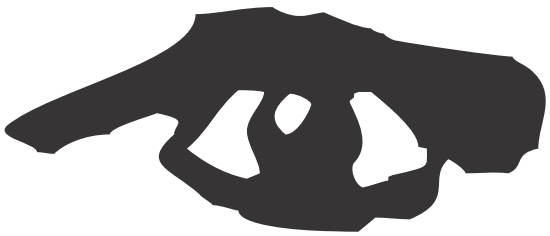
NOVOS OLHARES

REVISTA DE ESTUDOS SOBRE PRÁTICAS DE RECEPÇÃO A PRODUTOS MIDIÁTICOS



Volume 6 N. 1

Novos Olhares - ISSN 2238-7714
Revista de Estudos Sobre Práticas de Recepção a Produtos Midiáticos
Publicação semestral on-line do Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais (PPGMPA) da ECA/USP

Vol. 6, n. 1 (1º semestre de 2017)

Revista surgida em 1997 como publicação impressa com o ISSN 1516-5981. O formato eletrônico e a edição em volume anual com dois números foram adotados em 2012, ano em que a numeração da revista foi reiniciada.

Expediente

Revista de Estudos sobre Práticas de Recepção a Produtos Midiáticos: publicação semestral do Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais e do Departamento de Cinema, Rádio e Televisão da ECA-USP.

ISSN 2238-7714

Volume 6 – número 1 – 1° semestre de 2017

Editor
Eduardo Vicente – Universidade de São Paulo

Conselho Científico
Salwa Castelo-Branco – Universidade Nova de Lisboa
Elizabeth Saad – Universidade de São Paulo
Leonardo De Marchi – Universidade Federal do Rio de Janeiro
Marilia Franco – Universidade de São Paulo
Mayra Gomes – Universidade de São Paulo
Regina Gomes – Universidade Federal da Bahia
Irineu Guerrini Jr. – Faculdade Cásper Líbero
Claudia Lago – Universidade Anhembi Morumbi
Eduardo Morettin – Universidade de São Paulo
Gilberto Prado – Universidade de São Paulo
Fernando Resende – Universidade Federal Fluminense
Luiz Signates – Universidade Federal de Goiás
Rosana Soares – Universidade de São Paulo
Rafael Venancio – Universidade Federal de Uberlândia
Mauro Wilton de Sousa – Universidade de São Paulo

Comissão Editorial
Daniel Gambaro
Evaldo Piccini
Nivaldo Ferraz

Projeto Gráfico
Revista Novos Olhares

Produção Editorial: Tikinet
Revisão: Gabriel Sousa, Hamilton Fernandes, Leticia Lemes Nobre, Luan Maitan, Mariana Canina, Nicolas Leonezi, Tatiana Custódio
Diagramação: Patricia Okamoto

Normas para publicação e condições para o envio de colaborações poderão ser encontradas no site da revista (www.eca.usp.br/novosolhares), que se reserva o direito de aceitar ou não as colaborações enviadas. As opiniões emitidas nessa publicação não expressam necessariamente a posição da revista.

Revista Novos Olhares
Departamento de Cinema, Rádio e TV - ECA
Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443, prédio 4
Cidade Universitária, São Paulo-SP
CEP: 05508-900
e-mail: novosolhares@usp.br

Sumário

Apresentação
5

ENTREVISTA

Entrevista com David King Dunaway: o documentário radiofônico
Daniel Gambaro
Eduardo Vicente
7

ARTIGOS

Diante das primeiras experiências de crianças negras brasileiras com o racismo: práticas parentais e narrativas midiáticas contraintuitivas
Leandro Leonardo Batista
Francisco Leite
20

Jornalismo e subjetividade: a poética da grande reportagem
Renato Essenfelder
37

Smartphones e usos de gênero: uma etnografia sobre mulheres conectadas
Camila Rodrigues Pereira
Sandra Rubia da Silva
49

Nem hardware, nem software: o olhar voltado para o *peopleware* segundo o pensamento sistêmico e a comunicação organizacional
Odila de Fátima Passos Barboza
Robson Dias
Victor Márcio Laus Reis Gomes
Maria Cecília Alves Martinez
João José Azevedo Curvello
60

Análise do uso dos comentários dos leitores de jornais por parte da imprensa – uma categorização
Lucas Reino
Thaísa Bueno
75

Condição de moradia: sensibilidades de fronteira numa ocupação em São Paulo
Frederico Jorge Tavares de Oliveira
90

O envelhecimento na tela: o discurso da velhice ativa em programas de TV e documentários
Sílvia Góis Dantas
101

Relações de gênero nos estudos de recepção e consumo midiático: perspectivas de teses e dissertações em comunicação entre 2010 e 2015
Tainan Pauli Tomazetti
Paula Coruja
115

A altura das falas na "realidade" e na ficção audiovisual: reflexões sobre representação e representatividade
Mariana Queen Nwabasili
129

 DOI: 10.11606/issn.2238-7714.no.2017.135040

Apresentação

Esta edição da Novos Olhares retoma uma importante tradição da publicação que é a de levar a seus leitores entrevistas com pesquisadores de destaque. Nosso primeiro convidado é o professor **David King Dunaway**, da Universidade do Novo México. Entrevistado por **Daniel Gambaro** e **Eduardo Vicente** no período em que ministrou um curso na ECA/USP, o professor Dunaway discorre sobre a importância do documentário radiofônico na tradição norte-americana e sobre alguns dos trabalhos que realizou nessa área. A revista conta, ainda, com nove artigos em que reflexões sobre questões étnicas, etárias, socioeconômicas e de gênero alcançam grande relevância, emprestando vozes e rostos e diferentes atores e dramas sociais.

Leandro Leonardo Batista e **Francisco Leite** apresentam um recorte dos resultados de sua pesquisa sobre as expressões da midiatização nas práticas parentais diante das primeiras experiências de crianças negras brasileiras com o racismo. Já **Mariana Queen Nwabasili** analisa as associações entre representação e representatividade a partir de reflexões sobre as falas e silêncios das personagens protagonistas do vídeo *Angry Black Woman* (Porsha O, 2014) e do filme *Vênus Negra* (Abdellatif Kechiche, 2010).

Tainan Pauli Tomazetti e **Paula Coruja** traçam um panorama das pesquisas de recepção e consumo midiático a partir do recorte das relações de gênero, tendo como materiais de análise as teses e dissertações desenvolvidas em Programas de Pós-Graduação em Comunicação do país no período entre 2010 e 2015. Enquanto isso, **Sandra Rubia da Silva** e **Camila Rodrigues Pereira** abordam a relação entre mulheres de camadas populares e o consumo de smartphones a partir de um estudo etnográfico realizado na cidade de Santa Maria (RS).

Frederico Jorge Tavares de Oliveira analisa o contexto de uma ocupação, na zona sul de São Paulo, a partir dos discursos de diferentes atores envolvidos nesse processo e sob forte inspiração dos estudos de comunicação e consumo. Já **Sílvia Góis Dantas** busca analisar o discurso sobre a velhice em diferentes produções audiovisuais, com base nos estudos sobre envelhecimento da população e transição demográfica no Brasil e partindo da premissa de que a velhice é uma construção social (Debert, 2006).

Também sensível a questões atuais (no caso, ambientais e políticas), **Renato Essenfelder** aplica o método da Análise Pragmática da Narrativa Jornalística para discutir as estratégias de subjetivação em uso em uma grande reportagem do site Brio, que aborda a tragédia ambiental ocorrida em Mariana (MG), no final de 2015.

Os processos comunicacionais e a dimensão humana em uma equipe de Tecnologia da Informação são o tema central do texto de **Robson Dias**, **Odila de Fátima Passos Barboza**, **Victor Márcio Laus Reis Gomes**, **Maria Cecília Alves**

Martinez e **João José de Azevedo Curvello**, em que o pensamento sistêmico (Luhmann, 2011) e a noção de *Peopleware* assumem papel central.

Finalmente, **Lucas Reino** e **Thaísa Bueno** apresentam uma catalogação de alguns modelos de uso de comentários de leitores, buscando entender como e por qual razão as postagens são, em alguns casos, utilizadas pela imprensa.

Agradecemos aos autores e a todos os envolvidos na avaliação, revisão e edição dos textos por seu trabalho, confiança, carinho e generosidade. Sem a parceria dos profissionais da Tikinet e o trabalho colaborativo de tantos colegas, alunos e ex-alunos, não seria possível manter esse espaço para a reflexão crítica, o debate e a difusão das ideias e descobertas de pesquisadores novos ou já estabelecidos. Tarefa essencial nesse tempo de “pós-verdades” e silenciamentos.

Boa leitura e tempos melhores a todos!

Equipe editorial da Novos Olhares

 DOI: 10.11606/issn.2238-7714.no.2017.131683

Entrevista com David King Dunaway: o documentário radiofônico

Daniel Gambaro[1]

Graduado em Rádio e Televisão pela Universidade Anhembi Morumbi (2005), Mestre em Meios e Processos Audiovisuais pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (2011), e doutorando pelo mesmo programa. E-mail: dgambaro@usp.br

Eduardo Vicente

Professor Associado do Departamento de Cinema Rádio e TV (CTR) e docente do Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais (PPGMPA) da ECA/USP, com doutorado em Comunicação pela mesma instituição. Coordenador do *MidiaSon: Grupo de Estudos e Produção em Mídia Sonora* e editor da revista *Novos Olhares.* E-mail: eduvicente@usp.br

Introdução

Em maio de 2016, o MidiaSon (Grupo de Estudos e Produção em Mídia Sonora) e a Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) receberam David King Dunaway, documentarista, historiador, biógrafo e professor de inglês e literatura na Universidade do Novo México, para um curso de curta duração sobre produção de documentário radiofônico. Na ocasião, convidamos o professor para uma conversa sobre seu trabalho como investigador de história oral e, principalmente, a importância do documentário radiofônico.

Em entrevista com mais de uma hora de duração, Dunaway nos contou como o rádio sempre esteve presente em sua vida e o acompanhou no começo de sua carreira acadêmica. A união desses campos, portanto, significou para ele o grande foco de trabalho: apresentar estudos acadêmicos traduzidos em uma linguagem que possa atingir milhares de pessoas, já que, como afirma Dunaway, o rádio é "projetado para estimular a emoção e o pensamento".

Nessa perspectiva, Dunaway produziu documentários como *Pete Seeger: how can i keep from singing*? (2008), biografia sobre a obra de Pete Seeger, músico de esquerda dos Estados Unidos, ao mesmo tempo que retrata a importância das relações entre música e política. Transformado em livro e redistribuído no rádio em diferentes oportunidades, esse documentário teve audiência estimada pelo professor de mais de cinco milhões de pessoas. Outro documentário singular em sua carreira, *Across the tracks*: *a Route 66 story* (2001) sobre a famosa rodovia estadunidense, alia o conhecimento do professor em história oral e em produção radiofônica para traçar um retrato sobre a diversidade dos Estados Unidos em seus aspectos positivos e negativos.

Ambos os trabalhos contaram com o apoio do sistema de rádio público, ao que o professor ressalta a relevância. Em suas próprias palavras, "o rádio comercial abandonou o documentário radiofônico", formato importante para a disseminação de conhecimento tal qual imaginado por Dunaway. Sobre esse assunto, perguntamos ao professor sobre a história da Pacifica Network e o modo como a rede pública de rádio nos Estados Unidos foi influenciada por essa rede. Dunaway afirma ser importante conhecer a tradição da Pacifica por se tratar de "um movimento político radiofônico de algum impacto". É dessa tradição que emergem os *radioativistas*, pessoas que produzem programas de rádio para ativar uma comunidade. A Pacifica Radio também é tema de artigo do Prof. Dunaway que será publicado no próximo número da *Novos Olhares.*

Dunaway também comentou sobre a natureza do documentário radiofônico, que para ele representa essencialmente uma investigação sobre a realidade.

[1] Transcrição, tradução e edição da entrevista.

A linguagem empregada tem dupla significação: como discurso ou significados relacionados com determinada comunidade; e como expressão, os modos como a língua é empregada por certo grupo. Ou seja: o documentarista precisa escolher entre o ver "de fora" ou o "de dentro". Dunaway define, então, quatro elementos do documentário radiofônico: a "realidade", ou o "fatual", a "continuidade", o "som" e a "música".

Ao observar a história e o momento atual do formado "documentário radiofônico", Dunaway afirma que "o contexto vai sempre determinar qual o tipo de rádio necessário e qual função terá para as pessoas". Assim, se historicamente houve um momento de surgimento, consolidação e expansão do formato em praticamente todas as redes de rádio, hoje o meio perdeu em diversidade tanto de programação como de vozes. O formato permanece importante, entretanto, dentro de segmentos e com funções específicas, muitas vezes ligadas às comunidades que o produzem, e pode receber novo impulso com a correta utilização de ferramentas como o podcast.

A carreira acadêmica e o encontro com o rádio

Novos Olhares: Obrigado por conceder esta entrevista.

David K. Dunaway: É um prazer.

NO: Como e quando começou sua relação com o rádio?

DKD: Eu sou um ouvinte de rádio há muito tempo, e tive sorte de crescer em Manhattan, no centro de Nova York, que é o principal mercado radiofônico dos Estados Unidos. Dessa forma, pude ouvir muito "rádio criativo", especialmente o apresentado pela Pacifica Foundation, dona da emissora WBAI na cidade de Nova York. Essa emissora não tinha *playlists* musicais, era o que se chamava de rádio com "liberdade de expressão". Eles difundiam o controverso, o impopular, o insuportável e o inovador, e produziam um monte de documentários, é claro. Ao crescer ouvindo essa emissora, desenvolvi um ouvido para o rádio.
Enfim, foi a partir das cinco emissoras que compunham a rede da Pacifica Network, com uma orientação política de esquerda, que eu comecei no rádio. Basicamente eu estava cursando graduação em Literatura Comparativa em Berkeley (Universidade da Califórnia), e as pressões do engajamento intelectual estavam me desgastando. Aquilo era muito "exotérico" para mim. Então, apesar de eu ter continuado o curso, eu acabei descendo a colina da universidade até a estação KPFA FM, a primeira das estações da Pacifica. Iniciei como voluntário em 1971.
Como voluntário do departamento musical, eu trabalhava como assistente em um programa sobre música *folk*, assunto que conhecia um pouco. Em seguida, produzi duas séries para a emissora: *Pie in the sky*, sobre política e música – o mesmo assunto da minha dissertação, que eu preparava a 400 metros dali, na universidade –, e *Sing out*, que continua no ar mesmo depois de quarenta anos, mas não vivo mais em Berkeley e nem sou eu quem a produz hoje.

