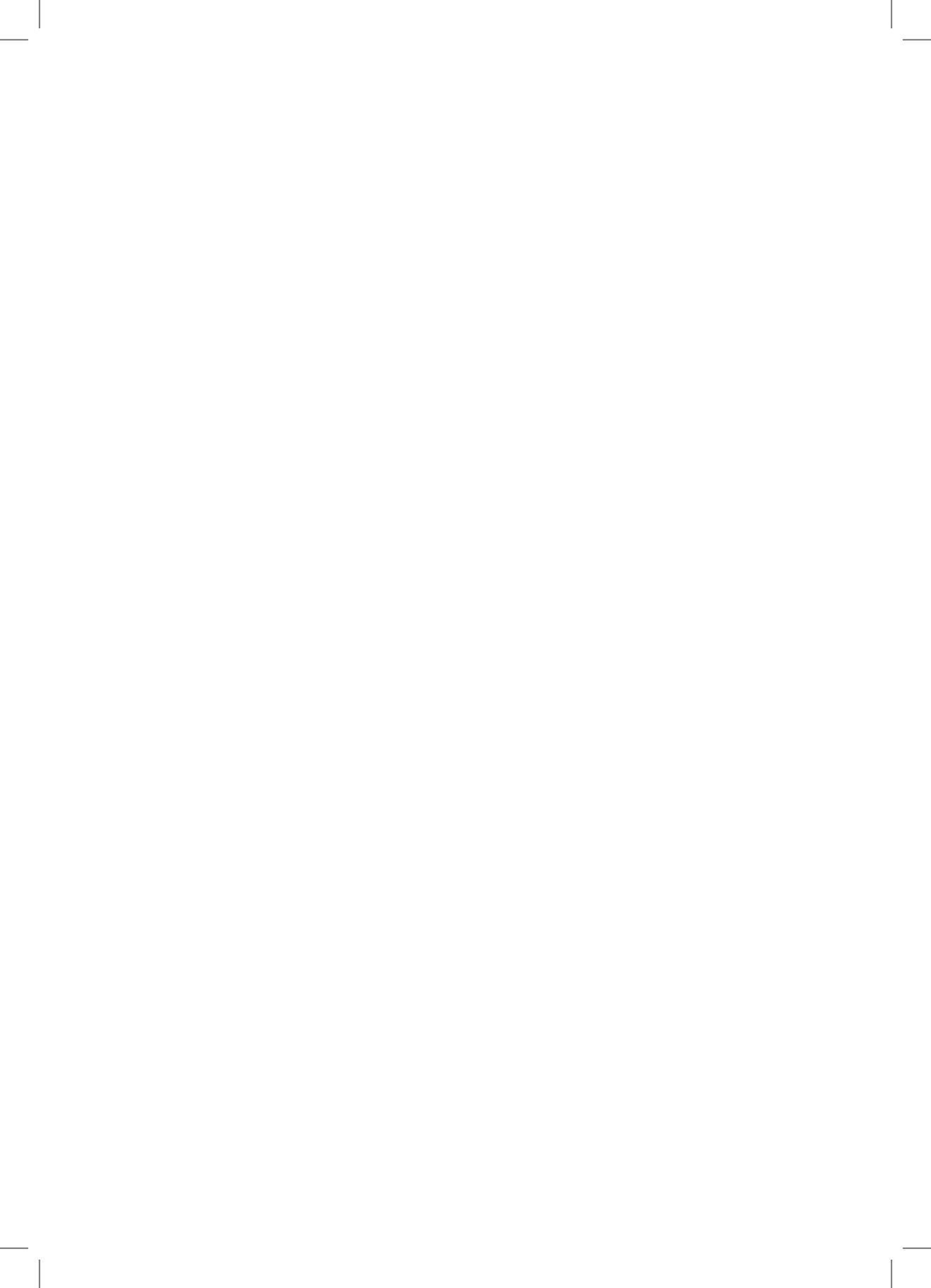
_____. **Oficio de Cartógrafo**: Travesías latinoamericanas de la comunicación em la cultura. México/Santiago: Fondo de Cultura Economica, 2002.

O'DWYER, E. C. (org). **Quilombos**: Identidade Étnica e Territorialidade. Rio de Janeiro, ABA – FGV, 2002.

PATTO, M. H. S. O conceito de cotidianidade em Agnes Heller e a pesquisa em educação. **Perspectivas**, São Paulo, n. 16, p. 119-114, 1993.

SIERRA, F. Función y sentido de la entrevista cualitativa en investigación social. In: CÁCERES, J. G. **Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación**. México: CNCA/ Adilson Wesley Longman, 1998.

SILVERSTONE, R. **Televisión y vida cotidiana**. Buenos Aires: Amorrortu. 1996.



O Festival Sairé a partir de uma visão sistêmica e semiótica

Nair Santos Lima¹
Itala Clay de Oliveira Freitas²

Resumo: Este capítulo objetiva o desenvolvimento de uma reflexão preliminar sobre o festival Sairé, manifestação cultural de origem religiosa que ocorre em Alter do Chão, no município de Santarém – Pará. O percurso metodológico desenvolvido se constitui de pesquisa bibliográfica e observação assistemática. O aporte teórico se constrói a partir da leitura de estudiosos da cultura amazônica e da comunicação no Brasil. No entanto, busca-se enfatizar a necessidade de um abrigo científico na teoria geral dos sistemas, em decorrência dos elementos envolvidos na investigação do fenômeno em questão, devido à identificação de suas características sistêmicas e organização complexa. Os resultados decorrentes desta primeira incursão surgem na compreensão de que se torna imprescindível para o posterior refino teórico da leitura pretendida a adoção de uma abordagem ecossistêmica e semiótica.

Palavras-chave: Comunicação. Festival Sairé. Teoria geral dos sistemas. Ecossistemas. Semiótica.

Introdução

A vila de Alter do Chão, antiga aldeia Hibirarib dos índios Borari, localizada a cerca de 30 quilômetros do centro de Santarém, no Pará, festeja há cerca de 300 anos o Sairé. Esse evento que ocorre, anualmente, durante cinco dias no mês de setembro envolve, dentre outras atividades, missas, procissões, ladainhas e um festival folclórico - o festival dos botos -, competição entre as agremiações dos botos “Tucuxi e Cor-de-rosa”. Compõem o festival Sairé, também, shows musicais e danças, tais como, valsa da ponta do lenço, maram-

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade Federal do Amazonas (UFAM), na linha de pesquisa ambientes comunicacionais midiáticos. Especialista em Comunicação Social e Jornalismo pela UEPB e Letras pela UFPA. Bolsista (CAPES). Membro do grupo de pesquisa Comunicação, cultura e Amazônia. e-mail: nslima1405@gmail.com

² Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP. Docente do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCCOM) da Universidade Federal do Amazonas. Tutora do PET-Comunicação Social.

biré, camelu, desfeiteira, lundu, e muitas outras. O festival Sairé se constitui hoje como o principal evento cultural e econômico do oeste paraense. No ano de 2012 cerca de cem mil pessoas estiveram em Alter do Chão entre os dias 13 a 17 de setembro, conforme matéria veiculada no site G1.³

Sobre a história do Sairé, alguns pesquisadores creditam aos índios Borari a origem da festa que também era realizada em homenagem aos portugueses que colonizaram o médio e o baixo Amazonas. O primeiro registro sobre o Sairé é atribuído a D. João de São José de Queirós da Silveira, quarto bispo do Pará, em 1762, cuja descrição se refere a uma “dança de índias” – composta de reza e dança. A ideia de que o Sairé se constitui fundamentalmente em reza e dança reitera-se nos estudos de vários pesquisadores brasileiros e estrangeiros. E isso se confirma no relato de Bates (1979), ao descrever as atividades de reza e dança em Serpa, semelhantes ao que se realiza no Sairé, em Alter do Chão:

Permanecemos cinco dias em Serpa. Algumas das cerimônias realizadas no Natal não deixam de ser interessantes. [...] Pela manhã, todas as senhoras e moças do lugar, trajando blusas de gaze branca e vistosas saias de chita estampada, seguiam em procissão até a igreja, depois de darem uma volta pela cidade, a fim de chamarem os vários mordomos cuja função era ajudar o juiz da festa. (BATES, 1979, p. 123).

Em meados do século XX, Manuel Nunes Pereira, estudioso da cultura amazônica e um dos fundadores da Academia Amazonense de Letras, esteve em Alter do Chão, a fim de conhecer detalhes dessa festa sobre a qual fez minucioso levantamento junto aos moradores, cujos registros se encontram em *O sahiré e o marabaixo: tradições da Amazônia*.

Neste trabalho, Pereira (1989) registra que:

Alguns dias antes da festa de nossa Senhora da Saúde, que é a padroeira de Alter do Chão, preparavam, com cipó espesso, mas flexível, o estandarte do sahiré, dando-lhe a forma de três semicírculos, [...] O Sairé era conduzido por uma velha que o apoiava à ilharga esquerda, [...]. Antes da saída da procissão, contudo, segundo o cerimonial, o Sairé ia até a frente da igreja, regressando a seguir para o barracão de onde partira, a fim de ir buscar as personagens seguintes:

³ Disponível em: <http://g1.globo.com/pa/para/noticia/2012/09/festival-folclorico-aquece-economia-de-alter-do-chao.html>

Capitão
Alferes (3 a 4)
Sargentos (2)
Tambores (2)
Gaiteiro ou gaiteira (1)
Tamborinhos ou tamborinhas (2)
O juiz
A juíza
O procurador (do juiz)
A procuradora (da juíza)
Mordomos (06 para o juiz)
Mordomos (06 para a juíza).
(PEREIRA, 1989, p. 70)

Ao longo dessa trajetória o Sairé sofreu uma paralisação de 30 anos. Essa decisão foi tomada pela Igreja Católica que decidiu em 1943 suspender a festividade ao alegar, dentre outras causas, que o excesso de bebida causava desavenças entre os participantes. Em 1973, os moradores de Alter do Chão voltaram a se organizar para a reconstrução do evento com o intuito de conseguir melhorias para a comunidade, como o acesso rodoviário, por exemplo, visto que àquela época só se chegava à Vila por meio de embarcações. Recentemente, Nogueira (2008) descreve o relato dos moradores a respeito dessa proibição de caráter religioso:

[...] quando a procissão do Sairé estava proibida pela Igreja Católica [...] por força das desavenças que causava entre os seus participantes que, após as “obrigações cristãs” esbaldavam-se em bebidas alcoólicas derivadas da **mandioca**⁴ ou da cana de açúcar. (NOGUEIRA 2008, p. 145)

Historicamente, o Sairé sofreu algumas rupturas até se reconfigurar como festival folclórico. Essa paralisação parece ter motivado nos moradores um novo modo de perceber, organizar e comemorar o Sairé, visto que, nas últimas duas décadas o evento tem despertado a atenção de diversos setores da sociedade civil, das autoridades municipais, pesquisadores e comunitários que se mobilizam em torno do festival.

Essa percepção se reflete no modo como os pesquisadores recentemente têm abordado essa manifestação, quer seja no tocante às artes, à economia ou à comunicação. Estudiosos como Paes Loureiro (1995), poeta e estudioso da cultura amazônica, analisam o Sairé sob a perspectiva de uma poética própria do imaginário dessas populações, enfatizando seus elementos semióticos; enquanto Santiago (1996) explora os aspectos artísticos e educacionais

⁴ Grifo nosso: na língua tupi, taruuá. Bebida produzida da raiz de mandioca

da festa, propondo estratégias de interlocução referentes à cultura popular e ao sistema educacional formal.