NO: E como sua carreira acadêmica está relacionada ao rádio?

DKD: No começo, eu era como um daqueles personagens espiões da Guerra Fria – eu vivia três vidas. Eu era um garoto parte comunista, parte cidadão comum. Tinha minha vida acadêmica, eu era um estudante de graduação jovem e sério. Entretanto, ninguém no campus, que eu me lembre, chegou a comentar que eu estava no rádio todas as semanas, a apenas algumas centenas de metros de distância da universidade. Meus professores e colegas não a ouviam, era como uma identidade secreta que eu sorrateiramente tinha. E, de certa forma, realmente era, porque Berkeley é o clássico paraíso acadêmico desinteressado, e a ideia de algo prático ou que não fosse estritamente "europeu" naqueles dias não era bem-vista. Ainda assim, esse foi o modelo dos meus primeiros quinze

anos de carreira acadêmica. No meu primeiro emprego na Universidade do Novo México, paralelamente eu produzia rádio nas manhãs de sábado e era um acadêmico, escrevia artigos escolares e livros populares. O rádio, entretanto, não foi mencionado durante a minha avaliação trimestral. Não havia por quê.
Com o tempo, entretanto, eu pude unir as duas carreiras, em parte porque as pessoas me pediam para escrever artigos sobre rádio, e eu, por fim, comecei a fazê-los, aceitei o fato de que poderia ser uma forma legítima para apresentar estudos, especialmente estudos na área das humanidades. Principalmente, literatura histórica e tradição cultural baseadas na oralidade. Daí surgiu o foco do meu trabalho: apresentar estudos acadêmicos que potencialmente pudessem ser traduzidos a milhares de pessoas.

NO: Você também produziu alguns documentários a partir de livros.

DKD: Meu trabalho é baseado em fontes orais. Eu trabalho com cultura tradicional, história oral, e naturalmente poderia apresentar o material coletado em um formato oral. Eu desconhecia algo como história oral até entrar em uma sala de aula em Berkeley e começar a estudá-la, para subsequentemente iniciar os trabalhos da primeira antologia de história oral, *Oral history, an interdisciplinary anthology*. Eu me sentia como aquele personagem da peça de Molière, *O burguês fidalgo*, que entra no palco e anuncia ter descoberto que falara prosa a vida inteira. É assim que eu me sentia, porque rádio é, basicamente, o fatual, ou seja, as entrevistas e os sons que coletamos. E você pode usar esses sons de tantas maneiras diferentes… Primeiro, comecei a usá-los em livros porque eu era um escritor, e depois passei a utilizá-los no rádio, que parecia ser o meio natural para apresentar os sons que eu coletava. Não apenas as palavras, mas o ambiente sonoro.
Às vezes, eu escrevo um livro primeiro e depois se torna uma série radiofônica. A série mais longa que produzi, *Writing the Southwest* [1995], foi dividida em documentários de treze horas e meia pagos pelo *National Endowment for the Humanities* [Fundo Nacional para as Humanidades]. O que começou como uma série para o rádio, no meio do caminho percebi "bem, na verdade isso é um livro". Então, na nova edição do livro, incluí um CD com uma seleção de entrevistas, combinando os dois formatos em apenas um.[2]

[2] *Writing the Southwest* hoje é um e-book editado pela Endeavor Press, atualizado em 2017. (N. T.)

NO: Quais os motivos para produzir um documentário sobre a Rota 66?

DKD: Eu trabalhei na Rota 66 por vinte anos. Lá estavam os lugares onde eu comprava um disco, a academia ou um parque que nunca havia notado. A universidade onde trabalho, Universidade do Novo México, é a maior de toda a Rota 66. Ela atravessa um lado do campus, e nunca me ocorrera nada especial sobre isso.
Entretanto, no 75º aniversário da Rota 66, olhei para esse número como um produtor de rádio deveria olhar, e pensei "Hum, talvez haja algo que eu deva investigar". Liguei para a NPR [*National Public Radio*, rede de Rádio Pública Nacional] e, pelo telefone, me responderam "É claro, vamos fazer!", o que foi maravilhoso. Eles não pretendiam dar uma verba muito alta para fazer o documentário, era tão pouco dinheiro que eu tive que captar recursos em fundações e em agências governamentais, mas, tudo bem, foi o começo. Foi então que comecei a perceber que a Rota 66 é um desses ícones que, para usar uma palavra curiosa, é "inobjetável"[3]. Como "mãe" e "torta de maçã", todos nos Estados Unidos amam a Rota 66. Eu juntei meu interesse particular em multiculturalismo e história, e passei a ver que isso serviria como um caminho mais amplo para a história estadunidense – o que me permitiria levantar questões sobre o meio ambiente, injustiça social e preconceito racial, tudo a partir de um dos maiores ícones dos Estados Unidos.
Isso me inspirou a levantar verbas para passar anos produzindo, para viajar diversas vezes de uma ponta a outra da Rota 66, para realizar centenas de

[3] O professor usou, na verdade, o termo *unexceptionable*, que tem diferentes conotações além da utilizada na tradução, como "irrepreensível", "impecável" e "incriticável". (N. T.)

entrevistas, e finalmente criar algo que, para mim, representa um importante "novo olhar" sobre algumas das coisas que fazem dos Estados Unidos um grande país e, ao mesmo tempo, um país ruim.

NO: Quanto tempo você levou para fazer esse documentário?

DKD: Bem, é difícil dizer. Quanto tempo você leva para escrever um livro? Você conta o tempo pensando sobre ele e repassando as palavras em sua cabeça? Ou apenas conta o tempo em que movimenta seus dedos? Nesse sentido, um produtor de rádio é como um compositor, nós temos que ouvir algo antes de conseguir produzir. De certo modo foi isso o que eu fiz. Eu sabia que estava fazendo um documentário, então queria conversar com os jovens e os velhos, com mulheres e homens, com negros, brancos, pardos, amarelos, vermelhos… todos os povos dos Estados Unidos que vivem na Rota 66, porque é um corte transversal imparcial. A Rota 66 atravessa 27 reservas indígenas, que podem ser consideradas nações separadas. A Rota 66 atravessa os assentamentos hispânicos provenientes do norte do México, que são até mesmo anteriores aos Estados Unidos. A Rota 66 segue a trilha dos caçadores de búfalos, das pradarias às planícies. Eu poderia, como Walt Whitman, incluir tudo. Esse era o meu objetivo.

NO: Quais foram suas motivações quando planejou e realizou o documentário sobre Pete Seeger?[4]

[4] Mais informações sobre o documentário e o livro originado dessas incursões pela biografia de Pete Seeger podem ser encontradas no website http://www.peteseeger.org/ (N. T.).

DKD: A primeira vez que recebi dinheiro para trabalhar com rádio foi um auxílio do *National Endowment for the Arts* [Fundo Nacional para as Artes, agência governamental estadunidense]. Eu tinha 28 anos de idade e a verba custeou a produção de uma série sobre música e política para o programa que eu mantinha àquela época na KPFA. Escolhi olhar para a comunidade que eu compreendia melhor, que eram os músicos de esquerda, especialmente na cidade de Nova York, entre os anos 1940 e 1950. A chave para tudo isso era um tocador de banjo alto e esguio que cresceu na tradição de consciência da Nova Inglaterra, chamado Peter Seeger.
Seeger esteve presente em toda a minha vida, desde que eu era criança, porque nós morávamos no Greenwich Village. Ele era um colaborador na mesma escola que minha mãe; inclusive, eles chegaram a dividir a mesma sala, em certo momento. Em todas as reuniões de sindicato que íamos, na maior parte das *rent parties*[5], Pete estava presente. Ele formou grupos como *Almanac Singers* e *The Weavers*, que foram a "trilha sonora" da minha juventude. Então, ao começar a explorar o rádio e a pensar em como a música podia expressar a política, e como a política normalmente negligencia a música, era natural que eu me voltasse a essa tradição e tentasse documentá-la. E, por uma verba ridiculamente pequena, cerca de mil dólares por um documentário de uma hora, eu produzi seis peças de uma hora que foram distribuídas pela rede da Pacifica Radio pelo país. Eu senti que tive algum sucesso fazendo isso, em parte porque já era experiente em ouvir profissionalmente, como um escritor, como um folclorista, e como um historiador da oralidade.

[5] *Rent parties*, ou "festas do aluguel", eram eventos realizados por moradores de determinado lugar, que convidavam músicos para tocar e pediam a ajuda da audiência para ajudá-los a pagar o aluguel. Esse tipo de encontro musical foi fundamental na consolidação do jazz e do blues. (N. T.)

NO: Quantas pessoas você acredita que esse documentário alcançou?

DKD: O primeiro deles não alcançou muitas. Eu era jovem, não sabia nada sobre distribuição radiofônica, e não tinha voz ou anunciantes. No entanto, uns bons 25 anos após a publicação da minha tese com o livro *How Can I Keep From Singing: Pete Seeger*, enquanto eu o reescrevia, trabalhei em um filme sobre Pete Seeger chamado *The Power of Song* [direção de Jim Brown, 2007], e realizei um documentário seriado para o rádio, de três peças de uma hora de duração cada, sobre Seeger e seus amigos. Esse outro documentário foi bastante popular, transmitido por cerca de 380 emissoras, uma das mais amplas distribuições de um documentário "freelance" independente pela *Public Radio International*

(PRI)[6]. Mas é muito difícil saber quem ouve rádio e como contar. Você conta por quarto de horas? Você conta por uma sintonização no período de um ano, um mês ou uma semana? Posso dizer que o documentário foi transmitido para uma audiência potencial de 50 milhões de pessoas. Eu acredito que uma pequena fração desses ouvintes de rádio pública, isto é, dos 50 milhões, tenham sintonizado e ouvido uma porção do programa, o que eu estimo entre 5 e 10 milhões de pessoas.

Pense no formato de longa duração do documentário radiofônico. Ele não é um passatempo rápido. O apelo é maior entre aqueles que leem livros e revistas sérias, do que entre os que passam pelo McDonald's na volta para casa, para ligar a televisão e se preparar para a segunda jornada de trabalho antes de descansar. É uma classe diferente, um nível de educação diferente, um discurso comunitário diferente. Nós [os documentaristas] trabalhamos com o rádio público porque o rádio comercial abandonou o documentário radiofônico.

NO: Então podemos assumir que sempre teremos uma audiência menor em comparação com um programa regular.

DKD: Sim e não. Muitas emissoras de rádio [nos Estados Unidos] dedicam um horário especial quando transmitem esses documentários que podem ser bem próximos aos programas da NPR que sustentam a rádio pública; pode ser às duas da manhã, quando as emissoras das cidades grandes ocasionalmente colocam algumas peças. Não tem como saber, como produtor, você não controla quando o conteúdo é difundido. Você pode confiar, sugerir, mas são eles [as emissoras] que tomam essa decisão. Você produz o material; quando e como ele será transmitido é papel do diretor de programação. Algumas emissoras podem transmitir várias vezes. Uma rádio universitária no sul de Utah, pequena, porém bastante simpática, vem reproduzindo uma das minhas séries radiofônicas por cinco anos. Eles tocam sempre. Eu gosto, é claro, mas eles realmente gostam tanto, que eu acredito que as pessoas daquele lugar são capazes de recitar as palavras, assim como se faz quando um mesmo filme é visto mais de uma vez.

O documentário radiofônico: uma definição

NO: Você pode destacar algumas diferenças e similaridades entre a produção radiofônica e a literatura?

DKD: Essa é uma questão muito boa, algo em que eu venho pensando, mas que ainda não cheguei a escrever. Se você quiser olhar para as diferenças entre produções para o rádio e para a TV, por exemplo, e para a mídia impressa, perceberá que existe uma quantidade considerável delas. Vou falar brevemente sobre algumas. A linguagem é um dos fundamentos, no sentido de discurso, no qual conjuntos de significados estão inseridos em conjuntos de palavras; e linguagem no sentido de expressão, qual palavra devemos escolher para apresentar uma ideia. Por exemplo: vamos falar sobre a apresentação de uma mulher como um objeto totêmico sem gênero, ou vamos falar dela como uma pessoa que pode ser vista no supermercado à noite, voltando do trabalho? São escolhas diferentes que um produtor radiofônico deve fazer, difíceis, e fundadas na audiência. Para quem estamos falando, e o que estamos entregando? Linguagem é uma escolha em dois sentidos. Discurso implica uma comunidade de pessoas que compartilham, geram e modificam significados. Expressão implica um senso de utilização, como a língua é usada em uma comunidade. Contudo, para além da expressão, existe uma variedade de questões interessantes, como autoridade cultural – como podemos ter o direito de falar algo sobre outra pessoa? E o que falamos reflete genuinamente a situação, do mesmo modo que alguém de dentro conheceria? Os antropólogos falam sobre a diferença entre o que é "ético", ou "visto de fora", e o que é "êmico", "visto de dentro". Essa é uma distinção profunda para o documentarista que atravessa

[6] A PRI é uma organização pública de rádio, com sede em vários países, para distribuição de produção radiofônica entre emissoras públicas. (N. T.)

de um lado para o outro. Alguém que, normalmente, se pretende "êmico", mas na verdade é "ético", e ocasionalmente, ao ser "ético", repentinamente se encontra em uma linha "êmica".
Se observarmos como a mídia impressa apresenta as coisas, essas negociações se tornam complicadas. A imprensa é linear, mas é reproduzível e retornável. Os olhos podem voltar algumas linhas ou para a página anterior. O rádio, como difusão, é linear, mas não é "retornável". Isso significa que não podemos voltar atrás, a menos que seja um podcast, e mesmo assim isso é ocasionalmente complicado. Em outras palavras, temos que escrever de formas diferentes para cada um dos meios. Na escrita para o broadcast sempre aprendemos a repetir as mesmas informações, duas ou três vezes de modos diferentes – "meia dúzia" e "seis", "mais de cinco". Precisamos fazê-lo porque o meio impresso é projetado para transmitir informações precisas, e o rádio, a meu ver, é projetado para estimular a emoção e o pensamento. Isso nos leva a dois caminhos diferentes. O mesmo vale para as imagens, a televisão e os filmes. Quando documentamos, usamos um conjunto de molduras que colocamos sobre a realidade, como armações de óculos, ou molduras sobre uma figura. Algumas dessas molduras são as gramáticas visual e sonora, como o som para o rádio e as imagens em movimento para o vídeo, isto é, o que cada meio faz de melhor.

NO: Em poucas palavras, como você definiria "documentário radiofônico"?

DKD: Em poucas palavras seria o "fatual", fatos e investigação sobre a realidade. Essa é a definição curta que dou. Significa que partimos de um ponto de vista não ficcional sobre o mundo e tentamos coletar os sons que representam essa aproximação.

NO: Durante suas aulas, você apresenta os quatro elementos que compõem um documentário, como o "fatual". Quais são as funções de cada um deles?

DKD: O rádio nos oferece quatro elementos: *fatual*, principalmente trechos de entrevistas, mas também outros materiais captados; *continuidade*, ou seja, a narração, que é a "cola" que sustenta todo o trabalho; *som*, tanto natural como efeitos sonoros pré-gravados; e *música*, que pode ser usada de inúmeras maneiras para explicar (com palavras), para mover (por meio das melodias), para enfatizar, criar o clima, ou mesmo ser usada como texto, com letras que carregam tempo e significado específicos.

NO: Qual deve ser o propósito do "ponto de vista sobre o mundo" que o documentarista procura?

DKD: O documentarista tenta provocar uma variedade de emoções e respostas, uma lista que seria necessariamente longa. Podemos entender isso como modos de retórica. Podemos começar pela *narração*, contar uma estória; a *exposição*, isto é, a apresentação dos fatos; a *exortação*, que significa ressaltar uma análise social, talvez algo que não tenha sido notado ou tentado anteriormente; e a *agitação*, que representa a "chamada para a ação". Existem outros modos de retórica que podem ser incluídos nesta discussão: *empatia*, isto é, a construção de uma conexão, baseada no som, entre o ouvinte e algo que é fatual, real, e o mundo; *pathos*, que pode ser exemplificada no sentimento de tristeza a respeito das coisas pelas quais devemos ficar tristes; *bathos*, o caminho do sublime para o ridículo, no qual reconhecemos a natureza cósmica da realidade a partir da observação das mudanças que ocorrem; e *ethos*, que nos permite entender nossa conexão com os diferentes mundos ao nosso redor.

NO: Na sua opinião, a produção de radiodocumentários e o jornalismo radiofônico regular estão conectados de alguma forma?

DKD: Eu acredito que você esteja falando sobre a diferença entre *feature*[7] e o documentário. Embora fale sobre isso, não tenho certeza se as distinções estão realmente claras. Para mim, o que caracteriza cada um são os objetivos principais. Enquanto o *feature* deve encantar, entreter e engajar, o propósito fundamental de um documentário é informar e contar uma história de forma aprofundada, para então amparar uma reação que possa levar a uma ação, ou a algum tipo de mudança interna no ouvinte.

É possível fazer um documentário com cinco minutos de duração? É claro que é. O problema que se apresenta é a diferença entre produzir um conto e um romance, ou um ensaio e um livro inteiro, não ficcional. Você viaja mais devagar, porém mais profundamente, como uma lancha em comparação a um navio transoceânico.

Essas são algumas diferenças que podem ser defendidas. O que você deseja para o ouvinte? Uma sensação boa, do tipo "isso foi muito bacana, preciso contar para meus amigos", ou algo que seja mais *del mero corazón*, como dizemos no Novo México? O *feature* e o documentário são ambos envolventes, mas os envolvimentos são desiguais, do mesmo modo que você se compromete um pouco com uma estória curta, mas se compromete muito mais com a leitura de um romance.

NO: No Brasil, é muito mais comum encontrarmos no rádio outro formato, a grande reportagem, ao invés do documentário.

DKD: E, por outro lado, temos nos Estados Unidos o que chamamos de *spot news* (cobertura local). O *spot news* é algo tipo: está ocorrendo um incêndio nas proximidades e eu vou até lá, converso com todo mundo que posso e corro de volta para a redação, ou transmito diretamente do meu telefone – cada vez mais, aliás, porque não me preocupo com a qualidade do áudio, e assim produzo a reportagem sobre o fogo na "Rua das Tabocas[8]". O *feature* é parecido com a reportagem, em que há um personagem/persona em primeira pessoa que erige o mundo ao seu redor e nos leva com ele em uma jornada. Eu gosto de fazer esse trabalho, acredito que seja parte realmente envolvente do *feature*, mas muitas vezes falta uma análise, um contexto histórico. Frequentemente, falta a habilidade em unir as pequenas peças do fatual de modo a produzir uma reação emocional profunda.

NO: Podemos assumir que o tempo dedicado à produção é fundamental para aprofundar essas diferenças?

DKD: Sim, mas também tem o talento artístico, sonoro ou da palavra. Há também a ampla leitura que é feita, que informa o documentarista sobre a natureza do mundo. Também há as viagens que se faz e que ensinam a relatividade e o valor na cultura.

NO: Essas são qualidades do documentário radiofônico que podem ajudar um jornalista a melhorar seu trabalho diário.

DKD: O problema é que os jornalistas estão muito mais profundamente engajados na produção comercial para o broadcast. Eles ganham a vida fornecendo pequenas peças de áudio que são, em um contexto comercial, projetadas para vender publicidade ao atrair e prender as pessoas (a audiência). O documentarista começa sem dinheiro e termina sem dinheiro, na maior parte dos casos, e continua produzindo apenas porque assumiu um compromisso com o assunto ou com a forma artística.

A Pacifica Radio, comunidades e a função social do documentário

NO: Você pode nos contar um pouco mais sobre a Pacifica Radio?

[7] O *feature* é uma terminologia bastante comum na produção radiofônica e audiovisual no hemisfério Norte. Refere-se, principalmente, à produção com duração suficiente para ocupar todo um programa e encerrar, dentro dessa mesma unidade, um assunto por completo. (N. T.)

[8] A Rua das Tabocas localiza-se na Vila Madalena, bairro da Zona Oeste de São Paulo. O Prof. Dunaway residiu nessa rua durante sua última estadia no Brasil e foi onde ele concedeu a presente entrevista (N.T.).

DKD: A Pacifica foi iniciada por pacifistas em 1948, primeiro para representar suas próprias ideias e mais tarde para a liberdade de expressão. Eles começaram em Berkeley claramente um bom lugar para se iniciar por conta da universidade, que sempre teve certo "calibre" intelectual. Quando começaram, tiveram que dar aparelhos de rádio FM para os ouvintes. Essa foi a primeira rede de rádio desse tipo, no mundo, financiada pela audiência. Os ouvintes pagavam para ouvir uma estação sem propagandas. Como o FM era muito novo, chegaram à conclusão de que o melhor modo de operar era distribuindo aparelhos FM quando alguém se unia à Pacifica, e assim eles o fizeram.
Por sua vez, a agenda sempre foi permitir o livre debate intelectual e artístico, até o ponto do mau gosto. Não é coincidência que o padrão corrente de obscenidade do broadcast estadunidense foi definido pelas estações da Pacifica, que difundiu a faixa *Seven words you can never say on television*, de George Carlin[9]. Eles tocaram em uma tarde de sábado, o que não é um bom horário para apresentar um monólogo contendo cada palavra obscena que você pode imaginar, repetidamente. No final dos anos 1970, esse evento chegou na Suprema Corte dos Estados Unidos e eles decidiram que, realmente, tinha sido obsceno. Acredito que isso dê alguma ideia sobre a amplitude de assuntos discutidos pela rede da Pacifica.

[9] George Carlin (1937-2008) foi um humorista estadunidense com uma carreira marcada pela controvérsia e ativismo contra o politicamente correto, especialmente entre os anos 1950 e 1970. A referida faixa é um monólogo, com aproximadamente sete minutos de duração, lançada em disco em 1972. Nela, o humorista repete sete palavras consideradas altamente ofensivas: *shit*, *piss*, *fuck*, *cunt*, *cocksucker*, *motherfucker*, *tits*. A faixa foi ao ar pela WBAI FM, subsidiária da Pacifica Radio de Nova York, em 1973. (N. T.)

NO: O que significa a expressão "radioativistas"?

DKD: "Radioativistas" é um termo que surgiu entre a comunidade de produtores da KPFA – entre os quais estão ganhadores do prêmio Pulitzer – fruto de uma extensa tradição de mobilização que levou ao financiamento das atividades da Pacifica por parte da comunidade. Sem a publicidade, você depende da sua comunidade, e por sorte as comunidades em Berkeley, São Francisco, Los Angeles e Nova York estavam preparadas para apoiar uma emissora de pensamento livre. Eles valorizaram a qualidade.

NO: E esses são os radioativistas?

DKD: As pessoas que produzem rádio para ativar uma comunidade, esse é o significado. Vou dar um exemplo. Certo dia eu estava em casa estudando latim – ou tentando estudar –, e o rádio estava sintonizado a minha estação, KPFA, quando ouvi um anúncio: uma manifestação estava ocorrendo a cerca de cinco quarteirões de onde eu estava. Eu disse "ok", deixei meus livros e fui à praça. Conforme eu andava, continuava ouvindo, a partir das varandas, a estação de rádio anunciando a manifestação. Como eu estava perto, cheguei ali bem mais cedo, e não havia ninguém. Algumas pessoas que eu conhecia chegaram, entre elas o pessoal da própria rádio, e eu perguntei "qual é a manifestação?" Eles disseram: "Nós decidimos que precisamos de uma manifestação", e daí conjuraram uma do nada. Isso é o radioativismo, o ativismo radiofônico. As disputas pelo "Parque do Povo" [*People's Park*] ocorriam naquela época, colocando a universidade contra os estudantes, que queriam um espaço aberto que qualquer pessoa pudesse frequentar, dormir, fumar maconha, de um modo geral, fazer "suas coisas". A universidade respondeu "não, esse terreno é nosso, que direito vocês têm de fazer isso?" A disputa continuou por algum tempo, e minha namorada àquela época chegou a ser atingida na coxa pela polícia que confrontava os manifestantes. Eles queriam derrubar a cerca que circundava o terreno da universidade para fazer um parque. O "Parque do Povo", como ficou conhecido, tornou-se parte da história e do ativismo da comunidade de Berkeley, e a KPFA desempenhou um importante papel.

NO: Como a Pacifica Radio influenciou a NPR?

DKD: É importante que as pessoas conheçam a tradição da Pacifica porque, quando comecei no rádio, a NPR não tinha realmente começado. Quando eles contrataram a primeira equipe, os primeiros produtores, todos eram da Pacifica,

que se tornou um modelo para a NPR. Assim, a Pacifica é um movimento político radiofônico de algum impacto.

NO: E qual a importância da NPR para a produção de radiodocumentários nos Estados Unidos?

DKD: A NPR sempre esteve no ramo dos documentários, e a maior parte dos prêmios que recebeu foi por documentários produzidos ou pela cobertura de notícias em campo. Provavelmente possui mais escritórios e uma rede de produtores *freelance* maior que qualquer outra operação de produção noticiosa nos Estados Unidos, talvez no mundo, embora a BBC seja certamente uma forte concorrência. A importância da NPR está nas mais de 700 estações na rede, que potencialmente chegam a cada cidadão estadunidense. A audiência da NPR é "qualificada", isto é, formada por indivíduos com formação superior ou aqueles que, mesmo sem possuir esse nível de instrução, estão interessados no mundo que os envolve e em conhecê-lo em profundidade. As estações da NPR formam a operação de difusão mais abrangente nos Estados Unidos em termos de notícias e informação. Outras redes oferecem cinco minutos de notícias, outras podem ter uma hora noticiosa ocasional. A NPR produz entre 5 e 6 horas de notícias diárias, *features* e documentários todos os dias. *Morning edition* e *All things considered* são programas da hora do rush. Além disso, eles têm uma vasta linha de programas voltados para o entretenimento, mas informativos. Programas de perguntas e respostas que trazem pequenas peças de conhecimento; programas musicais, e mesmo documentários, que continuam sendo produzidos pela NPR e que definem um tom, um estilo, para todos os produtores de rádio nos Estados Unidos, definindo também um padrão de alta qualidade.
Joan Kroc, esposa de Ray Kroc, fundador do McDonald's[10], deixou uma boa quantia em dinheiro para a NPR há cerca de dez anos, uma doação para a produção de notícias que permite financiar, quando querem, projetos de reportagens exploratórias bem profundas[11]. Também há documentários incentivados por fundações e algumas agências governamentais – não por bancos nem por empresas, e sim por fundações. O rádio público nos Estados Unidos não tem permissão para ter publicidade, mas pode ter apoio cultural, que é "trazido até você por...". A NPR, algumas vezes, sofre com esses patrocínios, como qualquer emissora sofre, por conta dos conflitos de interesse em potencial, diretos ou indiretos.

[10] Ray Kroc não fundou o restaurante, mas a cadeia de restaurantes McDonald's. (N. T.)

[11] Joan Kroc, a última esposa de Ray Kroc, faleceu em 2003 e deixou sua herança para várias associações e institutos. Conforme notícia no site da própria NPR, a rede pública recebeu um valor de aproximadamente 225 milhões de dólares. (N. T.)

NO: Você pode mencionar alguns?

DKD: Como eu disse, a maior parte é de conflitos são indiretos. Se alguém paga 10 milhões para reportar uma crise na Europa, e esse alguém é uma empresa com negócios na Europa, há grande chance de que ou eles sejam incluídos na reportagem, ou que uma análise contextual ou política de sua história seja compartilhada com o patrocinador.