Dentre as possíveis aplicações que o termo suscita, buscou-se conhecer o que é Sairé ou Çairé. A expressão, para muitos estudiosos, tem origem em Çairé - junção de Çai (salve) acrescido de *Erè* (tu o dizes) -, dialeto caboclo que significa, dentre outras definições, uma forma de saudação, ou ainda, ÇA-IERÊ que significa “corda em giro” (espécie de dança de homens) também chamada de *Turyua*. O Çairé (na língua Tupi) é a festividade de caráter religioso que existia em toda a Amazônia. Barbosa Rodrigues, naturalista e botânico brasileiro que esteve na Amazônia, assim descreveu o instrumento carregado na procissão, bem como as partes que o constitui, o qual denominou de Çairé.:

[...] a festividade originalmente era chamada de Çairé ou Turi-úa. A festa tem o mesmo nome do instrumento - semicírculo de madeira, de 1,40m de diâmetro, contendo em seu interior dois outros menores, ‘colocados um a par do outro, sobre o diâmetro do maior. Da união dos dois parte um raio do grande, que, exercendo a circunferência, aí forma uma cruz.’ Trata-se de um instrumento inventado pelos missionários para catequizar os índios. Daí sua significação bíblica: ‘o arco significa a Arca de Noé, os espelhos a luz, os biscoitos e frutas a abundância que havia na mesma arca, e as três cruzes sendo a superior maior, as três pessoas da SS. Trindade, e um só Deus verdadeiro, representando pela cruz maior e mais elevada’. [...] é também ‘uma espécie de procissão de mulheres em que carregam o instrumento que tem o nome de Sairé.’ (Rodrigues, 1890 apud Loureiro, 1995, pp. 146 -147).

A grafia sofreu alteração, entre os dois últimos gestores do município e, atualmente, a palavra é grafada com “S”, (considerando o que preceitua a gramática normativa vigente no Brasil e em Portugal) e está ancorado pelo antropólogo Felisberto Sussuarana ao justificar que essa grafia corresponde a textos em língua portuguesa, sendo, portanto, permitido o uso do “Ç” para a forma tupi da palavra, devendo neste caso, ser sublinhada, aspeada, grifada ou posta em negrito. Assim, com S ou Ç, as duas formas estão corretas. Sairé (em português ou nheengatu) e Çairé (na língua tupi). Além de acompanhar o uso gramatical do termo em língua portuguesa, o termo com “S” conceitua o evento em sua plenitude, ou seja, não apenas o aspecto religioso.

Mediante o exposto, percebe-se uma multiplicidade de elementos que

confluem para o que hoje é o Sairé, cuja percepção aponta para um ambiente de complexidade que se configura nos processos que traduzem a cultura e a tradição do povo da Vila. Nesse ambiente encontram-se os indivíduos imersos nas várias formas de comunicação e de interação, aqui, entendido como fenômeno comunicacional. Ao pensar na comunicação do ambiente social, Sodré (2002 p. 234-235), assevera que: “A palavra comunicação recobre, na prática discursiva corrente, três campos semânticos: veiculação, vinculação e cognição”.

A vinculação ou atração social é o que entrelaça os indivíduos, com suas problematizações, na esfera social. O papel da comunicação é refletir sobre a vida em sociedade e, afirma Sodré (2002), que essa relação em meio aos ritmos acelerados e “mercadologicamente obsessivos”, cerca o cotidiano das pessoas:

[...] pode-se fazer contato com algo que *dure* política e existencialmente na contemporaneidade [...] pertinente à variedade das ações sociais. Nessa duração, faz-se claro o núcleo teórico da comunicação: a vinculação entre o eu e o outro, logo a apreensão do ser-em-comum (individual ou coletivo), seja sob a forma da luta social por hegemonia política ou econômica, seja sob a forma do empenho ético de reequilibração das tensões comunitárias”. (SODRÉ, 2012, p. 223)

Esse vínculo social não significa um simples compartilhar de objetivos comuns (caracterizado pela própria raiz etimológica do termo - *reunir* para *dividir*) entre os membros do grupo em que se encontram -, mas enfatiza “a radicalidade da diferenciação e aproximação entre os seres humanos”. Assim, “o ‘eu’ e o ‘outro’ não são entidades prontas e acabadas, nem tampouco a serem conectados por um “nexo atrativo”; tem de haver o vínculo entre o “si” genérico e o “si mesmo” singular, apesar das “tensões constitutivas do comum”. Essa apreensão cognitiva comunicacional ocorre no próprio indivíduo, a fim de que possa conhecer sua própria “dinâmica identitária” e vincular-se em um processo interativo para inserir-se socialmente como Sujeito. (SODRÉ, 2012, p. 223).

Tal qual uma teia de relações, a comunicação sempre inquietou pesquisadores dos vários campos de saber, com o objetivo de conhecer o ser humano e sua cultura.

Concordando com o exposto, Freire (1971) enfatiza que

Comunicação [é] a co-participação dos Sujeitos no ato de pensar [...] [ela] implica uma reciprocidade que não pode ser rompida [...] comunicação é diálogo na medida em que não é transferência de saber, mas um encontro de Sujeitos interlocutores que buscam a significação dos significados”. (FREIRE, 1971, apud LIMA, 2004, p. 53).

Observa-se aqui a questão da complexidade fundamentada em Morin, para quem,

Complexus significa o que foi tecido junto; de fato, há complexidade quando elementos diferentes são inseparáveis constitutivos do todo (como o econômico, o político, o sociológico, o psicológico, o afetivo, o mitológico), e há um tecido interdependente, interativo e retroativo entre o objeto de conhecimento e seu contexto, as partes e o todo, o todo e as partes, as partes entre si. Por isso a complexidade é a união entre a unidade e a multiplicidade. (MORIN, 2001, p. 38-39).

Assim, em relação à cultura e a sociedade, ambas formam um sistema que, além de gerar, “mantém e perpetua de forma invariante a complexidade da sociedade”. Para Morin, o código cultural surge como um “princípio mantenedor da invariação, integrador da diferença e, por isso mesmo, perturbador da originalidade” e, desse modo, a sociedade conserva seus princípios básicos fundamentais, mas mantém a diferença por meio da linguagem, dos costumes, das leis, dos sistemas hierárquicos, dos mitos, etc. (MORIN, 1973, p. 202). Nestes termos, “trata-se rigorosamente do problema da autoprodução e da auto-organização” (MORIN, 2000, p. 142).

Enquanto sistema concentra em seu entorno diversos subsistemas que são os grupos responsáveis por cada parte que o compõe, os quais se vinculam por meio da comunicação e partilham os mesmos objetivos. No sistema cultural, percebe-se que os indivíduos que o compõem são geralmente integrantes da comunidade local, que vivem e interagem não só com o meio físico onde estão inseridos, mas também com o meio social e biológico formando um todo - apesar de cada um ser um ser individual -, com suas próprias histórias de vida que, muitas vezes, são partilhadas, modificadas a ponto de interferirem em histórias experienciadas por outros indivíduos.

Além da linguagem (falada) e compreendida pelos participantes, outros códigos e sinais também são usados para exprimir as ideias, como, por

exemplo, os movimentos corporais (expressões faciais e movimentos das mãos e dos braços), como também na dança. Nesse processo que perpassa todos os conjuntos de elementos inseridos no sistema, diversas situações de comunicação são estabelecidas entre os responsáveis por cada categoria. A negociação que abrange todos os aspectos, desde a escolha do tema, da música, da organização, dos ensaios, das vestimentas, das cores e adereços, tempo e ritmo, compõem a construção social do Sairé.

Essa trama cultural é a base da organização primária do sistema Sairé e se refere aos processos comunicativos que ocorrem na formação ontológica do indivíduo. Cada indivíduo pode ser entendido como uma unidade autônoma (ser vivo) que vai formar um organismo social que é a base do sistema Sairé. Considera-se ainda que além de todos os subsistemas interdependentes e do próprio Sairé existe uma dimensão maior que é a própria vila onde os sistemas e os subsistemas sociais partilham e se vinculam culturalmente.

Nessa atração social, além do espaço físico que os indivíduos ocupam, as emoções exercem papel importante, tornando-se o grande referencial do agir humano. Observa-se que as emoções desencadeiam a motivação entre os comunitários de Alter do Chão, especialmente quando se aproxima o festival. Há uma circularidade que implica uma forma de organização do sistema - pela comunicação também se busca afeto, carinho, compreensão – e, se esses sentimentos forem bem gerenciados facilitam todas as atividades em todas as dimensões e direções da vida do ser humano; se rejeitados, pela falta de aceitação ou incompreensão, os indivíduos se desestruturam, são jogados para fora de si mesmos “numa busca frenética de qualquer compensação, reconhecimento, aceitação”. (MORAN, 1998, p. 10-16).

A vinculação é a comunicação que se constitui no diálogo e na interação entre as pessoas e possibilita, conseqüentemente, o equilíbrio e a harmonia das relações. É o que se constata na descrição abaixo:

[...] As três mulheres do Sairé lideram o canto, que é uma melopéia de poucas variações, semelhantes às ladainhas de quase toda a Amazônia, enquanto que as acompanhantes respondem, regularmente o recitativo. A procissão entra na praça e se aproxima do lugar onde será colocado o mastro (LOUREIRO, 1995, p. 144-145).

Embora não se possa determinar quais as ações decorrentes em um processo autônomo, auto-organizado e auto-organizável, portanto, individual, percebe-se que, independente desses resultados, os indivíduos em contato

com outros agem e reagem diante das circunstâncias, ao que implica na concepção de Maturana (2001) em que “cada ser é em relação”, ou seja, se estabelece entre vivo-meio-vivo - que se autogere e que organiza seu conhecer a partir do próprio ato de viver.

Atualmente, essa comunicação existente entre os indivíduos envolvidos no festival Sairé se ampliou, a partir da inserção de novos adeptos (moradores da Vila) e de turistas de outras regiões que migram para Alter do Chão no período do evento. Essa dinâmica que se realiza nas interações dos indivíduos produz a sociedade como um todo organizado e, em um processo ininterrupto, volta a atuar (retroatuação) implicando em qualidade, fruto da organização, da linguagem e da cultura ao alcance dos indivíduos. É nesse processo que, enquanto indivíduo humano, ele passa a se conhecer e a se transformar ao mesmo tempo em que ele próprio faz as suas escolhas, consoante as possibilidades que a realidade lhe oferece dependendo do estoque de ideias existente.

Percebem-se, então, conceitos fundamentais: autonomia, liberdade e dependência. Dentre eles, a ideia de autonomia remete a uma teoria de sistemas simultaneamente fechados - em que se preserva a individualidade e a integridade, e abertos (ao meio ambiente), nesse caso, um problema de complexidade. Quando a liberdade é cerceada, a autonomia não pode se afirmar nem fazer emergir suas liberdades (dependência), visto que implica nas e pelas determinações sociológicas, econômicas, políticas – em relação recíproca ao sistema auto-organizador e ao ecossistema (MORIN, 2000, p. 143-223).

O termo ecossistema a que se refere Morin (2000), relaciona-se a um campo de estudos interdisciplinares, a partir de sua aplicabilidade nas várias ciências. Assim, busca domínio científico, uma vez que diz respeito à vida em toda a sua complexidade, quer seja real ou virtual. Em uma visão ecológica da comunicação, um sistema qualquer - em relação, ou em relação a outros ou aos subsistemas – quando em sua totalidade, merece um olhar ecossistêmico, posto que subsiste “a partir das relações de interdependência que regem a vida” (PEREIRA, 2011, p. 50).