NO: Você acredita que o trabalho realizado pelas emissoras públicas pode (ou deve) ser estendido para outros espaços?

DKD: Isso sempre ocorreu. É o movimento das rádios comunitárias, que é um fenômeno mundial. Há uma associação mundial de rádio comunitária[12]. Rádios insurgentes já existiram em Milão, em Amsterdã, em Paris, certamente em Londres, apesar de a BBC ter sempre limitado o acesso às licenças de rádio comunitária, principalmente por meio do *establishment* do broadcast britânico. A rádio comunitária é a mais próxima do chão, produzida por pessoas da comunidade, para aquela comunidade, assim como para outros que podem e se preocupam em ouvir. Essas pessoas são as que fazem uma análise política mais sofisticada, ou, se não for mais sofisticada que a NPR, pelo menos muito mais claramente partidária dos problemas da comunidade. A NPR não toma partido.

[12] O professor Dunaway refere-se à Associação Mundial de Rádios Comunitárias (Amarc). (N. T.)

NO: Comunidades tomam partido.

DKD: Não tomar partido é tomar partido, é claro, é fazer uma aposta, o que distingue a rádio comunitária da rádio pública.

NO: A produção de documentários está mais relacionada a produtores independentes do que com a rádio pública em si?

DKD: Sim. Existem algumas emissoras em cidades grandes, por exemplo, Seattle, Nova York, Los Angeles, São Francisco, que têm documentários produzidos pelas próprias equipes. Mas o documentário custa muito caro, toma muito tempo, requer muito trabalho, pesquisa, para localizar pessoas, definir entrevistas, escolher o que será perguntado. No nosso mundo acelerado, não apenas as emissoras comerciais têm pouco tempo para experimentações – os ouvintes também podem não se sentir atraídos. E, no broadcast, tudo gira em torno dos números, em torno dos ouvintes. Se uma estação de rádio pública produzisse nada mais que documentários em uma cidade média dos Estados Unidos, e ela tivesse bem poucos ouvintes que quisessem histórias rápidas de dois minutos, então rapidamente uma nova estação da NPR iria ao ar levando esse conteúdo.

NO: Então, podemos assumir que haveria uma tradição de radiodocumentário nos Estados Unidos, mesmo sem a atuação da NPR?

DKD: A tradição de produção de radiodocumentário é quase tão antiga quando o rádio. A primeira emissora, a KDKA FM, em Pittsburgh, operava em uma tenda no alto de um prédio, e eles tinham uma longa fila de pessoas que falava ao microfone, algumas faziam imitações de pássaros, outras contavam piadas, alguns cantavam. É possível argumentar que o rádio nunca foi tão livre quanto no começo dos anos 1920, sob uma tenda, em Pittsburgh. Conforme o rádio começou a ter ouvintes, quando as pessoas começaram a ter seus próprios aparelhos para sintonizá-los, o meio necessariamente se amalgamou ao mercado e se tornou menos uma exploração pública. Assim, o contexto vai sempre determinar qual o tipo de rádio necessária e qual função terá para as pessoas. O radiodocumentário certamente começou nos anos 1930 e sem dúvida alcançou seu auge no rádio comercial nos anos 1940, 1950 e 1960, quando o meio representava quatro a cinco horas por dia do tempo de audição nos Estados Unidos. Hoje, temos muito mais ouvintes de rádio, mas ele é muito mais um "papel de parede sonoro", como muitos se referem criticamente ao falar da falta de profundidade e variedade do rádio comercial, e ao fato que apenas se ouve um tipo de voz em diferentes estações, e ela geralmente é masculina, jovem até a meia-idade e branca.

NO: Que outros países possuem uma tradição radiofônica como a dos Estados Unidos, que permita um trabalho com o tamanho e complexidade do documentário sobre a Rota 66?

DKD: Podemos começar com a BBC, no Reino Unido, que foi pioneira no formato documentário. A França também, com seus canais nacionais. Praticamente todas as nações europeias têm uma importante tradição radiofônica. Alguns são insurgentes, outros são documentários românticos, construídos em torno de imagens, ou sons, ou conjuntos sonoros, e formam uma arte radiofônica. Existem diferentes estilos de documentários e vários elementos para documentar. Meu conhecimento dessas tradições é limitado. Eu sei que na Austrália e na Nova Zelândia, por exemplo, onde meus documentários foram transmitidos, valoriza-se esse formato. Locais em que o rádio é a forma primária de mídia, onde a energia elétrica é instável como no Outback, naturalmente sintonizam o rádio. Eu já produzi documentários no Quênia, na Colômbia, onde a tradição existe, mas não é atualmente ativa, ou a tradição está lá, mas as pessoas que produzem documentários políticos são sempre censuradas e essa não é mais uma forma

desejável de ganhar a vida, ou mesmo de contar a verdade. Dessa forma, há muitas tradições diferentes em cada país – se você observar, vai encontrar essa tradição viva. Sempre há um jornalista de rádio que está tentando reportar bem uma história e ele só tem cinco minutos para isso, mas tem quatro horas de gravações com as quais gostaria de fazer algo. Cedo ou tarde ele vai encontrar um jeito de esgueirar-se em um feriado, em um dia em que o chefe está fora, e de alguma forma fazer algo mais longo e mais completo que uma manchete.

NO: Você pode relacionar algumas diferenças entre as produções desses países?

DKD: Posso comentar algumas diferenças entre os documentários europeus, os que ganham prêmios. Hoje, tendem a ser documentários com um envolvimento em primeira pessoa, muito mais do que em terceira pessoa. Tendem a ser aqueles que privilegiam ambientes sonoros pouco convencionais, que acrescentam ou desafiam o material que está sendo apresentado. Tendem a ser narrativas em primeira pessoa reflexivas, isto é, não apenas documentam o que está fora, como documentam o que o indivíduo sente em relação ao que está do lado de fora. Nos cursos de documentário de longa duração que eu dou, exploro esses vários modelos e as diferentes tradições.

NO: Considerando o grande volume de informação disponível hoje, com o qual não conseguimos realmente lidar, qual a importância de um documentarista de rádio para a sociedade?

DKD: O formato do radiodocumentário, como o documentário para a televisão ou para o cinema, atrai certo tipo de ouvinte ou espectador. É alguém que acredita ter um papel importante no curso dos eventos humanos, na atualidade, e simplesmente quer conhecer mais sobre o mundo. Essa função dada ao rádio é fundamentalmente diferente de mantê-lo ligado enquanto você cozinha porque se sente solitário e quer ouvir algumas vozes ao seu redor, e é muito confortável ouvir essas pessoas conversando, discutindo e falando juntas enquanto você está sozinho. Essa é uma função completamente diferente que o rádio possui, é a função que faz você pensar, se engajar, e que idealmente o envolve com uma história forte. Os efeitos de toda transmissão em larga escala são sempre difíceis de medir. Deve-se medir o número de pessoas que sintonizaram durante um programa? Das pessoas que escrevem e-mails ou enviam cartas? Mede-se conforme os comentários apaixonados que chegam à emissora em uma carta? São muitas as formas de medir. Como se mede o efeito de uma obra de arte? Ela deve ser entendida exclusivamente no minuto em que é vista, ouvida ou assistida? Ela é cumulativa, de modo que, conforme o tempo passa e a pessoa ouve três documentários sobre o mesmo assunto, ela recebe três vezes o conhecimento e reage três vezes a ele? É muito difícil para a arte ser compreendida em termos de mudanças sociais, seja na música, na fotografia ou na pintura. Houve momentos na história em que certa obra de arte produziu uma resposta dramática. Eu penso em *Hernani*, de Victor Hugo, uma peça tão perturbadora em sua época que os espectadores quebraram as cadeiras e destruíram o teatro. Eu considero isso resultado direto da obra artística. Até hoje, ninguém quebrou aparelhos de rádio, ou os jogou em um aquecedor e ateou fogo porque não gostou do que ouviu. Mas é sempre possível. Quando escrevo um livro, eu reflito sobre esse efeito, do mesmo jeito que penso sobre isso quando faço um documentário radiofônico.

NO: Quais são as possibilidades abertas pela internet para a produção e distribuição de documentários de rádio?

DKD: Você está falando de podcast, que é um documentário postado através de um *feed* RSS. O problema fundamental da produção de um documentário não é a produção em si, mas os mecanismos de distribuição, como você

o transmite. Ano passado ouvi uma apresentação na conferência da NAB [*National Association of Broadcasters*], um encontro de emissores do mundo todo que ocorre todos os anos em Las Vegas, em um painel sobre podcast. Falou-se sobre números, e foi dito que "não se pode pensar em ter qualquer tipo de interesse econômico em um podcast até que se alcance 8 mil ouvintes". Oito mil ouvintes é uma gigante batalha morro acima para um podcast. Há exceções como *Serial*[13], que eu diria que não é um documentário, e sim um *feature* estendido; e o *This American Life*[14], que ocasionalmente faz alguns documentários enquanto produz *features* bastante envolventes sobre a natureza do mundo via áudio. Nos Estados Unidos, nesse momento, eu consigo pensar em cerca de cinquenta programas do broadcast que tentam apresentar documentários em séries, normalmente transmitidos em rádio terrestre e algumas raras exceções, em rádio via satélite, em direção a canais via satélite de documentários. E há o podcast.

Assim, o problema é: como levar o seu podcast até as pessoas? Esse formato é fundamentalmente alimentado pelas mídias sociais, porque apenas ter um *website* e colocar um podcast nele não significa que alguém vai ouvi-lo. Na realidade, para a maioria das pessoas que tentam, com exceção dos amigos, ninguém vai ouvir. Dessa forma, o método para uma verdadeira distribuição de documentários por meio das mídias sociais ainda está se formando. Há certas coisas que precisam ser feitas, mas muitas pessoas não estão dispostas. Primeiro, é preciso se comprometer a produzir com regularidade. Não é possível fazer um podcast hoje e outro em outro dia qualquer; você vai perder todo mundo. Isso significa que é necessário ter uma equipe. Se você pensar em ter apenas uma pessoa para produzir documentário com alta qualidade para o podcast, esse será o único trabalho dela para manter a publicação em uma base semanal. Já existem algumas pessoas que estão começando a ter suporte financeiro e que podem realmente fazer isso.

Alguns conhecidos pensam que o rádio é apenas uma plataforma para a distribuição de material sonoro. Eu vejo de outra maneira, porque penso que as pessoas ouvem o rádio de forma diferente de como elas ouviriam um podcast. A relação delas com o rádio é algo especial, e tem a qualidade de ser instantânea, ao vivo, o que o podcast não é. Por definição, podcast é um meio de redifusão, mais do que um meio de difusão.

Eu acredito que o podcast, provavelmente, é o futuro do rádio terrestre porque os jovens hoje não têm aparelhos de rádio e até o momento também não se mostraram preocupados em distinguir um áudio com alta resolução do MP3. Podcasts são MP3, e isso significa que suas faixas dinâmicas, seus espectros sonoros, a capacidade de retratar sutilmente os sons sutis estão em grande desvantagem quando comparados com o rádio terrestre. Ou, neste caso, em comparação com o rádio por satélite, que apresenta alta definição e pode até mesmo transmitir um áudio de alta qualidade. Assim, as pessoas ouvem podcasts pela conveniência. As pessoas os ouvem porque há muitas boas histórias sendo contadas hoje em dia. Eu aprecio isso, apenas gostaria que eles provessem um som melhor.

[13] *Serial* é um podcast em série que conta uma história real, criado por produtores do bem-sucedido programa de rádio *This American Life*. Pode ser acessado na página oficial do programa: https://serialpodcast.org/ (N. T.).

[14] *This American Life* é um programa produzido em parceria com a emissora pública de Chicago WBEZ FM e distribuído para mais de quinhentas emissoras nos Estados Unidos pelo sistema de emissoras públicas. Cada edição do programa tem um tema e apresenta um documentário sobre o tópico. No website oficial do programa é possível encontrar um arquivo de emissões e o podcast dos programas que vão ao ar: https://www.thisamericanlife.org/ (N. T.).

Bibliografia do entrevistado

BAUM, W. K.; DUNAWAY, D. K. *Oral history:* an interdisciplinary anthology. Nashville: American Association for State and Local History, 1984.

BEER, M.; DUNAWAY, D. K. *Singing out:* an oral history of America's folk music revivals. New York: OUP USA, 2010.

DUNAWAY, D. K. *Aldous Huxley recollected:* an oral history. Maryland: Rowman Altamira, 2000.

_____. *A Route 66 Companion.* Austin: University of Texas Press, 2012.

_____. *A Pete Seeger discography:* seventy years of recordings. Maryland: Scarecrow Press, 2010.

_____.*Huxley in Hollywood*. New York: Harpercollins, 1989.

_____. *How can I keep from singing*: the ballad of Pete Seeger. New York: Random House, 2008.

_____. *Writing the Southwest.* New York: Plume, 1995.

 DOI: 10.11606/issn.2238-7714.no.2017.131582

Diante das primeiras experiências de crianças negras brasileiras com o racismo: práticas parentais e narrativas midiáticas contraintuitivas[1]

Leandro Leonardo Batista

Doutor em Comunicação Social pela University of North Carolina (EUA). Professor de graduação e pós-graduação da Escola de Comunicação e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP). E-mail: leleba@usp.br

Francisco Leite

Doutor em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicação e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP), com estágio doutoral pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) na Università degli Studi di Trento e na Università di Bologna. E-mail: fcoleite@usp.br

Resumo: Este trabalho apresenta um recorte dos resultados de uma pesquisa sobre as expressões da midiatização nas práticas parentais diante das primeiras experiências de crianças negras brasileiras com o racismo. Trata-se de uma investigação qualitativa orientada pela interligação das perspectivas do interacionismo simbólico e dos estudos da midiatização (na perspectiva latino-americana e europeia) enquanto referencial teórico basilar e pela teoria fundamentada nos dados, do inglês *grounded theory*, construtivista como abordagem metodológica.

Palavras-chave: Midiatização; Crianças; Racismo; Teoria fundamentada nos dados.

Title: In the face of the first experiences of Brazilian black children with racism: parental practices and mediatization of contraintuitive narratives

Abstract: This paper presents a summary of the results of a research on the expressions of mediatization in parental practices in the face of the first experiences of Brazilian black children with racism. It is a qualitative research oriented by the interconnection of the perspectives on symbolic interactionism and the mediatization studies (Latin American and European perspectives), as a basilar theoretical framework and by the constructivist grounded theory as methodological approach.

Keywords: Midiatization; Children; Racism; Grounded theory.

[1] A proposta deste trabalho é inscrever anotações sobre os resultados do projeto de pesquisa "Midiatização e práticas parentais para o enfrentamento da ameaça dos estereótipos por crianças negras" desenvolvido com o apoio da MCTI/CNPQ/MEC/Capes nº 22/2014 – Ciências Humanas e Sociais. A investigação tem como referencial metodológico a teoria fundamentada nos dados, do inglês *grounded theory*, construtivista e como orientação teórica basilar a articulação entre o interacionismo simbólico e os estudos da midiatização.

Introdução

Os principais objetivos que motivaram a edificação desta pesquisa foram: (1) propor uma teoria substantiva que compartilhasse uma compreensão sobre o papel da midiatização e os padrões interativos dela nas práticas e processos parentais diante das primeiras experiências de crianças negras brasileiras com o racismo; (2) compreender como as narrativas da midiatização (especialmente anúncios e telenovelas com estímulos contraintuitivos[2]), em relação aos estereótipos associados a indivíduos negros, repercutem nas relações e experiências de famílias negras brasileiras; e (3) aprofundar os significados e construir com base nas experiências parentais compartilhadas um entendimento teórico sobre as dinâmicas e processos sociais ou psicossociais fundamentais que são operados para proteger a saúde psíquica de crianças negras frente ao racismo.

Para alcançar esse objetivos, foram realizadas entrevistas em profundidade com agentes parentais brasileiros, no período de setembro de 2015 a fevereiro de 2016, seguindo o rigor das técnicas e os procedimentos da metodologia da teoria fundamentada nos dados, *Grounded theory*. Os resultados produzidos direcionam a compreensão da problemática: Como narrativas midiáticas contraintuitivas, que oferecem visibilidade positiva para negros e negras, afetam a vivência de agentes parentais frente às primeiras experiências de crianças negras com o racismo?

As dimensões de sentido construídas, com base nas experiências compartilhadas pelos agentes parentais estimuladas por narrativas midiáticas contraintuitivas, em vista dessa problematização, possibilitaram, desse modo, a edificação do quadro teórico interpretativo "Midiatização nas práticas parentais frente às primeiras experiências de crianças negras com o racismo", do qual, devido aos limites de espaço deste artigo, apresenta-se a categoria: "Extraindo das narrativas da mídia apoio para promoção de diálogos de capacitação".

Esta pesquisa justifica-se como um oportuno e original esforço de ofertar à sociedade uma compreensão teórica, fundamentada nas experiências de agentes parentais, sobre os efeitos da midiatização, especialmente nas configurações comunicativas dos "mundos midiatizados" (HEPP, 2014) de famílias brasileiras.

Referencial teórico

O interacionalismo simbólico (BLUMER, 1980; MEAD, 1982; NUNES, 2005) e o aporte dos estudos da midiatização, tendo foco nas influências da mídia na (re)elaboração das identidades (BRAGA, 2006, 2012; HEPP, 2014; HEPP; KROTZ, 2014; MARTÍN-BARBERO, 1987; THOMPSON, 1998; entre outros) são as perspectivas teóricas que orientam as reflexões e sustentaram a edificação desta pesquisa. Para situar o(a) leitor(a), será apresentado a seguir um breve recorte sobre os aspectos centrais desse quadro teórico.

Apesar de não apresentar aporte teórico que responda todos os desafios impostos pela comunicação no contemporâneo, de acordo com Vera França, o interacionismo simbólico é uma frutífera perspectiva que disponibiliza de contribuição teórica insubstituível para apropriadamente se "pensar o processo comunicativo, a dinâmica relacional, a configuração das interações" (FRANÇA, 2008: 90), sendo relevante corrente para apoiar o avanço dos estudos de recepção e as discussões do campo sobre os reflexos da midiatização nas mediações sociais.

A tradição do interacionismo simbólico indica que é no proceder da mútua afetação que os significados se estabelecem, produzindo sentidos pela interação dos indivíduos consigo e com os outros. Essa dinâmica se articula

[2] A narrativa midiática contraintuitiva (LEITE, 2009; 2014; 2015; 2016; LEITE; BATISTA, 2008; FRY, 2002, entre outros) pode ser considerada como uma proposta do campo profissional da comunicação que, estrategicamente, faz uso em suas narrativas de "outros/novos" conteúdos acerca de estereótipos dirigidos às minorias sociais, isto é, de moderadores contraestereótipos, com o objetivo principal de inovar e promover suas tentativas de apelo para o consumo simbólico e mercadológico, "violando expectativas intuitivas" (BOYER, 1994, 2001; UPAL, 2007; UPAL et al. 2007) dos receptores acerca dos discursos tradicionalmente veiculados pela mídia.

concomitantemente também pela recepção de mensagens e pela produção de respostas de sentido a elas.

Verifica-se nessa atividade "a extrema importância da comunicação no pensamento de Mead; ela é inseparável do ato social que ajuda a realizar. Como componente do ato, a comunicação intervém na construção [da mente], do *self* e da sociedade" (FRANÇA, 2007: 10, grifo da autora), tendo em vista que é pela interação social, a comunicação entre indivíduos e a intracomunicação, que as estruturas e os repertórios de significados desses objetos são edificados e promovidos em escalas de efeitos de sentidos.

No entanto, França ainda enfatiza que "nem toda interação, como apontado anteriormente, é comunicativa. [...] As interações comunicativas [...] se utilizam de gestos significativos. É a presença da significação, da linguagem, que delimita nosso terreno – embora os limites entre os dois campos sejam tênues" (FRANÇA, 2007: 8).

É nesse contexto que se pode manifestar entendimento sobre a midiatização, seus discursos e seu alcance nas mediações sociais, ou seja, é possível pensar em "interações comunicativas" e em "interações mediatizadas" (FRANÇA, 2007: 9), sendo a primeira o processo de interação direta entre os indivíduos e a segunda uma rede interpretativa e cooperativa que se forma na sociedade integrando, entre outros objetos, o mercado, os profissionais de comunicação e os indivíduos receptores, produzindo afetações mútuas entre eles pela midiatização de produtos midiáticos elaborados (publicidade, telenovela, notícias etc.) em torno de uma determinada temática, que também busca estimular interações comunicativas ao alcançar a interpretação do outro.

Nessa direção, o aporte teórico desta investigação também está articulado considerando os pressupostos da midiatização, que delibera sobre a compreensão de um horizonte de regulação social influenciado por discursos da mídia e suas negociações e construção de sentidos. Dessa maneira, ambas as perspectivas teóricas (interacionismo simbólico e midiatização) coadunam-se e se complementam para direcionar o enquadramento interpretativo que possibilite direcionar as reflexões edificadas neste trabalho. Ainda nesse sentido, Friedrich Krotz reforça que:

> Se seguirmos Berger e Luckmann (1980) e também George Herbert Mead (1934), o interacionismo simbólico e as posições teóricas relacionadas, nós podemos assumir que a sociedade, a cultura e todas as outras entidades sociais e culturais são socialmente construídas pelos indivíduos. Assim, podemos concluir que a comunicação é a relevante conexão entre a mudança das mídias e as mudanças na cultura e na sociedade. (KROTZ, 2014: 82, tradução nossa)

De acordo com Andreas Hepp, o conceito de midiatização deve ser "usado para analisar a inter-relação (de longo prazo) entre a mudança da mídia e da comunicação, por um lado, e a mudança da cultura e da sociedade, por outro, de maneira crítica" (HEPP, 2014: 51, grifo do autor). Logo, a midiatização precisa ser pensada numa perspectiva mais abrangente e, nesse sentido, um caminho seria considerar suas manifestações nos contextos de "mundos midiatizados" (HEPP, 2014; HEPP; KROTZ, 2014). Estes que, inicialmente, devem ser entendidos como certos "pequenos mundos da vida" (LUCKMANN, 1970) ou "mundos sociais" (SHIBUTANI, 1955; STRAUSS, 1978), que em sua forma presente dependem constitucionalmente de articulação pela comunicação midiática.

Os mundos midiatizados constituem o nível no qual a midiatização se torna concreta e pode ser analisada empiricamente. A análise dessas realidades parciais "como mundos midiatizados significa pesquisar empiricamente a maneira pela qual sua construção comunicativa é institucionalizada e reificada pelas várias mídias,

assim como sua construção comunicativa resulta em uma mudança das próprias mídias" (HEPP, 2014: 53-54). Nessa linha, a investigação acerca da midiatização "não corresponde, então, a explicar ocorrências singulares pela indicação das lógicas supostamente inexoráveis que se encontrariam em ação. Corresponde antes estudar as experiências sociais de produção de circuitos e de dispositivos interacionais" (BRAGA, 2008: 50), tentando perceber nessas imbricações, em que se produzem significados e sentidos, bem como estão ocorrendo mediações comunicativas para a estruturação de uma sociedade que competentemente use e consuma a sua mídia.

Dessa forma, com o objetivo de construir uma teoria substantiva que alcançasse as expressões da midiatização nas práticas parentais frentes às primeiras experiências de crianças negras com o racismo, que se definiu a teoria fundamentada nos dados (*grounded theory)* como percurso metodológico da pesquisa.

Metodologia

A teoria fundamentada nos dados, ou *grounded theory*, construtivista (CHARMAZ, 2009) é uma abordagem metodológica de pesquisa qualitativa alicerçada em dados, os quais devem ser construídos e revelados a partir de forte processo dialógico entre pesquisador e pesquisados, buscando evocar as experiências vividas dos participantes da investigação. A principal proposição e fruto dessa orientação metodológica é a construção de teorias substantivas[3] capazes de explorar e articular explicações, baseadas nas realidades em foco dos indivíduos sobre determinados fenômenos socioculturais.

Contextualização e participantes da pesquisa

Para o trabalho de campo (coleta de dados) desta investigação, foram realizadas 27 entrevistas em profundidade, durante 22 encontros, no período de setembro de 2015 a fevereiro de 2016, com agentes parentais de crianças negras em idade escolar básica, entre a pré-escola e o ensino fundamental (de quatro a quatorze anos)[4], residentes da região da Grande São Paulo. Os agentes parentais colaboraram fornecendo dados relevantes à pesquisa, que expressaram suas "opiniões, sentimentos, intenções [...], bem como os contextos e as estruturas de suas vidas" (CHARMAZ, 2009: 30), no que tange as dimensões de suas práticas como agentes parentais.

De início, para construção da amostra teórica[5] pertinente à teoria fundamentada nos dados, foi localizado um agente parental informante, uma mãe de um menino negro, por indicação de mediadores (indivíduos terceiros) conhecidos de um dos pesquisadores. Posteriormente, a ampliação do *corpus* da investigação foi realizada mediante a aplicação da técnica "bola de neve" ou *snowball*. Essa técnica permite ao pesquisador solicitar aos entrevistados indicações de próximos participantes potenciais para a pesquisa e "assim, sucessivamente, até que [seja] alcançado o objetivo proposto (o 'ponto de saturação')" (BALDIN; MUNHOZ, 2011: 332).

Processo da coleta dos dados

Para a produção dos dados, foi utilizada principalmente a técnica de entrevista em profundidade apoiada pela técnica de observação[6]. As observações eram registradas no caderno/diário de campo dos pesquisadores e foram materiais ricos para a produção de memorandos. Segundo Tarozzi, as entrevistas em profundidade "continuam sendo o instrumento principal na *grounded theory*, mesmo não sendo o único, [...]. E isto em virtude da ênfase sobre a questão da atribuição de significados típica do interacionismo simbólico, mas também porque os instrumentos verbais consentem focalizar a coleta de dados de acordo com o trabalho de codificação" (TAROZZI, 2011: 67), basilar na operação da metodologia.

[3] Glaser e Strauss (1967: 33) pontuaram a existência de duas principais tipologias de teorias: as formais e as substantivas. As primeiras são compostas pelo que eles denominam de grandes teorias, vistas como formais e abrangentes, enquanto o segundo tipo se refere às explicações para situações cotidianas, "que explicariam melhor as áreas específicas da pesquisa empírica já que essas teorias nasceriam diretamente de dados do mundo real" (HUTCHINSON, 1988 apud BIANCHI; IKEDA, 2008: 233).

[4] Conforme a Lei Federal nº 9394/1996, que determina a estrutura do sistema educacional brasileiro.

[5] Na teoria fundamentada nos dados, do inglês *grounded theory*, observam-se dois vieses de amostragem que se complementam: a amostra inicial, que delibera sobre a participação e o perfil de indivíduos e locais, os quais subsidiarão o início da pesquisa; e a amostra teórica, que orienta os caminhos conceituais a serem explorados até a conquista suficiente de dados que apoiem a explicação de suas categorias, resultando assim na "saturação teórica" da pesquisa ou, como prefere Ian Dey (1999), a conquista da "suficiência teórica" (CHARMAZ, 2009: 158).

[6] De acordo com Tarozzi, a peculiaridade da observação dentro da teoria fundamentada nos dados, *grounded theory*, "é que esta é focalizada imediatamente na observação dos fenômenos e, sobretudo, dos elementos de processo definidos na pergunta da pesquisa, dando menor peso à descrição do contexto". (TAROZZI, 2011: 111). Logo, a proposta da observação não se pauta por realizar descrições detalhadas, mas tem foco na produção de conceituações do processo em investigação.