Desse modo, as inter-relações dos elementos dos agregados, que também são processos de comunicação, são estudadas a partir de um olhar dos ecossistemas comunicacionais, pois se inserem em um ambiente de cultura vivenciado por todos. Esse ambiente é o *lócus* onde estão inseridos vários sistemas e significa que

[...] o ambiente que a envolve é constituído por uma rede de interação entre sistemas diferentes e que estes, embora diversos, dependem um do outro para coexistir. Significa ainda que modificações nos sistemas implicam transformações no próprio

ecossistema comunicativo, uma vez que este tende a se adaptar às condições do ambiente, e, no limite, na própria cultura. (PE-REIRA, 2011, p. 51)

O Sairé a partir de conceitos e parâmetros sistêmicos

Embora em sua plenitude o festival Sairé espelhe a cultura regional e esteja estruturado em um modelo econômico de evento, observa-se a necessidade de um olhar sistêmico, ao considerar que as ações comunitárias, em todas as suas formas de atividades, são organizadas pelos próprios indivíduos da vila, agregados por interesses comuns. Esse modo de agrupar, de elaborar e de desenvolverem suas práticas independentemente dos demais grupos passa a ser visto como um sistema, aliás, vários sistemas, que compõe o ambiente local - cada sistema, em interação e consonância com todos.

Em termos diacrônicos, as ideias aqui apresentadas decorrem da proposta de Bertalanffy, biólogo austríaco que criou em 1937 a teoria de sistemas. Mais tarde, Ross Ashby introduziu o conceito na ciência cibernética, cuja ciência estuda os autocontroles encontrados em sistemas estáveis, sejam eles mecânicos, elétricos ou biológicos. Contudo, foi Norbert Wiener quem visualizou que a informação era tão importante quanto a energia ou a matéria. Outro estudioso que propôs uma teoria advinda do pensamento sistêmico foi Niklas Luhmann cujo conceito, aplicado às ciências humanas (Direito), conseguiu reduzir a complexidade social. Nos estudos de Luhmann, o elemento central é a comunicação e, nele, a sociedade passa a ser percebida por meio do conceito de sistema autopoietico.

Entretanto, para uma melhor compreensão na aplicação desse estudo, buscou-se na definição do cientista russo Avaniir Uyemov (1975:96) um conceito traduzido na seguinte notação: $(m) S = df [R (m)] P$, onde: (m) é o agregado, um conjunto de coisas, uma composição; S é um sistema = “por definição”; R é a relação ou relações e P é a propriedade (para que algo ocorra). A partir desta sentença, Vieira (2006), reconfigura a ideia de Uyemov ao perceber que “a postura sistêmica (ou sistemismo) é, muitas vezes, uma boa escolha ontológica”.

Quando estudando entidades complexas, como obras de arte, encontramos a necessidade de conciliar coisas em princípios simplesmente diversas, mas que no contexto da criação ganham coerência e vêm a formar todos altamente significativos e estéticos. (VIEIRA, 2006, p. 88).

Nessa concepção de sistemas, Vieira (2006, p.88) aponta para uma maior proximidade com o fenômeno cultural a ser estudado, visto que se refere a “um agregado de elementos relacionados entre si ao ponto da partilha de propriedades”. Ao considerar que sistemas são constituídos por subsistemas, percebe-se o festival Sairé como um sistema constituído por sistemas menores ou subsistemas, aqui entendido como agregados, cujas ações desenvolvidas e diferenciadas possam afluir para a efetiva realização do sistema global. Por sua vez, os vários subsistemas são representados pelo que há de mais pontual ou imprescindível no sistema e, no caso do Sairé, os elementos distintos que se encontram no interior de cada subsistema, dentre eles podem-se citar: a cultura borari, a cultura religiosa, a cultura profana e a indústria cultural, cujo entrelaçamento ocorre sob uma densa complexidade que permeia o sistema em sua totalidade.

De modo geral, a observação de um dado sistema pode ser realizada por meio de parâmetros cuja análise sistêmica permite “comparar e utilizar os subsistemas componentes, dado o seu caráter profundamente geral”. Os parâmetros sistêmicos se dividem em duas classes: os básicos ou fundamentais, cujas características são comuns a todos os sistemas (independente de processos evolutivos) e os hierárquicos ou evolutivos, que podem ou não estar presentes em um sistema, com relação a outro, mas com possibilidade de aparecer em um dado momento, ou no futuro. Constam dos parâmetros básicos ou fundamentais a permanência, o meio ambiente e a autonomia, enquanto dos evolutivos a composição, conectividade, estrutura, integralidade, funcionalidade e organização.

Apesar de todos os parâmetros chamados evolutivos operarem no sistema Sairé, é o parâmetro **composição** que nos interessa, nesse momento, visto que, para efeito deste capítulo, selecionou-se apenas um subsistema - a cultura religiosa. Não significa que um agregado seja menos importante que outro; a opção aqui se deu pelo modo como esse subsistema traduz a natureza dos elementos do agregado, independente da diversidade e quantidade, por isso, apropriado à análise que se pretende desenvolver. Há que se considerar que todos os subsistemas do sistema Sairé estão em consonância com os demais, posto que não há como dissociá-los diante da complexidade que é a própria característica que os compõem, ou seja, um em relação ao outro. Sendo assim, convém a descrição do que acontece no dia a dia do evento para uma posterior convergência do olhar.

Descrevendo cada dia do festival

Às seis horas da manhã se ouve um apito na Vila. É um marco, uma espécie de pontapé inicial do evento. Às oito horas começa a Cerimônia de Abertura e, conforme programação, um grande Café Comunitário é servido a todos os visitantes e moradores. Enquanto isso, ao lado, em um palco montado quase à altura do chão, músicos regionais afinam seus instrumentos para suas apresentações. Por toda a manhã os cantores se revezam. À tarde saem os músicos, mas a música continua até à noite, quando o som musical é silenciado. E começa o rito religioso.

Já é noite, mas o sol ainda ilumina a Vila. É a primeira noite do festival que tem início na Praça do Sairé, lugar central de Alter do Chão, em que se concentram os elementos simbólicos desse evento. Começa a missa. A praça silencia. Esse sentimento de reverência se evidencia mesmo quando a música é introduzida no ritual. Cabe ao grupo musical “Espanta Cão”, grupo musical tradicional de Alter do Chão, acompanhar os Mordomos e Mordomas (personagens históricos da festa), nos cânticos da missa.

Dentro dessa programação, a Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos – ECT, sede regional, lança o Selo do Sairé/2012 que retrata a união entre os rituais religiosos e profanos, característicos do Sairé. Uma iniciativa dos Correios que visa perpetuar as datas e eventos relevantes no contexto das instituições nacionais e que preencham requisitos pré-estipulados pela Empresa. Durante a solenidade, ainda ocorre a entrega de símbolos postais à secretaria municipal de cultura do município, o que confere caráter de perenidade ao evento.

A praça aos poucos se esvazia e uma enorme fila surge logo em frente, a fim de garantir o próximo espetáculo, desta vez, no “Lago dos Botos” (espécie de estádio), área fechada com acesso aos pagantes onde é desenvolvida a parte artístico-cultural. A Banda regional Sapupema acelera a entrada do público à grande arena. Espectadores, vendedores de água e bala, profissionais da imprensa, crianças e idosos dividem as arquibancadas.

Tem início o espetáculo. Todas as apresentações são dos grupos de danças da Vila acompanhados pelo Conjunto “Espanta Cão”. O grupo Brincando de Sairé formado por crianças é o primeiro a se apresentar, seguido do Ritual Indígena, Dança dos Idosos, Caboclas dos Botos, Encanto Caboclo e, Cheiro do Sairé. E a programação encerra com os músicos da região.

No segundo dia a programação tem início às três horas da tarde com o Passeio Fluvial Ecológico ao balneário “Ponta do Cururu” e, a partir das cinco horas da tarde o projeto denominado “Pôr do Sol” (SESC e SEMC) traz mais

música à Praça Nossa Senhora da Saúde - a pracinha da igreja. Quando anoitece, o evento volta a acontecer na Praça do Sairé com o rito religioso seguido por shows de artistas da terra até o início das apresentações dos botos Tucuxi e Cor-de-Rosa no Sairódromo que fica em frente à praça.

No sábado, às oito horas da manhã e às três da tarde, passeios ecológicos são oferecidos aos turistas, mas também aberto à população. A agenda repete a programação do dia anterior, mas sem intervalo, com mais apresentações musicais ou um “arrastão”, como é chamado, que se estende até à orla de Alter do Chão para continuar com a programação do domingo. Entre os passeios fluviais e os shows programados para o domingo, uma pausa para o ritual religioso. Na segunda-feira ocorre o encerramento da festa e, dentre as atrações, a derrubada dos mastros, e à noite, o Baile dos Barraqueiros no “Lago dos Botos”.

Vale lembrar que, para que o sistema Sairé seja entretecido a ponto de conciliar os diversos subsistemas e seus elementos, é imprescindível que haja coerência em sua composição, a fim de que seja significativo e representativo. Porém, antes de evidenciar os elementos do agregado cultura Borari, convém lembrar que, pela força da expressão, a característica mais presente no festival Sairé é o próprio instrumento, um semicírculo de madeira, no formato de uma ogiva, que nas procissões é conduzido por uma mulher chamada Saraipora. Para os que o cultuam, ele representa algo mágico, abstrato, cuja representação refere-se à Trindade de Deus e que persiste na memória dos boraris há pelo menos três séculos.

Quanto a isso, Eliade (2010) salienta que:

[...] Manifestando o sagrado, um objeto qualquer torna-se outra coisa, e contudo, continua a ser ele mesmo, porque continua a participar do seu meio cósmico envolvente. Uma pedra sagrada nem por isso é menos uma pedra; aparentemente (com maior exatidão: de um ponto de vista profano) nada a distingue de todas as demais pedras. Para aqueles a cujos olhos uma pedra se revela sagrada, a sua realidade imediata transmuda-se numa realidade sobrenatural. Por outros termos, para aqueles que têm uma experiência religiosa, toda a natureza é suscetível de revelar-se como sacralidade cósmica. O Cosmos na sua totalidade pode tornar-se uma hierofania”. (ELIADE, 2010, p. 18).

A cultura religiosa como um subsistema

A festa religiosa introduzida pelos jesuítas, na Amazônia, além de ser

um hábito de agradecer pela colheita, bastante comum entre os índios, era também um modo de aproximação entre ambos. Esse fenômeno ocorre no encontro da tradição do indígena (dança) com a novidade (elementos da cristandade) trazidos pelo europeu. A decisão de tentar convencer os índios à prática religiosa, por intermédio das artes, foi uma estratégia diante da inflexibilidade dos índios quanto à conversão ao monoteísmo cristão. Dessa miscigenação resultou o que se contempla atualmente: um caldo cultural que se converte em uma grande festa – o festival Sairé.

Alguns desses elementos que compõem o sistema “global” estão inseridos no subsistema da cultura religiosa, pois é nessa religiosidade que o Sairé se estabelece. Eliade (2010, p. 17) propõe o termo hierofania ao se referir ao ato de manifestação do sagrado. Segundo o autor, o homem toma conhecimento do sagrado porque “este se manifesta, se mostra como qualquer outra coisa de absolutamente diferente do profano.” (ELIADE, 2010, p. 17). No subsistema cultura religiosa este parâmetro faz relação com os elementos que o constituem e com o simbolismo que os traduz desde os tempos mais remotos aos dias atuais.

A cultura, evidenciada em forma de ritual, se modifica no decorrer do tempo, de acordo com o interesse e conveniência da comunidade e é esse aspecto que confere o caráter de permanência ao subsistema. Podem-se citar alguns elementos que entram nessa composição, dentre eles, os **mastros** que têm participação fundamental nesse processo, pois com eles o rito religioso se inicia e se encerra. Esse simbolismo faz referência aos primitivos, quando da recepção aos portugueses: os nativos traziam os mastros das caravelas até a praia para protegê-las das tempestades.