Operacionalização das entrevistas: materiais e métodos

Após a leitura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), a entrevista era iniciada com questões gerais sobre a estrutura e dinâmica diária da família focando as atividades voltadas às crianças. Na sequência, questões eram feitas para tentar alcançar as experiências de como se estabeleciam o consumo e usos de narrativas midiáticas na família. Dada essa introdução, questionava-se os agentes parentais se as crianças negras já compartilharam com eles alguma situação de dificuldade de interação social.

Na tentativa de alcançar os relatos dessas experiências, de um lado, caso os agentes parentais indicassem diretamente situações nas quais as crianças tiveram essas dificuldades e, especificamente, se elas foram vítimas de racismo, a entrevista era conduzida para alcançar a densidade dessas experiências, tanto na vida das crianças quanto na vida dos agentes parentais, e indicar quais as tentativas articuladas pelos agentes parentais para lidar com os desafios inscritos por essas situações. Ao compartilhar essas experiências, tentava-se conduzir o diálogo para também compreender as incursões e influências (caso ocorram) de narrativas midiáticas nesse contexto. Para potencializar esse momento, eram apresentadas aos agentes parentais três narrativas midiáticas audiovisuais contraintuitivas, que são indicadas *a posteriori*.

De outro lado, considerando a sensibilidade do tema, que envolve o sistema de opressão do racismo na biografia de seus alvos, caso os agentes parentais não se sentissem confortáveis em compartilhar diretamente suas memórias de possíveis experiências que as crianças tenham sofrido com o racismo, bem como a administração dessas situações, a entrevista seguia normalmente e os agentes parentais eram também convidados a assistir as três narrativas midiáticas para, dessa forma, estimulá-los a ficarem mais à vontade para compartilhar suas vivências ou não sobre a temática posta. As narrativas foram apresentadas com o suporte de um *tablet*.

A primeira narrativa se tratava de uma cena, de quatro minutos, extraída da novela brasileira *Babilônia* (Figura 1), da Rede Globo. Essa cena foi veiculada em rede nacional em 30 de maio de 2015. As outras duas narrativas eram anúncios, sendo um do anunciante Coca-Cola (Figura 2) e outro da Sadia (Figura 3), ambos audiovisuais foram veiculados nas principais redes de televisão, durante o primeiro semestre de 2015. Todas as narrativas enquadram-se dentro das expressões contraintuitivas, tendo em vista que apresentam a presença positiva de indivíduos negros como protagonistas, bem como a representação de família em seus roteiros.

Figura 1: Frame da cena da novela Babilônia (BABILÔNIA, 2015)

Figura 2: Frames do anúncio da Coca-Cola "Adoção – comer juntos alimenta a felicidade" (COCA-COLA, 2015)

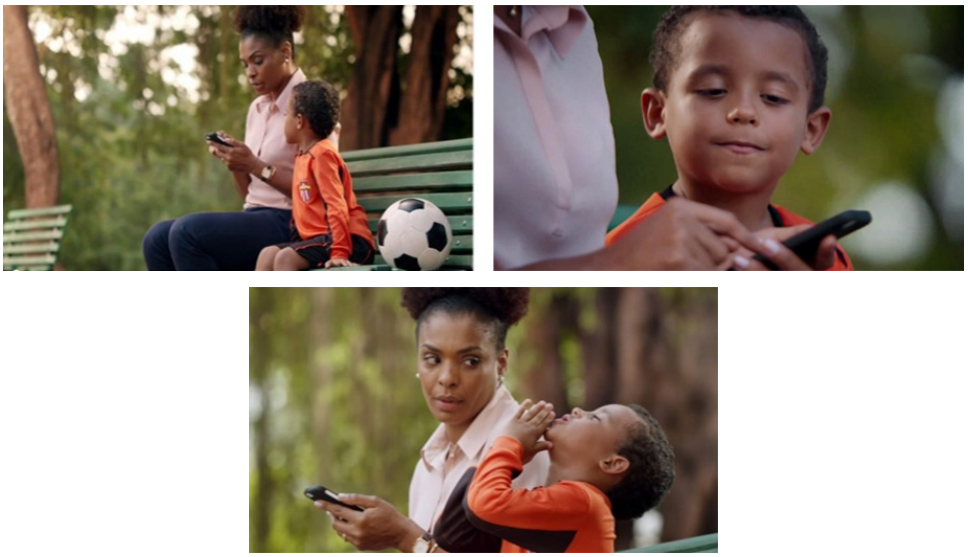


Figura 3: Frames do anúncio da Sadia "Nuggets Sadia – 100% peito de frango" (NUGGETS SADIA, 2015)

Análise dos dados

A análise dos dados foi realizada conforme os procedimentos sistematizados de comparação constante da teoria fundamentada nos dados (*grounded theory*) considerando as etapas de (1) codificação inicial, que se pauta pela construção de códigos abertos; (2) codificação focalizada, quando os códigos iniciais são agrupados em conformidade com suas consonâncias e dissonâncias conceituais, bem como quando se originam as primeiras categorias da pesquisa; (3) codificação teórica, que tem a proposta de integrar as categorias construídas que explanam sobre o fenômeno investigado. Nessa etapa, também se busca identificar e definir a *core category* que tenha o potencial de integrar todas as categorias elaboradas, permitindo, dessa forma, o desenvolvimento de quadro explanatório teórico fundamentado nos dados fornecidos.

Esse procedimento comparativo se iniciou-se, especialmente com a transcrição *verbatim* do áudio gravado de cada entrevista. A análise dos dados e o processo de codificação também foram apoiados pelo uso do software de análises qualitativas NVivo. Nos próximos tópicos, apresentam-se apenas dois recortes dos resultados desta investigação, que como produto final edificou o modelo teórico "Midiatização nas práticas parentais frente às primeiras experiências de crianças negras com o racismo". Dessa forma, neste trabalho são compartilhadas as dimensões de sentidos que articulam a categoria "Extraindo das narrativas da mídia apoio para promoção de diálogos de capacitação".

Para compreensão da estrutura dessas categorias, o(a) leitor(a) deve considerar que as categorias do modelo teórico estão redigidas em letras maiúsculas, as subcategorias com letras minúsculas e grifadas com negrito, enquanto os componentes dessas subcategorias, quando necessário, estão destacados em itálico e sublinhados.

Resultados

A categoria "Extraindo das narrativas da mídia apoio para promoção de diálogos de capacitação" tensiona a consideração dos agentes parentais sobre a influência que a mídia pode produzir para problematizar, tanto positiva quanto negativamente, a situação familiar quando das primeiras experiências de crianças negras com o racismo.

Esta categoria é estruturada por cinco subcategorias: "Percepção da inclusão gradativa do negro na mídia"; "Entendendo a mídia como importante fonte de identificação e reconhecimento"; "Mídia fornece materiais positivos e negativos para diálogos"; "Buscando ensinar as crianças negras a interpretar as mídias"; e "Mídia ajuda a preparar crianças para entender e enfrentar racismo" (Diagrama 1).

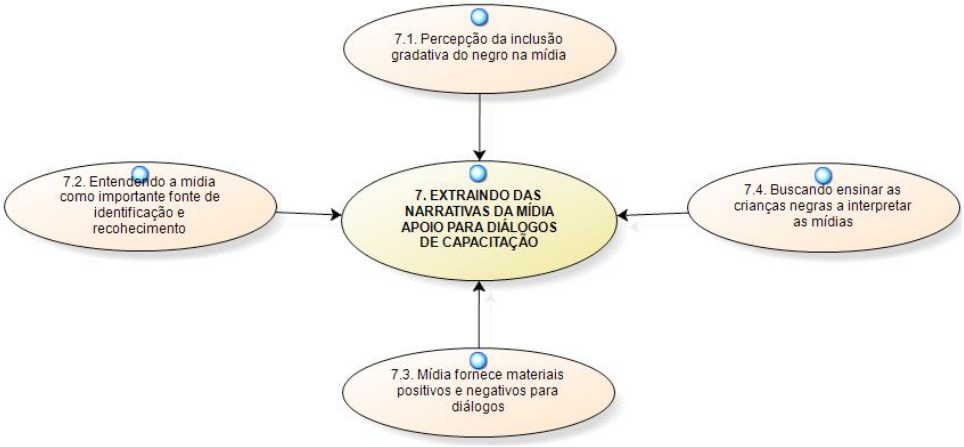


Diagrama 1: Extraindo das narrativas da mídia apoio para promoção de diálogos de capacitação

"Percepção da inclusão gradativa do negro na mídia" coaduna os componentes: "Agora negros começaram a aparecer positivamente na mídia" e "É interesse mercadológico" (Diagrama 2).

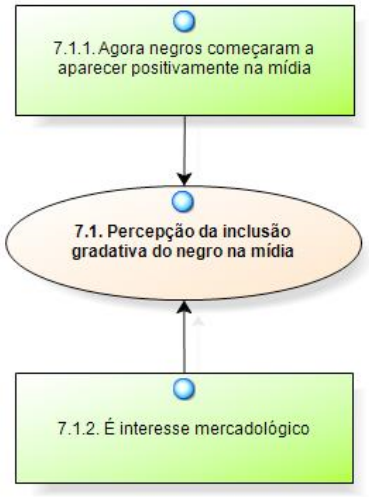


Diagrama 2: Percepção da inclusão gradativa do negro na mídia

O componente "Agora negros começaram a aparecer positivamente na mídia" discorre sobre a percepção dos agentes parentais, como o exemplo de que

atualmente se vê mais negros e negras em anúncios e telenovelas do que no período de suas infâncias. No contemporâneo, as crianças negras brasileiras estão tendo a possibilidade de ver sua identidade também representada em narrativas midiáticas, o que dificilmente acontecia antigamente, quando a mídia circulava como padrão qualitativo e quantitativo apenas a imagem de indivíduos brancos. Aos negros e às negras quando apareciam nos espaços das narrativas da mídia eram demarcados lugares de representações secundárias e subalternas.

> *Eu acho que demorou aparecer anúncios com negros na televisão. Agora que eles vêm aparecendo.* […] *porque não tinha.* […]. *E não se via. Então começaram a inserir nas novelas e agora muito recentemente em comerciais de TV. Eles fazem isso muito sutilmente para as pessoas irem se acostumando com isso como se fosse algum problema. Você vê que é muito sutil, mas que bom que estão aparecendo.* (Agente parental, mãe, entrevista 1)

> *Não é como a média dos anúncios. Você não vê nos produtos da Sadia um negro! É a primeira vez que eu vejo um negro. Uma criança negra e uma mãe negra. Eu nunca vi. Antes era mais difícil. Agora eles querem igualar* […]. (Agentes parentais, casal, mãe, entrevista 5)

A percepção da inclusão de negros nas narrativas midiáticas é reconhecida e valorizada pelos agentes parentais apesar de sua baixa expressividade. Eles têm consciência também que esse movimento de inclusão não é motivado pela conscientização dos produtores da mídia sobre a responsabilidade social de suas narrativas, mas se pauta por fortes interesses mercadológicos. É o que aponta as dimensões de sentido do componente "É interesse mercadológico".

> *O principal objetivo é que eles estão percebendo que o negro consome. Nós temos poder de consumo.* […]. *Que o negro seja mais protagonista porque a gente está num mundo como qualquer outra pessoa. Então assim, se eu consumo por que eu não posso ser protagonista? Por que eu não posso me ver lá (nas narrativas da mídia)?* (Agente parental, mãe, entrevista 14)

> […] *é para atingir um publico consumidor maior, e a gente tem vindo num processo que os negros são consumidores sim, eles são bons consumidores, então eles querem aumentar* […] *Tem uma questão econômica aí de estratégia de mercado. E as pessoas se identificam, se você se identifica você quer ter aquele produto. Então é uma estratégia de comércio de produto. É para atingir o mercado comprador.* (Agente parental, mãe; entrevista 20)

O entendimento de atingir o mercado consumidor de indivíduos negros, apontado pelos agentes parentais, alcança sentido tanto por esse mercado ser de interesse da área publicitária quanto para a audiência de narrativas de telenovelas, entre outras. Ambas narrativas estão focadas em atingir a sociedade para consumo (de bens materiais e simbólicos), dentro de suas estratégias distintas de enunciação, isto é, as telenovelas com seu poder narrativo de captar audiências e ofertá-las à publicidade faz circular seus anúncios motivadores de ação de compra.

A respeito da compreensão desse cenário de inclusão gradativo da imagem de negros e negras nas narrativas midiáticas e suas expressividades é consenso para os agentes parentais o potencial que elas têm como fonte de identificação e reconhecimento social. Em outras palavras, para os agentes parentais é inegável a relevância que a mídia tem, especialmente para quando as crianças estão construindo suas referências identitárias e seus entendimentos sobre o mundo. A subcategoria "Entendendo a mídia como importante fonte de identificação e reconhecimento" aciona os sentidos dessa perspectiva.

> Mãe: […] *tem o super-choque* [desenho animado]*, desde pequenininho ele assiste e ele diz: "Olha mamãe o cabelo dele é igual o meu".* […].
> Pai: *Eu falava muito da última novela que passou de época.*
> Mãe: *Que você não gostava, a Lado a lado* [telenovela da Rede Globo de Televisão veiculada entre 2012 e 2013]*?*
> Pai: Não gostava! A gente está em 2016, cara!
> Mãe: *Ele tem muita encanação com isso de mostrar. Eu gostava, ele* [filho] *assistia comigo e gostava* […] *porque tinha capoeira.*
> Pai: Não é nem encanação. O gostar é uma coisa, mas a referência para ele [filho] *qual que é? É ter um negro escravo. Eu quero que o meu filho veja, puta merda, um negrão bem-sucedido. É essa referência que eu quero para o meu filho.*
> Mãe: *É que isso faz parte da história.*
> Pai: *Mais esse não é o momento para ele ver a parte da história.* (Agentes parentais, casal, entrevista 18)
> […] *é isso que tem que acontecer. Trabalhar as bases, as crianças. Porque mexendo com as crianças realmente você vai ter um futuro melhor.* […]. *Ele* [filho] *vai se ver como um igual, quer dizer, é que antigamente você falava isso não é para mim. Isso não é para mim, porque o modelo tinha que ser loiro e de olhos azuis, porque se não… Você* [pessoa negra] *quer ser modelo* [risos]*. Hoje não. Hoje são várias tipologias e quanto mais exótico melhor para o mercado. Então, eu acho que hoje em dia você tem mais oportunidades e você inserindo as pessoas, elas se veem mais nessas situações. Então, você abre possibilidades para meninas, para crianças, pessoas* […]. (Agente parental, mãe, entrevista 1)

É apontado pelos agentes parentais que as narrativas midiáticas fornecem e circulam conteúdos positivos e negativos direcionados à representação dos negros e negras brasileiros. Esses conteúdos são considerados pelos agentes parentais importantes pois podem impor a eles comportamento ativo de diálogo com crianças negras sobre as representações do negro na sociedade e as expressões do racismo, bem como especialmente as representações midiáticas positivas podem apoiar os esforços dos agentes parentais de desenvolver e fortalecer a autoestima e autoconfiança das crianças negras para a vida.