A **coroa**, em sua forma circular, representa a união do ser humano com Deus e tem um caráter universal, visto que o círculo além de simbolizar a perfeição remete a poder ou soberania. Nas procissões é conduzida pela juíza que caminha ao lado da Saraipora com o *instrumento* Sairé e, de igual modo, os procuradores, os quais portam **bandeiras** em cujos mastros estão esculpidos uma **pomba** branca que também aparece pintada no centro do tecido. As bandeiras carregam um significado de proteção, mas também um sentido de ligação entre o céu e a terra. Juntos representam o Espírito Santo, assim como a luz e a pureza, o imortal: a alma. Para o cristão a bandeira representa a vitória de Cristo sobre a morte.

Os tambores significam o próprio som emitido. Segundo a literatura sagrada é sinônimo de “força divina” representando o som presente na origem do universo ou cosmos. Nas festas religiosas o tambor está presente e seu ruído cria sensações adversas. É também a representação simbólica do trovão e,

em alguns casos, chegam a levar os homens ao êxtase.

Outro elemento inerente ao agregado são os **bastões** enfeitados que são conduzidos pelos mordomos e mordomas (como são denominadas as mulheres nessa função) e representam as lanças que os portugueses portavam quando aqui chegaram; é símbolo da autoridade que é confiada a um chefe, mas também faz alusão à virilidade e, portanto, um símbolo fálico. A diversidade presente na representação desses símbolos (elementos de um mesmo agregado) e em relação aos elementos dos demais subsistemas implica na complexidade dos agregados.

Como exemplo dessa complexidade se observa a participação de uma moradora da Vila e integrante do ritual religioso que atualmente professa outra crença religiosa. Manter essa tradição, segundo ela, é antes de tudo um compromisso cultural, um vínculo social com o evento que se estende desde a re inserção em 1973.

Considerações finais

O parâmetro sistêmico abordado, assim como sua composição, serviu apenas como reflexão preliminar sobre o Sairé, especificamente no tocante à parte religiosa. Não há como precisar neste capítulo, com detalhes, todos os elementos desse agregado, visto que são constituídos de uma espessa carga cultural e, portanto, eivados de complexidade.

Os subsistemas que compõem o festival Sairé se apresentam inter-relacionados por meio de tramas “[...] onde se entrelaçam problematizações diversas do que significa a vinculação ou a atração social” (SODRÉ, 2002, p. 222) e apontam para a necessidade de um pensamento semiótico, o que pressupõe uma pesquisa mais detalhada sobre essa manifestação, objeto do estudo em questão.

Porém, antes da análise proposta, não se pode ignorar que esses sistemas e seus agregados são ambientes de cultura, visto que se constituem de significados e valores construídos nas interações humanas que, segundo Williams (1992), o termo faz referência à “prática social” e “produção cultural” compreendido como “sistema de significações”. Nesse olhar, cultura passa a incluir toda e qualquer prática significativa.

Os processos que traduzem a cultura e a tradição do povo da Vila se configuram pela soma dos esforços de cada um nos rituais que formam as cerimônias festivas e as celebrações. São experiências culturais heterogêneas e únicas que formam um sistema comunicativo atuante, sólido e solidário, baseado em um fluxo positivo de confiança e que proporciona um intercâmbio

eficiente de informações que aproxima os homens e reafirma laços sociais. Nele, as raízes, as lembranças e as emoções são expostas mesmo com enfoques diferenciados; as características presentes nas manifestações da missa, no canto, na dança e na música são marcantes, deixando prevalecer o espírito de troca e de fortificação que se traduz na linguagem do povo.

Esses subsistemas autônomos (sistema de autoprodução contínua) no contexto social resultam, dentre outros aspectos, da organização do ambiente, do *modus faciendi* dos integrantes envolvidos, da liberação dos recursos para a confecção das peças artísticas e, até mesmo, do conjunto das ações que permeiam as diversas atividades de comunicação entre os comunitários. Tais ações implicam no diálogo a partir da descentralização das vozes na busca de equilíbrio e harmonia, pois nesses ambientes convivem diferentes sujeitos (atores) que ocupam diversas esferas. Pensar na qualidade das relações interpessoais do vínculo é fundamental para o sucesso do grupo, da organização, da comunidade, visto que não se pode desconsiderar que, antes de tudo, os seres humanos que ali se encontram estão em constante interação.

Por fim, mediante o exposto, torna-se inevitável a observação de que o festival Sairé demanda uma leitura mais atenta e refinada a fim de prover visibilidade ao seu potencial cultural semiótico e ao seu desenho comunicacional ecossistêmico.

Referências

BATES, Henry Walter. **Um naturalista no Rio Amazonas**. Belo Horizonte: Itatiaia, São Paulo: USP, 1979, 300 p.

CASCUDO, Luís Câmara. **Dicionário do folclore brasileiro**. São Paulo: Ed. Ouro, 1972.

CASCUDO, Luís Câmara. **Dicionário histórico das palavras portuguesas de origem tupi**. São Paulo, Melhoramentos, Edusp, 1978.

ELIADE, Mircea. **O Sagrado e o Profano: a essência das religiões**. Traduzido por Rogério Fernandes. São Paulo: Martins Fontes. 2010. (Biblioteca do Pensamento Moderno).

FREIRE, P. **Educação como prática da liberdade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 3ed. 1971.

LOUREIRO, João de Jesus Paes. **Cultura Amazônica**: uma poética do imaginário. Belém: Cejup, 1995.

MATURANA, Humberto R.; VARELA, Francisco J. **A árvore do conhecimento**: as bases biológicas da compreensão humana. São Paulo: Palas Athena, 2001.

MORIN, E. **Os sete saberes necessários à educação do futuro**. São Paulo: Cortez; Unesco, 2001.

MORIN, E. **O paradigma perdido**: a natureza humana. Lisboa: Europa-América, 1973.

MORIN, E. **Ciência com consciência**. Rio de Janeiro: Bertrand, 2000.

MORAN, J. M. **Mudanças na Comunicação Pessoal**. São Paulo: Paulinas, 1998.

NOGUEIRA, Wilson. **Festas Amazônicas – boi-bumbá, ciranda e sairé**. Manaus: Editora Valer, 2008.

PEREIRA, Mirna Feitoza. Ecosistemas Comunicacionais: uma proposição conceitual, in: MALCHER, Maria Athayde et al. (Orgs.) **Comunicação midiaticizada na e da Amazônia**. Belém: Fadesp, 2011. 312 p. (Série Comunicação, Cultura e Amazônia, v. 2).

PEREIRA, Manoel Nunes. **O Sairé e o Marabaixo**. 2. ed. Recife: Fundação Joaquim Nabuco; Ed. Massangana, 1989.

SAIRÉ: da história nativa ao festival dos botos tucuxi e cor-de-rosa. Disponível em: <<http://notapajos.globo.com/lernoticias.asp?id=7188>> Acesso em: 06 set. 2012.

SANTIAGO, Maria do Socorro de Farias. **Pelos caminhos do sairé**: um estudo de aproveitamento as cultura popular do teatro. 1996. Tese (Doutorado em Artes) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1996.

SODRE, Muniz. **Antropológica do espelho**. 7. ed. Petrópolis, RJ: Vozes. 2002.
VIEIRA, J. A. **Teoria do Conhecimento e Arte**: formas de conhecimento.
Fortaleza: Expressão Gráfica e Ed., 2006.

WILLIAM, Raymond. **Cultura**. Rio de Janeiro: Paz e Terra. 1992.



A comunicação comunitária e a promoção da cidadania na comunidade de Suruacá

Priscila Rabassa¹
Itala Clay de Oliveira Freitas²

Resumo: Este trabalho trata do estudo do ambiente comunicacional que se configura nas relações entre a comunidade tradicional ribeirinha de Suruacá e a Rede Mocaronga de Comunicação Popular, da Organização Não-Governamental, Saúde e Alegria, ambas localizadas no município de Santarém, Estado do Pará. Em seu objetivo geral, essa pesquisa visa analisar o processo de comunicação comunitária na comunidade de Suruacá e sua contribuição para a promoção da cidadania da população ribeirinha. O estudo contará com um suporte teórico das autoras Cicília Peruzzo (2004), Margarida Kunsch (2003) e Raquel Paiva (2003) que conceituam a comunicação comunitária como fator crucial para conectar as comunidades entre si e com o mundo, além de contribuir para a ampliação dos direitos e deveres de cidadania.

Palavras-chave: Comunicação comunitária. Cidadania. Comunidades tradicionais ribeirinhas. Organizações Não governamentais.

Introdução

Os estudos no Brasil tornam-se restritos quando se trata da inserção dos meios de comunicação em comunidades ribeirinhas. Por se tratar de regiões de difícil acesso, já que os rios são a única via de ingresso, essas comunidades são relegadas a uma situação de carência devido à falta de políticas públicas como, por exemplo, direito à educação e, até mesmo, aos meios de comunicação, privando-as dessa maneira dos direitos de cidadão.

Os direitos negados aos ribeirinhos fazem com que eles muitas vezes tenham que abandonar suas comunidades para ir para cidades próximas em busca de melhores condições e qualidade de vida. Os que permanecem nas comunidades submetem-se a viverem de certo modo excluídos dos bens

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade Federal do Amazonas (UFAM). Bolsista (CAPES). Membro do Grupo de Pesquisa Comunicação, Cultura e Amazônia. e-mail: prisouza.rp@gmail.com.

² Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP. Docente do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCCOM) da Universidade Federal do Amazonas. Tutora do PET-Comunicação Social.

coletivos garantidos por lei.

Durante séculos, a comunicação no Norte do Brasil teve um único veículo, as embarcações. (BATISTA, 2007). Essa situação ainda se apresenta em algumas comunidades ribeirinhas, entretanto, já se tem conhecimento de comunidades com acesso a veículos de comunicação (FIGUEIREDO, 2007) como é o caso da comunidade de Suruacá, localizada no município de Santarém, no Oeste do estado do Pará.

Vislumbrando um ambiente comunicacional adequado a essa comunidade, a Organização Não-Governamental (ONG) Projeto Saúde e Alegria (PSA), através da Rede Mocaranga de Comunicação Popular (RMCP) criou, em dezembro de 2003, o Telecentro de Comunicação Popular Japiim, por meio da comunicação comunitária, com os seguintes veículos: rádio, jornal, telefone, internet e produção de vídeos.

A comunicação comunitária, como vem se desenvolvendo nos últimos tempos, caracteriza-se por divulgar notícias da comunidade, não visar lucros, ter programação comunitária e gestão coletiva, ser interativa, valorizar a cultura local e ter compromisso com a cidadania e a democratização da comunicação (PERUZZO, 1998).

É um processo comunicativo que requer o envolvimento da comunidade como protagonista dos conteúdos e da gestão participativa dos meios de comunicação, e tem como finalidade primordial servir à comunidade, podendo contribuir efetivamente para o desenvolvimento social e a construção da cidadania. Essa participação faz com que a comunidade vivencie um processo educativo que contribui para a sua formação enquanto cidadão, pois compreendendo melhor a sua realidade, amplia a consciência sobre seus direitos. Ou seja, o acesso aos meios de comunicação comunitários, na condição de protagonista, é um direito fundamental para o exercício da cidadania.

Analisando o conceito anterior dado por Cecilia Peruzzo (1998), o interesse por uma investigação acerca do processo de comunicação comunitária justifica-se, sobretudo, por acreditar que a mesma vem se sustentando como um instrumento para a mudança social e como uma alternativa para democratizar a comunicação em localidades de difícil acesso como é o caso das comunidades ribeirinhas.

Nesse contexto, é fundamental a inserção de veículos de comunicação para fomentar a comunicação em uma região praticamente isolada e com muitas ameaças ao meio ambiente e aos meios de vida tradicionais. Porém, mais do que isso, os veículos devem ser um canal de expressão da população, de troca de informações e de conhecimento entre a própria comunidade e da mesma com o mundo, pois dessa maneira as pessoas criam consciência dos

seus direitos e deveres, criando um ambiente propenso ao desenvolvimento, à qualidade de vida e ao exercício pleno da cidadania.

Comunicação comunitária e a gestão participativa

Com o desenvolvimento do mundo e do capitalismo, o processo comunicativo sofre mudanças significativas, interferindo nas relações humanas, diferenciando a comunicação que passa a ser medida pelos novos meios de comunicação de massa como, por exemplo, o rádio, a televisão e a internet.

De acordo com Martín-Barbero (2009), as novas tecnologias mudam não apenas as relações humanas, como também os espaços públicos e privados, ocorrendo uma alteração das funções e significados de ambos e das relações que se estabelecem entre eles. Com a revolução digital, no século XX, veio junto o surgimento de uma nova sociedade, nominada por Castells (1999) como sociedade da informação em redes, onde os fatores centrais estão embasados no conhecimento, na informação e na comunicação tecnológica.

Recuero (2011, p. 16) complementa dizendo que essa nova comunicação “mais do que permitir aos indivíduos comunicar-se, ampliou a capacidade de conexão, permitindo que redes sociais fossem criadas e expressas nesses espaços”. A sociedade da informação em rede existe com a universalização da informação e da comunicação proporcionada pelo acesso das pessoas aos meios de comunicação. Porém, sabemos que uma parcela da população no Brasil ainda não tem acesso aos meios de comunicação, o que acaba prejudicando o exercício da cidadania.

Entretanto, os mesmos estão em constante processo de desenvolvimento, sofrendo alterações influenciadas pelo local e tempo em que estão inseridos. A tendência é fomentar os meios de comunicação para as classes excluídas como forma de democratizar a sociedade. É a utopia da comunicação, onde o desenvolvimento dos meios de comunicação, principalmente dos digitais, proporcionou uma agilidade no processo comunicacional, no entanto, excluiu desse processo parcelas da sociedade.

Identificando a comunicação como instrumento essencial no processo de conscientização da população pelos seus direitos, Kunsch (2003) afirma que o acesso às informações e à educação proporcionará o desenvolvimento social e a cidadania, direito de todo cidadão. Arbex Jr (2003, p. 394) afirma que “a democratização dos meios de comunicação só será plenamente possível no quadro de democratização geral da sociedade, porém, é preciso primeiramente democratizar os indivíduos a uma postura crítica”. Nesse sentido, é fundamental criar processos de comunicação os quais façam com que

as pessoas não sejam apenas receptoras de mensagens, mas protagonistas dos próprios conteúdos.

Santos (2003), Sodré (2002) e Serres (1995) mostram que a utopia da comunicação, como um espaço democrático, horizontal, de troca, compartilhamento e comunhão está comprometida pelos valores que a globalização escolheu para representá-la. Entretanto, eles sugerem a possibilidade de uma mudança vinculada às possibilidades de democratização dos meios de comunicação e da disseminação de informação.

De acordo com Miguel (apud DUDUS, 2004, p.8) “o desafio é encontrar para a mídia uma forma de organização que represente um caminho alternativo, que escape da influência colonizadora do poder e da moeda e se abra como espaço multifacetado de manifestação das forças sociais”. Nesse contexto, a comunicação comunitária aparece como uma alternativa para democratizar a comunicação, principalmente, para as classes menos favorecidas e excluídas das grandes empresas que dominam de certa forma, até hoje, os meios de comunicação de massa.

No Brasil, entre as primeiras publicações acadêmicas sobre comunicação comunitária, destacam-se as de Cicilia Peruzzo (2004) e Margarida Kunsch (2007), que trouxeram importantes contribuições para o desencadeamento de estudos nessa linha de pesquisa. Peruzzo (2003, apud KUNSCH, 2007, p. 16) fala que “a comunicação comunitária diz respeito a um processo comunicativo que requer o envolvimento das pessoas de uma “comunidade”, não apenas como receptoras de mensagens, mas como protagonistas dos conteúdos dos meios de comunicação”.

Na prática, os meios de comunicação comunitária podem retratar melhor a realidade da comunidade, contribuindo na divulgação de temas locais e motivando as pessoas a acompanharem de forma direta os acontecimentos, além de opinarem e confrontarem os fatos noticiados. Para Deliberador e Vieira (2005, p. 8), a comunicação comunitária na forma como vem se desenvolvendo nos últimos tempos significa:

O canal de expressão de uma comunidade, por meio do qual os próprios indivíduos possam manifestar seus interesses comuns e suas necessidades mais urgentes. De ser um instrumento de prestação de serviços e formação do cidadão, sempre com a preocupação de estar em sintonia com os temas da realidade local. (DELIBERADOR; VIEIRA, 2005, p. 8)

Trata-se de um fenômeno comunicacional que pressupõe o envolvimento das pessoas como cidadãos ativos. Esse processo comunicacional é

fundamental para a busca da descentralização da informação e da comunicação, podendo contribuir efetivamente para o desenvolvimento social e para a construção da cidadania. A centralização da informação e dos meios de comunicação cria e reproduz cidadãos passivos, pessoas que simplesmente recebem a informação sem criarem uma consciência crítica ou opinião sobre os fatos.

Sabe-se que no Brasil e em outros países da América Latina, por exemplo, ter direito a educação e aos bens de consumo coletivo, assim como ter acesso aos meios de comunicação de massa, não faz parte da realidade de uma parcela da população. Esse cenário é visível em localidades de difícil acesso como é o caso das comunidades ribeirinhas, que são relegadas a uma situação de carência devido à falta de políticas públicas como, por exemplo, assistência educacional, sanitária e trabalhista, que garanta a qualidade de vida da população.

Devido à postura fracassada do Estado frente à implantação de políticas públicas em comunidades, a comunicação comunitária surge como opção para promover a comunicação, cumprindo um dos seus papéis fundamentais que é ser direcionada para as classes menos favorecidas, contribuindo dessa maneira para a promoção da cidadania. (FESTA, 1986).

A cidadania, conforme Marschall (1967) está ancorada no exercício dos direitos civil, político e social e, de acordo com Kunsch (2003), a sua construção está relacionada diretamente com a comunicação, pois a mesma é essencial para conscientizar a população sobre seus direitos e deveres.

Peruzzo (2004, p. 64) diz que “nas democracias mais avançadas, o cidadão depois de ter conquistado o direito de participação política, percebeu que esta se insere num âmbito maior, o da sociedade em seu conjunto”. Isso significa acesso também aos direitos sociais e civis. Portanto, o uso correto dos meios de comunicação comunitária, como estratégia para o desenvolvimento da cidadania, é construído pelos próprios cidadãos. E esse desenvolvimento só faz sentido se promover a igualdade no acesso à riqueza e o crescimento integral das pessoas e de todos, ou seja, se tiver como mola-mestra o ser humano (CÉSAR, 2007).

Considerando a comunicação comunitária como uma prática social, sem visar lucros, desenvolvida em uma comunidade com o objetivo de fomentar o exercício da cidadania, ela se firma como um importante instrumento no processo pela hegemonia da comunicação.

Comunicação para a cidadania

Partindo do pressuposto de que não se aprende apenas nas instituições

de ensino, mas também por intermédio dos meios de comunicação, o acesso e a participação ativa dos mesmos torna-se questão fundamental para o exercício da cidadania.

Marshall (1967) e Kunsch (2003) definem a comunicação como fator essencial para conscientizar a população de seus direitos e deveres, contribuindo para a construção da cidadania, porém é necessário democratizar os meios de comunicação. Vale lembrar Arbex Jr (2003) quando o autor fala sobre a relevância de tornar acessíveis os meios de comunicação, principalmente, para as minorias sociais, que diversas vezes são excluídas do processo comunicacional.

Nesse contexto, a comunicação deve ser trabalhada de forma integrada para criar espaços que deem visibilidade pública a esses movimentos sociais. (KUNSCH, 2007). Conforme a autora, realizar um processo comunicativo estratégico e unificado resultará em uma sociedade mais justa e igualitária, contribuindo para a construção da cidadania.

Raquel Paiva (2003) ressalta que esse modelo de comunicação começa a se configurar no momento em que os grupos excluídos começam a trabalhar em um modelo próprio de comunicação, ou seja, como protagonistas no processo comunicacional. Paiva (2003) acredita que a conjugação cidadania e comunicação impõem à compreensão do método comunicativo uma atuação além do seu formato midiático. No momento em que evoca a questão da cidadania, a comunicação resgata o seu sentido original, que é a busca pelo bem comum.

A conquista da cidadania faz-se a partir do exercício da comunicação. Assim descreve Paulo Freire (1977, p. 67):

Na comunicação não há sujeitos passivos. A comunicação implica numa reciprocidade que não pode ser rompida. O que caracteriza a comunicação enquanto este comunicar comunicando-se, é que ela é diálogo, assim como o diálogo é comunicativo. Então é indispensável ao ato comunicativo, para que este seja eficiente, o acordo entre sujeitos, reciprocamente comunicantes. (FREIRE, 1977, p. 67)

A partir dessa ideia, Freire (1983) inclui a educação como instrumento para promover a transformação social, exercendo a comunicação um papel fundamental nesse processo. Ela proporciona o rompimento dos fluxos unilaterais, uma vez que instituem processos capazes de converter receptores também em emissores, realizando assim os princípios da comunicação dialógica, defendida por autores como Mário Kaplún e Paulo Freire.

Paiva (1998, p. 157) lembra que “o fluxo informacional é considerado elemento decisório para o exercício real da cidadania, além de imprescindível instrumento democrático”. A construção para a cidadania se dá por meio do comprometimento dos cidadãos sobre os interesses coletivos da sociedade, que se baseia numa participação ativa, fundamentada na educação e na informação.

É nesse contexto que a comunicação comunitária aparece como instrumento para fomentar o processo de comunicação, visando o exercício da cidadania, principalmente, das populações excluídas das grandes mídias. Em estudo realizado em 2000, verificou-se que a internet vem se convertendo em uma importante alternativa de mídia comunitária na atualidade, pois a mesma é utilizada para resgatar a cultura de uma comunidade, sua história, prestação de serviços e divulgação de eventos. (BOTÃO, 2002).

Um fator fundamental para o processo da comunicação comunitária, seja por meio dos veículos tradicionais ou digitais, é a participação da comunidade, pois inclusive, ela é o diferencial em relação à comunicação de massa. Portanto, pensar a comunicação, por meio da comunicação comunitária, como políticas sociais, garante a sustentabilidade do exercício da cidadania.

Conforme Intervenções (2008, apud BOTÃO, 2002, p. 8):

[...] é preciso pensar <políticas de comunicação> com incidência muito mais ampla do que apenas sobre os meios de comunicação. Em primeiro lugar, porque a comunicação é um instrumento da própria gestão pública, essencial para a consecução dos objetivos das diversas políticas sociais. Em segundo, porque a informação é um instrumento fundamental para qualificar a participação do cidadão no processo democrático; o acesso pleno à informação é condição de exercício da cidadania. Em terceiro, porque a comunicação é ela mesma um instrumento de participação popular e de exercício da cidadania, um dos meios pelos quais a população pode se envolver na definição, implantação e monitoramento de políticas sociais. (BOTÃO, 2002, p. 8)

Fomentar práticas de comunicação comunitária é difundir processos de participação comunitária relacionados a direitos sociais, políticos e civis. É promover práticas de comunicação na perspectiva da realidade local, almejando o exercício da cidadania.