Nessa direção, a próxima subcategoria "Mídia fornece materiais positivos e negativos para diálogos" compartilha e reforça o entendimento dos agentes parentais de que os conteúdos que circulam na mídia, mesmo os negativos, podem estimular e contribuir para a promoção de diálogos entre crianças negras e agentes parentais, cabendo especialmente a estes últimos frente a contextos negativos reconduzirem as crianças sob perspectivas positivas de diálogos.

> *Se você assiste junto e acompanha, você pode produzir uma discussão a partir daquilo que* […] *se assiste na novela. Olha só esse fulano, que fez isso e aquilo. O que você acha? Coisas desse tipo.* […]. *A gente pode discutir, uma discussão de sofá.* […]. (Agente parental, mãe, entrevista 20)

Há um cuidado especial de alguns agentes parentais que acompanham as crianças e as orientam sobre como ler e filtrar o que é oferecido nas narrativas da mídia. Essa atenção expressa os sentidos da subcategoria "Buscando ensinar as crianças negras a interpretar as mídias", que é modulada por três componentes: "Percebendo que mídia sempre mostra exemplos negativos para positivos e a criança não tem preparo para entender"; "Tentando acompanhar as crianças negras no consumo de mídias"; e "Ensinando a filtrar as narrativas da mídia" (Diagrama 3).

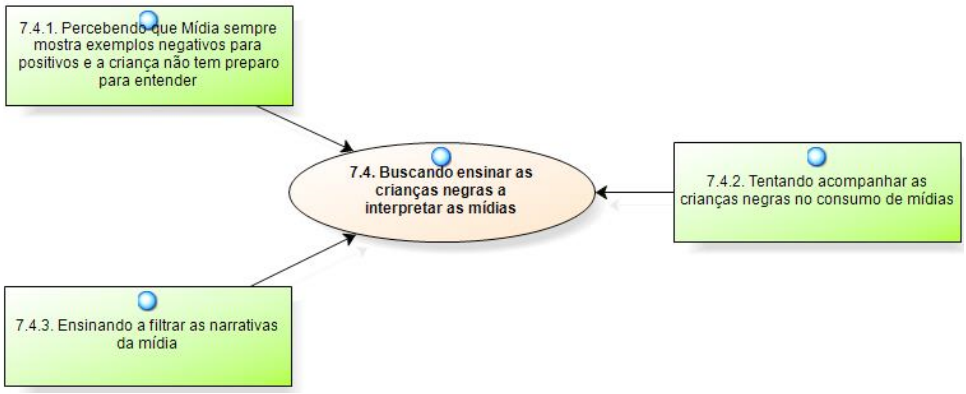


Diagrama 3: Buscando ensinar as crianças negras a interpretar as mídias

"Percebendo que mídia sempre mostra exemplos negativos para positivos e a criança não tem preparo para entender" reflete a percepção dos agentes parentais que quando as narrativas da mídia, especialmente as telenovelas, abordam a questão do racismo e preconceito, elas tradicionalmente partem de uma situação pautada por contextos negativos de conflitos e confrontos entre opressor e oprimido para somente no final dessas narrativas apresentarem um possível final de expressões positivas. Em outras palavras, os negros durante essas narrativas são vítimas de muitas situações de racismo e sofrimento e só no final dessas histórias são inseridos em contextos positivos de valorização e superação.

Para os agentes parentais, essa lógica das narrativas midiáticas muita vez pode traumatizar especialmente as crianças negras que, quando vivem suas primeiras experiências com o racismo, deparam com esses conteúdos negativos sem ainda terem estrutura para filtrá-los. Logo, esses contextos ofertados pela mídia acentuam as expressões negativas das experiências racistas que as crianças enfrentam no seu dia a dia.

> […] *em minha opinião, eles tinham que fazer uma novela e abordar o assunto tipo ao contrário. Tipo, ao invés de por o negro sofrendo, colocar uma pessoa mais clara conversando com os filhos sobre os amiguinhos terem a pele e o cabelo diferentes.* (Agente parental, avó, entrevista 8)

> *Mãe: Eu acho que ele* [filho] *iria ficar triste* [a mãe começa a chorar] *vendo essa cena* [da novela Babilônia].

> *Entrevistadora: Deixa eu te dar um abraço.* [Momento de muita sensibilidade e emoção para a entrevistada e entrevistadora].

> *Mãe: Desculpe-me, é que eu sou muito emotiva mesmo. Eu segurei o quanto eu pude. Te juro! A gente assiste e a gente chora junto em casa sabia? Esse sofrimento* [da personagem da novela]. *É forte e aborda muita coisa. Não é?* (Agente parental, mãe, entrevista 3)

> *Filho mais velho: Depende, por exemplo, se mostrar a cena dessa menina* [da telenovela Babilônia] *é uma coisa, agora se fosse uma cena diferente de um negro indo para tal lugar como um restaurante e sofrer racismo lá. Essa cena, talvez a criança possa gravar aquilo mostrado e ficar com essa ferida e sempre pensar "não vou ir para tal restaurante porque aconteceu aquilo na novela". Daí ela evita de fazer muita coisa na vida. Eu mesmo evitei fazer muita coisa por questão de medo de sofrer preconceito, que amigos meus já sofreram.* […]. *E se você for ver na cena da novela a menina está triste, mas ela está brincando com uma boneca branca. É detalhe, mas o preconceito não é só chegar e dizer cabelo duro e macaco; são detalhes.* (Agentes parentais, mãe e filho mais velho, entrevista 16)

Nessa atenção para a relação das crianças negras com as mídias, a maioria dos agentes parentais indica que há um cuidado de acompanhar as crianças nesse processo de interação com as narrativas midiáticas, especialmente por considerarem os impactos que essas abordagens podem produzir em suas identidades, pois essas narrativas como eles percebem, bem como indicado na subcategoria anterior, partem sempre de uma lógica acentuada do negativo para um breve positivo. Geralmente, esse positivo como observado pelos agentes parentais ocorre de modo rápido no final dessas narrativas como "moral da história", mas há nessas narrativas um longo tempo para a promoção de abordagens negativas.

Devido a essa constatação e outros pontos adjacentes, como a ausência expressiva de negros e negras em narrativas de mídia no Brasil, alguns agentes parentais se organizam para dedicar um tempo do seu dia para acompanhar as crianças negras no consumo midiático, especialmente o televisivo, o que é demonstrado pelo componente "Tentando acompanhar as crianças negras no consumo de mídias".

Entretanto, pelas vozes da maioria dos agentes parentais, observa-se que essa não é uma prática padrão na dinâmica familiar no Brasil, em que o que se identifica é que os agentes parentais selecionam e controlam o que as crianças consomem, bem como há uma interação conjunta entre os agentes parentais e as crianças, com destaque para o consumo das narrativas televisivas.

> *Carrossel! A gente discutiu muito sobre preconceito. Eu assistia com eles. Então, a gente discutia muito também de como uma criança atrapalha a outra. Por que no Carrossel foi levantado o preconceito, o* bullying*. Tinha aquele menino o George, o riquinho, e a gente conversava muito. O Cirilo porque era negro e o gordinho, Jaime, porque era gordo e a gente conversava sobre isso.* (Agente parental, mãe, entrevista 15)

> *Videogame e celular ele não é vidrado porque que eu não deixo. Eu acho que a criança tem que ter acesso a tecnologia fracionado, se ele jogar videogame hoje, ele não vai mexer no celular e assim eu vou intercalando.* […] *eu não deixo ele jogar e assistir à nada que fale e faça apologia* […] *de drogas, de armas, que critique a polícia. Ele gosta muito de funk, mas eu não deixo ouvir funk porque tem muito palavrão. Entendeu? Eu acredito que ajuda porque não têm essas coisas, que eu vou dizer assim que são coisas erradas, mas que não são coisas certas para a idade dele.* (Agente parental, entrevista 19)

Com esses cuidados na interação das crianças com as mídias, também é prática de alguns agentes parentais prepará-las para compreender e manejar seus contextos narrativos. Em outras palavras, os agentes parentais se dedicam ao processo que se denomina nesse quadro teórico explicativo sob o componente "Ensinando a filtrar as narrativas da mídia".

> […] é só você ter a sensibilidade e saber abordar os assuntos e falar. Você pode criticar ou não. É sempre a informação, mas você tem que saber a qualidade da informação. [Por exemplo,] *as marcas não são diretamente expostas nos anúncios. O enredo e imagens são mais fortes, elas* [marcas] *estão lá, porém, de modo sutil.* […] *Eu gostei da propaganda, mas não vou beber Coca-Cola por causa disso, mas para crianças isso não é direto. Eu preciso construir isso neles. É difícil, porque a imagem é forte.* […]. *Tem esse discurso de acreditar no que passa na televisão. Olha passou na TV, isso é bom, vamos ter isso. Entendeu?* […]. *É difícil você competir com as coisas da TV* […]. (Agente parental, mãe, entrevista 20)

> *Não escondam nada para os filhos, porque não adianta esconder. A história da cegonha não deu certo há muito tempo e não vai dar daqui para frente. Não*

> *tem que esconder. Tem que explicar! A mídia coloca muita coisa dentro da sua casa e se você não souber explicar para os filhos não vai dar certo.* (Agente parental, mãe, entrevista 6)

Como visto, as narrativas das mídias para a maioria dos agentes parentais são importantes ferramentas de apoio para a promoção de diálogos com as crianças negras. Há consciência dos agentes parentais da ainda forte resistência de expressões racistas nas narrativas midiáticas e, por essa razão, eles expressam preocupação de tentar acompanhar a interação das crianças negras com as mídias com o objetivo de capacitar as crianças para interpretar essas narrativas de modo a preservar e desenvolver sua autoestima e confiança frente à força que essas narrativas podem impor em suas biografias.

Discussão dos resultados

Os agentes parentais, que socializaram suas experiências para fundamentar a matriz interpretativa desta pesquisa, estão com a responsabilidade de cuidar de crianças negras que se encontram nas fases iniciais de estruturação de seus *selves*. Arrisca-se indicar, com base nas diretrizes do interacionismo simbólico, que considerando as fases de desenvolvimento do *self* (imitação, brincadeira e jogo) (MEAD, 1932; NUNES, 2005), a maioria das crianças consideradas nesta pesquisa se encontra provavelmente no processo de avançar da fase "imitação" para a fase "brincadeira".

Desse modo, essas crianças já fazem uso da imitação ao interagir com os outros significantes (pais, familiares, professores, colegas etc.) em suas mediações sociais e, além de apenas reproduzir essas imitações, elas gradativamente estão entendendo os objetivos e as consequências que direcionam seus atos, pois elas já estão introduzidas no universo dos símbolos e, portanto, iniciaram o desenvolvimento de seus *selves*. Nesse avanço, elas também adquiriram as sutilezas do processo de linguagem que, logo, as inscrevem na fase "brincadeira".

As crianças apreendem para si as perspectivas dos indivíduos que respeitam e admiram a partir das experiências práticas dessa fase. Esses indivíduos, como indica o interacionismo simbólico, são os "outros significantes" considerados pelas crianças como modelos, que influenciam expressivamente essa fase de estruturação do *self*. Como visto, eles podem ser os pais, algum parente ou indivíduos muito próximos das crianças, como também podem ser "quaisquer personagens reais ou fictícios (super-heróis, artistas de cinema ou televisão etc.). Esses indivíduos ou personagens são responsáveis pela emergência do *self*, e isso ocorre com um significante de cada vez." (NUNES, 2005: 52). De acordo com João Horta Nunes, as narrativas midiáticas, especialmente "os outros significantes" que circulam em suas materialidades, também podem agir nessas passagens de edificação dos *selves* dos indivíduos.

Considerando o desenvolvimento do *self* na fase brincadeira, é pela passagem saudável e proveitosa nessa fase que as crianças adequadamente conseguem desenvolver suas atividades sociais, tanto em relação aos outros quanto a si mesma, utilizando o aprendizado assimilado com as interações com os seus "outros significantes". É no desdobramento gradativo dessa atividade complexa que o *self* social emerge e se estrutura.

É justamente nessa fase "brincadeira" de desenvolvimento dos *selves* que se percebe, pelas vozes dos agentes parentais, que as crianças negras geralmente começam a enfrentar suas primeiras experiências com as expressões do racismo sem compreenderem ainda as motivações e as sutilezas que estruturam esse "processo de hierarquização, exclusão e discriminação contra um indivíduo ou toda uma categoria social que é definida como diferente com base em alguma

marca física externa (real ou imaginada)" (LIMA; VALA, 2004: 402) ressignificada por atributos de inferioridade.

Desse modo, ao perceberem que as crianças negras que estão sob seus cuidados começaram a enfrentar suas primeiras experiências com o racismo, os agentes parentais sofrem um dolorido impacto psicológico e emocional diante dessa situação e dos desafios que ela impõe. Alguns dos agentes parentais inclusive sinalizam a consciência que já esperavam que essas situações acontecessem cedo ou tarde em suas vidas, pois sabem por experiência própria que a sociedade brasileira ainda é racista. Mas a realidade de testemunhar crianças negras começando a enfrentar e perceber essas situações é algo profundamente delicado e exige ações atenciosas e estratégicas para tentar neutralizar os impactos que essas experiências podem gerar na biografia das crianças.