A ONG Saúde e Alegria

Na Amazônia Legal, a preocupação com aspectos ambientais é muito forte. No entanto, pouca ênfase se dá aos problemas sociais e às condições de vida da população que sofre com a falta de investimentos na infra-estrutura, com os déficits educacionais e de saúde, com o aumento da pobreza, entre muitos outros.

Para a busca da solução dos problemas sociais, as Organizações Não-Governamentais (ONG's) trouxeram propostas de mudança para o trabalho com as comunidades, embasadas na participação da população nos processos de decisão, estabelecendo relações menos autoritárias, criando um ambiente de cumplicidade entre a ONG e a comunidade assistida.

Para Junqueira (2002), a lógica assistencialista, atualmente, deixa de ocupar um lugar de centralidade para fortalecer a capacidade de pessoas e comunidades de satisfazer suas necessidades a partir da construção de uma postura mais participativa, porém consciente na busca pela construção do desenvolvimento social. Desse modo, algumas ONGs passam a atuar de forma mais efetiva como facilitadoras de desenvolvimento social e ambiental em busca do exercício pleno da cidadania. (SACHS, 1993).

Verificando que não se resolve problemas ambientais sem oferecer soluções para o social, o Projeto Saúde e Alegria (PSA) apresenta-se como agente nos processos participativos de desenvolvimento comunitário integrado e sustentável, já que contribui no aprimoramento de políticas públicas, na qualidade de vida e no exercício da cidadania das populações tradicionais ribeirinhas no estado do Pará.

Os preparatórios para a Eco-92 deram grande visibilidade para a Amazônia e para o PSA que, percebendo a oportunidade, inseriu-se nos movimentos ambientalistas fazendo contatos e parcerias, mantidas até hoje, com organizações como UNICEF e a Organização Mundial da Saúde (BARROSO, 2003).

A ideia de constituir a ONG PSA surgiu do médico Eugênio Scannavino e da educadora Márcia Gama quando os dois foram contratados em 1983 pela prefeitura de Santarém para trabalharem a assistência em saúde nas comunidades ribeirinhas. Atualmente, seu irmão, Caetano Scannavino apresenta-se como coordenador da ONG.

De acordo com Fábio Pena, coordenador do setor de Comunicação da ONG, a iniciativa partiu do médico quando constatou que a maioria das doenças verificadas nos ribeirinhos poderia ser evitada. A partir daí se criou

atividades de prevenção, por meio de ações educativas, com a finalidade de melhorar as condições de higiene e, conseqüentemente, diminuir o índice de mortalidade na comunidade. Em 1985, para garantir a continuidade das ações desenvolvidas e ampliar sua área de atuação, foi criado o Projeto saúde e Alegria, instituição sem fins lucrativos.

Conforme dados informados pela ONG, atua hoje em quatro municípios do Oeste do estado do Pará: Belterra, Aveiro, Juruti e Santarém, esse último local de sua sede. Atende aproximadamente 30 mil pessoas, em sua maioria povos tradicionais extrativistas, organizados em comunidades ribeirinhas, muitas delas de difícil acesso, em situação de risco e de conseqüente exclusão social.

De acordo com o PSA, o trabalho apoia a defesa das terras, dos recursos naturais e na viabilidade social, econômica e ambiental das comunidades ribeirinhas, por meio de programas voltados para os direitos humanos. A arte, o lúdico e a comunicação são indicados como os principais instrumentos de educação e mobilização perante as comunidades. A aquisição do barco Abaré, em 2006, serviu para dar continuidade às ações, sendo utilizado para gerar assistência médica e odontológica aos ribeirinhos.

Durante o primeiro contato feito com o PSA, em janeiro de 2012, foi verificado que a equipe interdisciplinar visita regularmente as comunidades, realizando programas de desenvolvimento comunitário integrado, voltado para educação, cultura, comunicação, gestão comunitária e saúde.

Diagnósticos participativos são realizados com o objetivo de facilitar o acompanhamento dos resultados obtidos pelos programas, e novas ações são traçadas com a participação e o apoio da população, que oferecem informações precisas das necessidades exigidas por suas comunidades.

Ao trazer a comunidade para participar do processo de implantação e acompanhamento dos programas de desenvolvimento, o Projeto Saúde e Alegria foge da lógica assistencialista desenvolvida por algumas ONGs e criticada por Fernandes (1995), que acredita que o assistencialismo ajuda, porém, não tem a pretensão de transformar a realidade.

O PSA atua no campo da cidadania, a partir de movimentos sociais que lutam por direitos sociais e pela participação ativa das pessoas envolvidas, desenvolvendo ações com a participação da comunidade contribui para a construção de uma postura crítica e, conseqüentemente, para o exercício da cidadania.

A oportunidade de exercer a cidadania é um fator fundamental para os comunitários, já que são excluídos de certas políticas públicas instituídas pelo Estado como, o acesso aos meios de comunicação, que seriam fundamentais

para ampliar a troca de informação, conhecimento e comunicação dessas comunidades com o mundo.

Analisando essa realidade, o PSA criou, em 1987, o projeto Rede Mocoronga de Comunicação Popular (RMCP), organizado por 22 sucursais comunitárias, que são grupos locais de jovens repórteres presentes nas comunidades que ganham nomes e formas de gestão próprias, com o objetivo de melhorar o processo comunicacional na região.

A Rede Mocoronga possui 24 colaboradores que trabalham na sede do PSA, na cidade de Santarém. O grupo é responsável pelo acompanhamento pedagógico, aprimoramento e apoio na difusão do material produzido nas sucursais comunitárias.

De acordo com a ONG, a RMCP atende cerca de 450 adolescentes, jovens e adultos, os quais são estudantes, trabalhadores rurais, extrativistas e pescadores. O atendimento se dá por meio de oficinas de educomunicação, através das quais os participantes aprendem técnicas da comunicação, utilizando-se dos meios de mídia como o rádio e a internet.

As produções dos integrantes comunitários do projeto são veiculadas nas rádios e jornais comunitários e difundidas para outras regiões. Ao mesmo tempo, o fluxo inverso permite que a população ribeirinha tenha acesso à realidade de outros lugares.

Os meios de comunicação utilizados pela RMCP para promover a troca de informações, conhecimento e comunicação, são o rádio, o jornal, a produção de vídeos e a internet. Entretanto, nem todas as comunidades apresentam todos esses veículos de comunicação. Atualmente, apenas cinco comunidades possuem Telecentro, ou seja, pólos avançados que apresentam os veículos de comunicação citados anteriormente.

Conforme a RMCP, seu objetivo é a promoção da comunicação comunitária, movimento esse que busca contribuir para a formação da cidadania da população ribeirinha, criando espaço de participação comunitária, opções culturais, educativas e de renda, inserindo as novas gerações no processo de desenvolvimento das comunidades.

O trabalho da ONG visa, sobretudo, apoiar as ações protagonizadas pelos grupos que foram criados por meio do trabalho de comunicação, para avançar na sua participação sociopolítica e comunitária, desenvolvendo outras ações que sejam importantes para a comunidade.

Nesse contexto, o PSA busca promover a formação de novas lideranças para lutarem por melhores condições de vida e pela proteção da Amazônia. Além disso, busca fortalecer a identidade cultural do ribeirinho, a valorização e o reconhecimento do comunitário como segmento estratégico para a região,

articulando políticas para que as pessoas sejam protagonistas do próprio desenvolvimento local.

Vale lembrar Peruzzo (2007) quando diz que

Para haver desenvolvimento, é necessário que haja alteração do capital humano e do capital social. [...] Combater a pobreza e a exclusão social não é transformar pessoas e comunidades em beneficiárias passivas e permanentes de programas assistenciais, mas significa, isto sim, fortalecer as capacidades de pessoas e comunidades de satisfazer necessidades, resolver problemas e melhorar sua qualidade de vida. (PERUZZO, 2007, p. 47-48).

Acreditando que a comunicação comunitária é fundamental numa região, praticamente isolada, e com muitas ameaças ao meio ambiente e aos meios de vida tradicional, não seria equivocado afirmar que a apropriação dos meios de comunicação propícia ao local reduziria o isolamento geopolítico das comunidades, facilitando o acesso a informação e a comunicação com outros lugares.

Além disso, facilitaria o acesso às informações externas e aos conhecimentos úteis aos ribeirinhos, promovendo dessa maneira a qualidade de vida e o exercício da cidadania, direito de todo ser humano.

Nesse contexto, analisaremos o processo comunicacional estabelecido entre a RMCP e a comunidade de Surucacá, ambas localizadas no Oeste do estado do Pará.

Comunidades ribeirinhas e o acesso à comunicação

Muito se fala da Amazônia e de seus recursos naturais, mas pouco se propaga que essa é uma região habitada, em sua maioria, por caboclos - descendentes do índio e do colonizador - organizados em comunidades rurais, nominadas de comunidades ribeirinhas, que também podem ser classificadas como tradicionais (NASCIMENTO, 1996).

Seus moradores possuem um modo de vida específico, fundamentado no trabalho da própria população com utilização de técnicas baseadas na disponibilidade dos recursos naturais existentes no local, adequando-se ao que a natureza tem a oferecer.

Por se tratar de regiões de difícil acesso, já que os rios são a única via de ingresso, muitas vezes essas comunidades são relegadas a uma situação de carência pela falta de políticas públicas, como, por exemplo, direito à educa-

ção, à saúde e aos meios de comunicação, privando-as dessa maneira os seus habitantes dos direitos de cidadãos. (MARSCHALL, 1967).

Sabendo-se que a comunicação ocupa um lugar cada vez mais estratégico na sociedade contemporânea, e que é por meio dela que o ser humano compartilha informações e conhecimentos, o questionamento que se faz é como se dá o processo de comunicação em lugares muitas vezes isolados como é o caso das comunidades ribeirinhas? Pensando em ecossistemas comunicacionais, entendemos que “num ecossistema, nenhum ser é excluído da rede. Todas as espécies, até mesmo as menores dentre as bactérias, contribuem para a sustentabilidade do todo” (CAPRA, 2002).

Logo, pensar a comunicação na Amazônia leva à utilização de tecnologias da comunicação que diminuam as barreiras naturais, e contribuam para a compreensão das diferenças culturais e do meio ambiente, pois homem e natureza são elementos constitutivos da vida do Norte. Para entender essa relação, primeiro, faz-se necessário apresentar a comunidade em estudo.

Suruacá está situada na área de abrangência da Reserva Extrativista Tapajós Arapiuns, vinculada ao Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio) e o único meio de transporte para chegar é o barco, levando-se 4 horas de distância do município de Santarém.

A Resex foi criada em 6 de novembro de 1998 (IBAMA, 2006) e, segundo Djalma Lima, agente comunitário de saúde da comunidade, a permanência da população no local foi uma conquista da comunidade, pois eles participaram intensamente do processo de negociação para manterem seu território. Santos (1999) aponta que um dos caminhos para mostrar a territorialidade de seus locais está exatamente na luta e na participação das pessoas.

Quando os primeiros moradores chegaram a Suruacá, em 1890, ainda havia índios que, logo após, deslocaram-se para outras áreas. Desde os primeiros anos a maioria das pessoas trabalhava na cultura da mandioca, o que acontece até hoje, a partir da qual se cultivava a torrefação da farinha amarela. Além da mandioca, produzia-se borracha em grande quantidade no período áureo da exploração.

Atualmente vivem nela 120 famílias, com uma população aproximada de 500 pessoas. Ao mesmo tempo em que apresenta características semelhantes a outras comunidades, Suruacá possui particularidades que dão forma a sua identidade, constituída pela sua cultura, crenças e mitos.

Os moradores mais antigos procuram envolver os jovens nas atividades comunitárias mostrando dessa forma o espírito comunitário, que é repassado, assim como as crenças e as tradições, de geração para geração. De acordo com Tönnies (1973) essas são características básicas para definir uma comunidade.

As mulheres participam ativamente da gestão da comunidade, exercendo cargos de lideranças como a vice-presidência da Associação Comunitária, a Coordenação do Conselho Escolar e a Coordenação da Rádio Comunitária Japiim.

A presença feminina também pode ser encontrada no trabalho de plantio da mandioca, na confecção de artesanatos (apesar do trabalho ter sido suspenso no momento), na organização de eventos da igreja, na participação dos campeonatos de futebol e vôlei. A comunidade possui dois clubes de futebol: Santos Futebol clube e o Norte Brasil.

Os homens da comunidade trabalham basicamente no plantio e na colheita da mandioca, além de serem os responsáveis por fazerem as compras para a casa e a venda da farinha na cidade de Santarém, sendo essa a principal renda da comunidade. Eles também participam de campeonatos de futebol, esporte preferido do ribeirinho.

A sobrevivência da comunidade baseia-se no extrativismo, ou seja, na pesca e na roça. O peixe, assim como a farinha, é o principal alimento na mesa do ribeirinho.

O rio, além de ser considerado outra fonte de lazer do ribeirinho, é a estrada que faz a conexão sua com outras localidades, por meio de barcos, é também a entrada e saída de conhecimento, informação e conhecimento.

É aqui que entramos no ambiente comunicacional da comunidade ribeirinha. Logo, é essencial entender a relação do ribeirinho com a natureza, pois essa é uma característica marcante e fundamental para compreender o processo de comunicação.

O cotidiano do ribeirinho está ligado intrinsecamente à natureza, uma vez que o seu trabalho está associado basicamente à pesca e a agricultura. E mesmo nas comunidades que produzem artesanato, a matéria-prima dos produtos são retirados da natureza, por exemplo, a palha, a semente e a madeira.

Para o ribeirinho há uma divisão bem nítida entre dois espaços sociais que dividem a sua vida: o mundo da casa e o mundo do rio. Tudo acontece nesses dois espaços.

O rio regula a vida do ribeirinho, pois é dele que vem uma grande parcela da fonte de sobrevivência. Ele utiliza a pesca para a subsistência e, às vezes, para comércio, principalmente, no período da seca, já que durante a cheia os cardumes se escondem em igapós, dificultando a pesca.

O rio é o meio natural de conexão entre as comunidades e delas com a cidade. Walmir Barbosa (1980) descreve os rios como “as estradas líquidas da Amazônia”. Além dessa conexão, os transportes fluviais fazem a circulação do homem e de sua economia, criam os fatos sociais e as interações sociais (ARAÚJO, 2003).

Como o rio é a única forma de ingresso à comunidade de Suruacá, o processo de comunicação durante muito tempo foi precário, tendo as embarcações como único veículo. Os barcos não transportavam apenas produtos, mas, pessoas de uma comunidade para outra, e, desta forma, contribuía para promover a comunicação, que era realizada oralmente ou por meio de cartas entregues aos guardiões de notícias e informações, os barqueiros.

Essa situação ainda se apresenta em algumas comunidades ribeirinhas. Entretanto, em Suruacá mudou, em 2003, quando foi criado o Telecentro de Comunicação, implantado pela ONG Saúde e Alegria, visando fomentar um ambiente comunicacional adequado a sua realidade.

Foi a própria comunidade que se mobilizou para a criação do Telecentro, construindo, em sistema de mutirão, um prédio de dois andares. Uma das dificuldades foi proporcionar energia local, pois somente o sistema de energia solar, com capacidade para mil watts, custou a quantia de cinquenta mil reais. Um sistema para gerar energia para toda a comunidade custaria duzentos mil reais.

O Telecentro é composto por jovens repórteres que são formados durante oficinas de educomunicação promovidas pela Rede Macoronga de Comunicação Popular da ONG Saúde e Alegria. Os repórteres dispõem de equipamentos de comunicação permitindo, dessa maneira, desenvolver canais de comunicação dentro da comunidade a fim de estabelecer comunicação dentro e fora do local.

Os veículos de comunicação disponíveis no Telecentro são o rádio, o jornal, produção de vídeos e a internet, onde foi criado o blog da comunidade. Todo material é definido e produzido pelos repórteres comunitários em parceria com a comunidade.

Suruacá possui também telefonia móvel, implantada pelas empresas Ericson e Vivo, com o objetivo de ampliar a comunicação na comunidade. Isso demonstra o desenvolvimento de infraestrutura e tecnologia pela qual a comunidade vem passando.

Os comunitários utilizam o Telecentro para se comunicar, aprender, pesquisar trabalhos de sala de aula e também manterem contato com pessoas por meio das redes sociais. Além disso, é usado para exposições de trabalhos artísticos, atividades educativas e eventos culturais como, por exemplo, apresentação de peças teatrais.

Durante a pesquisa de campo realizada no mês de setembro de 2012 na comunidade foi verificado, por meio da observação participante e conversas informais, que o rádio é considerado um dos veículos mais importantes para o ribeirinho por ter uma programação diária abrangendo assuntos consi-

derados importantes para a comunidade.

Durante a coleta de dados, além da observação participante e conversas informais, foi aplicado um questionário contendo 23 questões abertas e fechadas. A pesquisa foi realizada em 60 casas, das 120 existentes, abrangendo 93 pessoas (a partir de 14 anos).

Foi constatado que a Rádio Japiim (rádio poste) produz matérias ao vivo ou pré-gravadas, mantendo uma programação conforme a identidade de Suruacá, sempre com o objetivo de apresentar temas relacionados ao interesse da comunidade.

As matérias produzidas em Suruacá também são enviadas a Central, sob a responsabilidade da RMCP, que as organiza e envia semanalmente à Rádio Rural de Santarém, difundindo campanhas educativas e as produções comunitárias.

Quando questionados sobre a contribuição da rádio comunitária para o desenvolvimento da comunidade, a saúde apareceu como o assunto mais abordado na programação, com 26,8%, seguido por “promover uma comunicação mais ágil”, com 17,2% e “comunicados de eventos/reuniões”, com 14,1%.

Podemos perceber que a equipe da rádio costuma participar ativamente das ações da comunidade, principalmente, divulgando as festividades e reuniões. Durante os eventos da comunidade os repórteres transmitem do local as notícias, entrevistando pessoas e informando os acontecimentos.

Outros elementos que apareceram nas respostas dos ribeirinhos durante a aplicação do questionário sobre a importância da rádio comunitária para o desenvolvimento da comunidade foi: educação (13,4%), esporte (10%), trabalho (7,8%), política (5,2%), meio ambiente (3,3%) e cultura (2,2%).

Durante uma conversa informal, na sua própria casa, a coordenadora da rádio Japiim, Carla Maiara Vasconcelos, relatou que os locutores se preocupam em retratar o cotidiano do ribeirinho nos programas, além de dar autonomia para a própria população intervir na produção da informação. Foi enfatizado que os ouvintes exercem notável influência na construção da programação, o que implica a ausência de qualquer autoritarismo por parte dos seus dirigentes, pois conforme relato da coordenadora, a sobrevivência do veículo depende da população.

Uma situação que demonstra a importância e o alcance das informações repassadas pelo veículo foi a nossa chegada à comunidade. No mesmo dia que chegamos a Suruacá, fomos convidadas a participar de uma entrevista para relatar o motivo da nossa presença na comunidade. No dia seguinte quando iniciamos as visitas para coleta de dados as casas da comunidade as pesso-

as já sabiam quem éramos e o motivo que nos levou a Suruacá, pois tinham escutado a entrevista pelo rádio.

É possível afirmar que o interesse em divulgar fatos da localidade e a linguagem acessível para a população sejam um dos principais elementos da garantia de audiência dos programas da rádio comunitária.

O jornal comunitário Japiim, que passa por uma reestruturação na equipe de trabalho, teve suas atividades suspensas no momento. Ele produzia mensalmente matérias relacionadas ao interesse e à necessidade da comunidade.

Apesar de não estar mais em circulação, o jornal foi identificado pelos ribeirinhos como importante veículo para o desenvolvimento da comunidade por também abordar a saúde como principal assunto apresentado nas matérias jornalísticas, com 24,2%, seguido de Educação, com 20,1%.

Suruacá não possui TV comunitária, entretanto cria matérias por meio de vídeos roteirizados e gravados pela própria comunidade, sempre com temas relevantes para a população. O material produzido é enviado a RMCP que apresenta no programa Mexe com Tudo da TV Mocorongo. Os vídeos documentários e educativos são exibidos na comunidade por meio de telões instalados na rua.

Quando questionados sobre a importância do vídeo para a comunidade, os entrevistados não hesitaram em responder com 52,5% que o documentário contribui para a promoção da cultura local, seguido pela educação ambiental, com 28,8%.

O Telecentro possui acesso à internet, via satélite. A comunidade criou o blog da comunidade que pode ser acessado pelo endereço www.suruaca.redemocoronga.org.br, no qual matérias sobre a comunidade são apresentadas por meio de textos produzidos pelos repórteres comunitários.

De acordo com Gomes (2002) e Kucinski (2005), a democratização da internet não deve privilegiar apenas a forma física, mas também o conteúdo, permitindo a participação ativa das pessoas na produção da informação. Essa participação viabiliza a prática da cidadania digital pela qual o cidadão cumpre suas obrigações e exerce seus direitos.

A internet como veículo que contribui com a promoção da educação apareceu em primeiro lugar na resposta dos entrevistados com 47,8%. É importante ressaltar que ela é uma ferramenta muito utilizada para pesquisas e para troca de informações e comunicação, tanto no Telecentro, que possui 8 computadores, como na escola que recebeu há poucos meses 8 computadores para pesquisas de trabalhos escolares.

Com 42,8%, a internet aparece como veículo facilitador da comuni-

cação e da informação. Sabe-se que devido a distância e dificuldade de acesso gerada pelos rios, a internet introduz o local para o global, e vice-versa, pois facilita a comunicação com outras localidades, além de promover informações e conhecimento que seria quase impossível chegar ao alcance dos ribeirinhos.

Para Silveira (2003, p. 30) “[...] a liberdade de expressão e o direito de se comunicar seriam uma falácia se fossem destinados apenas à minoria que tem acesso à comunicação em rede. Hoje, o direito à comunicação é sinônimo de direito à comunicação mediada por computador”. Portanto, trata-se de uma questão de cidadania.

Para Delgadillo et al (2002, p.8) os telecentros comunitários são iniciativas que utilizam as tecnologias digitais como instrumentos para o desenvolvimento humano em uma comunidade.

Sua ênfase é o uso social e a apropriação das ferramentas tecnológicas em função de um projeto de transformação social para melhorar as condições de vida das pessoas. [...] Nos telecentros comunitários formam-se facilitadores/as e promotores/as comunitários/as não só em aspectos técnicos de informação e comunicação como também em usos estratégicos das tecnologias digitais para a mudança social. Os telecentros comunitários são locais de encontros e intercâmbio, espaços de aprendizagem, crescimento pessoal e mobilização para resolver problemas e necessidades da comunidade (DELGADILLO et al, 2002, p.8)

Suruacá possui ainda telefonia móvel, implantada pelas empresas Vivo e Ericson, em parceria com a ONG Saúde e Alegria, que instalaram uma torre com o objetivo de ampliar a comunicação na comunidade. Inclusive, é quase impossível não notar a paixão do ribeirinho pelo telefone celular, pois os mesmos passam horas do dia utilizando o aparelho, seja para se comunicar com outras pessoas por meio de ligações ou mensagens de texto, seja para escutar músicas ou acessar a internet para utilizar as redes sociais.

Por meio da observação participante conseguimos identificar a forte influência que as redes sociais, principalmente, o Facebook, exercem sobre os jovens comunitários. Lembrando Recuero (2011) a comunicação digital ampliou a capacidade de conexão, permitindo que redes sociais fossem criadas e expressas nesses espaços.

Quando perguntamos de que forma o telefone contribui para o desenvolvimento da comunidade, 100% dos entrevistados responderam que o veículo promoveu e facilitou a comunicação entre os comunitários e dos mesmos com pessoas de outras localidades, demonstrando dessa forma a importância

do celular para a vida do ribeirinho.

Dona Martinha Bentes, lembra que antes da chegada do celular as pessoas se comunicavam mais por cartas enviadas por meio de barqueiros, as quais levavam dias para chegar ao destinatário e dias para o barqueiro voltar com a resposta “Agora é só colocar créditos e ligar para os parentes e amigos que moram longe de Suruacá. Ficou tudo mais fácil e rápido”.

Outro meio de comunicação lembrado por 6,2% dos entrevistados como forma de comunicar e promover a cultura local foi o Teatro. A comunidade possui um grupo de pessoas que por meio do lúdico promove peças teatrais, meio de abordar temas relacionados à cultura da comunidade, à educação ambiental e à saúde, difundindo assim assuntos importantes e promovendo a interação entre a comunidade.

Para finalizar a entrevista, foi perguntado aos comunitários o que mudou na comunidade com a chegada do Telecentro de Comunicação. A “comunicação mais eficaz” apareceu em primeiro lugar com 42,2%, seguido pela melhoria na saúde, com 22,6%, já que a mortalidade infantil foi erradicada após a chegada da ONG e das oficinas e campanhas de saúde realizadas pelos integrantes do Telecentro em parceria com a Rede Mocaronga de Comunicação Popular.

A educação com 22,1% aparece em terceiro lugar, pois o Telecentro promove campanhas nas escolas, promove oficinas para incentivar a leitura, o desenvolvimento das crianças e jovens da comunidade, diminuindo significativamente o índice de reprovação escolar.

Promoção da cultura local, mais informações sobre reuniões e eventos na comunidade, educação ambiental, esporte e política foram lembrados também como melhorias fomentadas pelo trabalho do Telecentro de Comunicação.

Considerações Finais

Os conteúdos identificados e, sucintamente, analisados indicam que a comunicação comunitária possibilita a atuação dos comunitários como agentes comunicativos e transformadores da sua realidade.

Tendo em vista a potencialidade da comunicação comunitária para a difusão de informações, conhecimento e comunicação, não seria errado afirmar que a mesma contribui significativamente para a promoção da cidadania, principalmente, de populações ribeirinhas que sofrem com a exclusão por falta de políticas públicas devido às barreiras geográficas e desinteresse do Estado.

Identificamos, por meio da observação participante, conversas infor-

mais e análise dos dados obtidos no formulário das entrevistas, que o ambiente comunicacional da comunidade de Suruacá foi modificado após a inserção do Telecentro de Comunicação e pelo trabalho realizado em parceria com a Rede Mocaronga de Comunicação.

Em razão de dificuldade de acesso à comunidade, por muito tempo o intercâmbio de informações com outras comunidades foi prejudicado. Gera-va transtorno no local, principalmente, quando o assunto era o contato com pessoas que habitavam as regiões mais distantes. Impedidos pelos obstáculos naturais e, principalmente, pela falta de uma política desenvolvimentista, muitas das vezes, levava dias para as mensagens enviadas chegarem a seus destinatários.

Além disso, a comunicação dentro da própria comunidade também era precária e lenta, pois era realizada, nos moldes da tradição oral, isto é, boca-a-boca, sendo necessário visitar a casa de todos os moradores para comunicar uma simples reunião na comunidade. Com a implantação do Telecentro de Comunicação o processo comunicacional sofre mudanças significativas, melhorando o fluxo das informações, da comunicação e do exercício da cidadania.

O Telecentro foi considerado pelos comunitários como um espaço para fomentar o conhecimento, a informação, a comunicação e a cultura, proporcionando o desenvolvimento e a promoção da cidadania na comunidade, o que confirma o que Schramm (1976, apud PERUZZO, 2007) diz sobre a importância dos meios de comunicação para a promoção do desenvolvimento, disseminando informações, proporcionando oportunidade de participação das pessoas e ensinando técnicas que resultam na transformação social.

Porém, fica o registro de que apesar de toda contribuição que o Telecentro de Comunicação trouxe à comunidade, os moradores reivindicam algumas melhorias nos equipamentos, mais colaboradores nas equipes de trabalho e a volta do jornal Japiim.

Se for correto afirmar que a capacidade de se comunicar é parte de nossa condição de ser humano, é preciso que esse direito seja devidamente exercido. Não existe saúde sem educação, política sem cultura, educação ambiental sem comunicação. São fatores inseparáveis e interdependentes.

Por isso, pensar a comunicação comunitária em lugares de difícil acesso é uma maneira de contribuir para a construção de um ambiente comunicacional onde os agentes são a própria comunidade. Onde a comunicação será criada e recriada conforme sua cultura, suas necessidades, contribuindo assim para novas formas do exercício da cidadania e da ampliação da comunicação, exigidas pelo mundo globalizado, onde o local e o global se entrecruzam a todo instante.

Referências

ARAÚJO, André V. **Introdução à Sociologia da Amazônia**. Manaus: Valer, 2003.

ARBEX JR, José. Uma outra comunicação é possível (e necessária). In: MORAES, Denis de (Org.). **Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

BARBOSA, Walmir de Albuquerque. **O regatão e suas relações de comunicação na Amazônia**. 1980. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) –Universidade de São Paulo, USP, São Paulo, 1980.

BARROSO, Mônica. **Projeto Saúde e Alegria: um ensaio crítico**. 2003.

Disponível em:

<<https://www.eaesf.fgvsp.br/subportais/ceapg/Acervo%2520Virtual/Cadernos/Cadernos/Cad24.pdf+&hl=pt>>. Acesso em: 20. jun. 2012.

BATISTA, Djalma. **O Complexo da Amazônia: análise do processo de desenvolvimento**. 2.ed. Manaus: Editora Valer, Edua e Inpa, 2007.

BOTÃO, Paulo Roberto. **Comunicação Comunitária e Internet**. Trabalho apresentado no Núcleo de Pesquisa comunicação para a cidadania, XXV Congresso Anual em Ciências da Comunicação, Salvador. 04 setembro 2002.

CAPRA, Fritjof. **As conexões ocultas: ciência para uma vida sustentável**. São Paulo: Cultrix, 2002.

CASTELLS, Manuel A. **A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CESAR, Regina E. Movimentos sociais, comunidade e cidadania. In: KUNSCH, Margarida M.K.; KUNSCH, Waldemar Luiz. (Orgs). **Relações Públicas Comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora**. São Paulo: Summus, 2007.

DELGADILLO, Karin e outros (2002). **Telecentros comunitários para o desenvolvimento humano: lições sobre telecentros comunitários na América Latina e Caribe**. Quito, Fundação Chasquinet, nov. 2002. Traduzido do

original em espanhol: Telecentros... *¿Para qué?*– Lecciones sobre Telecentros Comunitarios en América Latina y el Caribe. Tradução: Joyce Hurtado. Disponível em: <<http://www.infoinclusao.org.br>>. Acesso em 14. out. 2012.

DELIBERADOR, Luzia M.Y.; VIEIRA, Ana C.R. Comunicação e educação para a cidadania em uma cooperativa de Assentamento do MST. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO- INTERCOM, 28., 2005, Rio de Janeiro. **Anais...**, Rio de Janeiro, 2005.

DUDUS, Gerson. **Anúnciação**: o tempo dos novos anjos. Faculdade de filosofia de Campos. 2004. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/79042719/Dudus-Gerson-Anunciacao-Tempo-Novos-Anjos>. Acesso em: 10 jun. 2012

FERNANDES, R.C. **Privado, porém público**: o terceiro setor na América Latina. Rio de Janeiro: CIVICUS, 1995.

FESTA, Regina. Movimentos sociais: comunicação popular e alternativa. In: FESTA, Regina; LINS, Carlos Eduardo. (Orgs). **Comunicação popular e alternativa no Brasil**. São Paulo: Editora Paulinas, 1986.

FIGUEIREDO, Thiago Antônio. Rede Ribeirinha de Comunicação: estratégia de gestão participativa em Unidades de Conservação de Uso Sustentável. **Inovcom – Revista Brasileira de Inovação Científica em Comunicação**, v. 2, n. 2, 2007.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou Comunicação?** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.

_____. **Educação e Mudança**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

INSTITUTO BRASILEIRO DO MEIO AMBIENTE E DOS RECURSOS RENOVÁVEIS. 2006. Disponível em: <http://gvpesquisa.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/saude_e_alegria.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2012.

JUNQUEIRA, L.P. Trabalho voluntário e gestão de políticas públicas. In: PEREZ, C.; _____. (Orgs). **Voluntariado e a gestão de políticas públicas sociais**. São Paulo: Futura, 2002.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo na era virtual: ensaios sobre o colapso da razão ética**. <[HTTPS://www.intercom.org.br/nacionais/2007/resumos/R0839-1.pdf+&hl=pt-B](https://www.intercom.org.br/nacionais/2007/resumos/R0839-1.pdf+&hl=pt-B)>.

Acesso em: 23 jun. 2012.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summues, 2003.

_____. Sociedade civil, multidadania e comunicação social. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz. (Orgs.). **Relações Públicas Comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora**. São Paulo: Summus, 2007.

MARSCHALL, Thomas H. **Cidadania, classe social e status**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

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

NASCIMENTO, M.G.S. **Espaço Ribeirinho: migração noderdestina para os seringueiros da Amazônia**. 1996. Dissertação (Mestrado em Filosofia) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, USP, São Paulo, 1996.

PAIVA, Raquel. **O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo**. Petrópolis: Vozes, 1998.

_____. **O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

PERUZZO, Círcia M.K. Mídia comunitária: comunicação e sociedade. **Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social**, São Bernardo do Campo: São Paulo, n. 30, p. 141-165, 1998.

_____. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. 3. ed. São Paulo: Vozes, 2004.

_____. Cidadania, comunicação e desenvolvimento social. In: KUNSCH,

Margarida M.K.; KUNSCH, Waldemar Luiz. (Orgs). **Relações públicas comunitárias**: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora. São Paulo: Summus, 2007.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2011

SACHS, I. **Estratégias de transição para o século XXI**: desenvolvimento e meio ambiente. São Paulo: Studio Nobel: Fundação do Desenvolvimento Administrativo, 1993.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**: técnicas e tempo, razão e emoção. 4. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1999.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. (2003). Inclusão digital, software livre e globalização contra-hegemônica. In: SILVEIRA, Sérgio Amadeu da e CAS-SINO, João (Orgs.) **Software livre e inclusão digital**. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2003.

TÖNNIES, Ferdinand. Comunidade e Sociedade como entidades típico-ideais. In: FERNANDES, Florestan. (Org.). **Comunidade e sociedade**. São Paulo: Nacional, 1973.