Entretanto, identifica-se nesse cenário que todos os agentes parentais também negros expressam certa dificuldade para lidar com as situações advindas com as primeiras experiências das crianças com o racismo, tendo em vista que eles já carregam suas próprias marcas e dores produzidas pelo racismo ao longo de suas vidas. Essas marcas se tornam ainda mais profundas e doloridas frente à consciência dos agentes parentais de que as crianças negras estão sendo inscritas nesse ciclo de opressão identitária.

Nesse contexto, de um lado há os agentes parentais que não conseguem lidar e enfrentar essas situações e se omitem permitindo que as crianças negras por si mesmas desenvolvam no curso de suas relações sociais modos para compreender e enfrentar essas situações; no entanto, por outro lado há os agentes parentais que tentam lidar com os desafios dessas situações com a esperança de conseguir de algum modo proteger a dignidade e o bem-estar das crianças, porém nessas tentativas é perceptível observar certas dificuldades dos agentes parentais de como as conduzir adequadamente.

Pelos discursos das experiências dos agentes parentais que fundamentam esta pesquisa, constata-se a percepção que atualmente as crianças negras no Brasil, mesmo longe do ideal, estão tendo oportunidades de encontrar nas narrativas midiáticas representações mais qualificadas de indivíduos negros, oportunidade que seus agentes parentais quase não tiveram quando crianças.

Desse modo, as narrativas midiáticas da atualidade, ao inserirem os negros em posições positivas de destaque em narrativas midiáticas contraintuitivas com moderadores contraestereotípicos (LEITE, 2014; entre outros), começam a possibilitar um exercício simbólico e social pluridimensional tanto para as crianças negras (e indivíduos negros em geral) quanto para a sociedade em geral permitindo que "outros/novos" conteúdos sejam associados às imagens do negro e da negra no Brasil.

Esse movimento atrasado das narrativas midiáticas, na realidade de seus responsáveis (anunciantes, produtores e profissionais de mídia), que se testemunha atualmente pode colaborar para posicionar essas narrativas, bem como a imagem de seus patrocinadores, em linha com as demandas sociais e de mercado, que apontam para a necessidade urgente de consideração, respeito e inclusão da diversidade identitária nos contextos da mídia de modo mais efetivo.

Considerando as expressões das narrativas midiáticas, os dois perfis de agentes parentais identificados no quadro geral dos resultados desta investigação, isto é, aqueles que tentam lidar com as situações das primeiras experiências de crianças negras com o racismo e aqueles que não sabem como lidar com essas situações, apropriam-se das materialidades midiáticas de modo distinto para apoiar seus comportamentos na interação com as crianças negras.

Dessa maneira, os agentes parentais que não sabem lidar com essas situações acabam transferindo para as mídias o papel de desenvolver nas crianças, pelos efeitos cumulativos dos encontros delas com suas narrativas, a conscientização sobre as expressões do racismo na sociedade. Esses agentes parentais estão condicionados por suas próprias experiências com o racismo, essas que afetam e/ou afetaram o processo de desenvolvimento positivo de sua autoestima. A percepção dessa afetação é saliente em seus discursos, os quais fundamentam esta pesquisa, nos quais é possível localizar referências que inscrevem esses agentes parentais como detentores de baixa autoestima.

Já aqueles agentes parentais que tentam lidar com as situações das primeiras experiências das crianças negras com o racismo, também têm sua autoestima abalada por suas próprias experiências com o racismo, no entanto, eles controlam as expressões dessas experiências para priorizar o processo de cuidar do desenvolvimento e bem-estar social das crianças. Os agentes parentais conseguem demonstrar, tendo em vista suas próprias experiências, que as crianças negras são alvos fáceis para discriminação e racismo no dia a dia em todos os seus espaços de interação social, inclusive quando elas interagem com as narrativas midiáticas.

Para esses agentes parentais, as materialidades midiáticas também servem como suporte, assim como para os agentes parentais que não sabem lidar com as situações do racismo na vida das crianças negras, no entanto a diferença entre eles é que os agentes parentais que tentam lidar com as situações de racismo usam as mídias como suporte no processo de interação social e simbólica com as crianças negras, ou seja, eles não transferem às narrativas midiáticas o papel de orientação e conscientização das crianças negras.

Os agentes parentais que tentam lidar com as situações das primeiras experiências do racismo na vida de crianças negras sem nenhuma base de orientação teórica agem tendo as narrativas midiáticas como apoio para estimular nas crianças negras competências para que consigam interpretar o papel social das mídias e as expressões negativas e positivas que podem ser publicizadas em suas narrativas em relação a suas identidades. Na verdade, pode-se considerar que esses agentes parentais, grosso modo, vêm aplicando informal e intuitivamente em suas interações com as crianças negras ações que podem ser enquadradas na amplitude do conceito que academicamente estão denominando como “competências midiáticas” (BAUER, 2011), isto é, a capacidade de estimular indivíduos a desenvolverem habilidades críticas frente às dinâmicas de interação inscritas pelo consumo e usos midiáticos.

Enfim, esse contexto está em linha com o entendimento compartilhado nesta pesquisa sobre as expressões da midiatização (HEPP, 2014) na sociedade contemporânea ou no que Thomas A. Bauer define apropriadamente como “midialidade da comunicação” (BAUER, 2011), ou seja, a ampla presença das mídias no cotidiano e o potencial de seus usos e consumo contribuir, influenciar e inspirar as competências midiáticas de indivíduos para ações que promovam justiça social e cidadania.

Considerações finais

Os resultados edificados para responder a problemática norteadora desta investigação trouxeram uma interpretação, fundamentada nas vozes de agentes parentais brasileiros, bastante substancial do problema em pauta, porém revelando um foco pessimista sobre o despreparo latente dos agentes parentais de agirem efetivamente ao criarem práticas e processos para enfrentar o racismo diante dos desafios das primeiras experiências de crianças negras brasileiras com o racismo.

As ações diante dessas situações quando acontecem são de praxe reativas e improvisadas. Esse comportamento foi identificado na maioria dos discursos dos agentes parentais informantes desta investigação, independente de idade, classe econômica ou nível educacional. Notou-se ainda em seus discursos um tom muito acentuado de lamentação, conformismo e falta de perspectiva de mudanças, em longo prazo, de ações sociais que efetivamente combatam as manifestações racistas da sociedade. As narrativas midiáticas contraintuitivas com moderadores contraestereotípicos foram apontadas nesse contexto como tentativas de contribuição para esse combate, no entanto a circulação dessas narrativas na mídia ainda é muito baixa.

Referências

BABILÔNIA. 60'. *Globoplay*, 30 maio 2015. Disponível em: <https://goo.gl/CaiDvY>. Acesso em: 29 jun. 2017.

BALDIN, N.; MUNHOZ, E. M. B. Snowball (bola de neve): uma técnica metodológica para pesquisa em educação ambiental comunitária. In: CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO, 10., 2011, Curitiba. *Anais...* Curitiba: Champagnat, 2011. p. 329-341.

BAUER, T. O valor público da Media Literacy. *Líbero*, São Paulo, v. 14, n. 27, p. 9-22, 2011.

BIANCHI, E. M. P. G.; IKEDA, A. A. Usos e aplicações da grounded theory em administração. *Revista Eletrônica de Gestão Organizacional*, Recife, v. 6, n. 2, p. 231-248, 2008.

BLUMER, H. A natureza do interacionismo simbólico. In: MORTENSEN, C. D. *Teoria da comunicação*: textos básicos. São Paulo: Mosaico, 1980. p. 119-138.

BOYER, P. Comunicação, disciplina indiciária. *Matrizes*, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 73-88, 2008.

_____. *Religion explained*: the evolutionary origins of religious thought. New York: Basic Books, 2001.

_____. *The naturalness of religious ideas*: a cognitive theory of religion. Berkeley: University of California Press, 1994.

BRAGA, J. L. *A sociedade enfrenta sua mídia*: dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.

_____. Interação como contexto da comunicação. *Matrizes*, São Paulo, v. 6, n. 1-2, p. 25-41, 2012.

CHARMAZ, K. *A construção da teoria fundamentada*: guia prático para análise qualitativa. Tradução Joice Elias Costa. Porto Alegre: Artmed, 2009.

COCA-Cola adoção linda propaganda adotar alimenta a felicidade. 0'33''. *Gaaai filhos do coração*, Youtube, 17 jun. 2015. Disponível em: <https://goo.gl/FU8TjH>. Acesso em: 22 mar. 2017.

DEY, I. Contribuições de G. H. Mead para pensar a comunicação. In: COMPÓS, 10., 2007, Curitiba. *Anais...* Curitiba: UTP, 2007. p. 1-16.

_____. *Grounding grounded theory*: guidelines for qualitative inquiry. San Diego: Academic Press, 1999.

FRANÇA, V. V. Interações comunicativas: a matriz conceitual de G. H. Mead. In: PRIMO, A. et al. *Comunicação e interações*: livro da Compós. Porto Alegre: Sulina, 2008. p. 71-91.

FRY, P. Estética e política: relações entre "raça", publicidade e produção da beleza no Brasil. In: GOLDENBERG, M. *Nu & vestido*: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca. Rio de Janeiro: Record, 2002. P. 303-325.

GLASER, B.; STRAUSS, A. *The discovery of grounded theory:* strategies for qualitative research. New York: Aldine de Gruyter, 1967.

HEPP, A. As configurações comunicativas de mundos midiatizados: pesquisa da midiatização na era da "mediação de tudo". *Matrizes*, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 45-64, 2014.

HEPP, A.; KROTZ, F. Mediatized worlds: understanding everyday mediatization. In: _____. *Mediatized worlds*: culture and society in a media age. London: Palgrave, 2014. p. 1-15

HUTCHINSON, S. Education and grounded theory. In: SHERMAN, R. R.; WEBB, R. D. *Qualitative research in education*: focus and method. London: Falmer Press, 1998. p. 123-140.

KROTZ, F. Media, mediatization and mediatized worlds: a discussion of the basic concepts. In: HEPP, A.; KROTZ, F. (Eds.). *Mediatized worlds*: Culture and society in a media age. London: Palgrave, 2014. p. 72-87.

LEITE, F. Contraintuitivo e contraestereotípico na comunicação publicitária: distinções, articulações e complementariedades discursivas. *Revista Comunicação Midiática*. vol. 11, No 3: set/dez. 2016.

LEITE, F. *Experiências de interação de mulheres brasileiras com publicidade contraintuitiva:* Um estudo em Grounded Theory. Tese (Doutorado) - Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo/ Escola de Comunicações e Artes/ USP. São Paulo, 2015.

LEITE, F. *Publicidade Contraintuitiva*: Inovação no Uso de Estereótipos na Comunicação. Curitiba: Editora Appris, 2014.

LEITE, F. *A propaganda contraintuitiva e seus efeitos em crenças e estereótipos*. Dissertação (Mestrado) - Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo/ Escola de Comunicações e Artes/ USP. São Paulo, 2009.

LEITE, F.; BATISTA, L.L. A propaganda contraintuitiva e o efeito ricochete. *Galáxia* (PUCSP), 2008.

LIMA, M. E. O.; VALA, J. Serão os estereótipos e o preconceito inevitáveis? O monstro da automaticidade. In: LIMA, M. E. O; PEREIRA, M. E. *Estereótipos, preconceitos e discriminação*: perspectivas teóricas e metodológicas. Salvador: UFBA, 2004. p. 41-68.

LUCKMANN, B. The small life-worlds of modern man. *Social Research*, New York, v. 37, n. 4, p. 580-596, 1970.

MARTÍN-BARBERO, J. *De los medios a las mediaciones.* Barcelona: Gustavo Gili, 1987.

MEAD, G. H. et al. *Espiritu, persona y sociedad*: desde el punto de vista del condutismo social. Barcelona: Paidós, 1982.

NUGGETS Sadia – 100% peito de frango. 0'32''. *Arquivo da propaganda*, Youtube, 7 maio 2015. Disponível em: <https://goo.gl/b9ss3K>. Acesso em: 22 mar. 2017.

NUNES, J. H. *O interacionismo simbólico e a dramaturgia*: a sociologia de Goffman. São Paulo: Humanitas; Goiânia: UFG, 2005.

SHIBUTANI, T. Reference groups as perspectives. *American Journal of Sociology*, Chicago, v. 60, n. 6, p. 562-569, 1955.

STRAUSS, A. A social world perspective. *Studies in Symbolic Interaction*, Greenwich, v. 1, n. 1, p. 119-128, 1978.

TAROZZI, M. *O que é grounded theory?*: metodologia de pesquisa e de teoria fundamentada nos dados. Trad. de Carmen Lussi. Petrópolis: Vozes, 2011.

THOMPSON, J. B. *A mídia e a modernidade*: uma teoria da mídia. Tradução Wagner de Oliveira Brandão. Petrópolis: Vozes, 1998.

UPAL, M. A. What is more memorable counterintuitive concepts interpreted metaphorically or literally? In: ANNUAL MEETING OF THE COGNITIVE SCIENCE SOCIETY, 29., 2017, Mahwah. *Proceedings…* Mahwah: Lawrence Erlbaum, 2007. p. 1581-1586.

UPAL, M. A. et al. Contextualizing counterintuitiveness: how context affects comprehension and memorability of counterintuitive concepts. *Cognitive Science*, Norwood, v. 31, n. 3, p. 415-439, 2007.

 DOI: 10.11606/issn.2238-7714.no.2017.131691

Jornalismo e subjetividade: a poética da grande reportagem[1]

Renato Essenfelder

Professor e pesquisador do Programa de Mestrado Profissional em Produção Jornalística e Mercado da ESPM-SP, em que coordena a linha de pesquisa Produção de Conteúdo. É doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo, e mestre em Língua Portuguesa pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Jornalista e colunista do Portal Estadão fez carreira como repórter e editor nos maiores jornais brasileiros e, atualmente, conduz pesquisas nos campos da narratologia aplicada ao jornalismo e da ética.
E-mail: renato.essenfelder@espm.br.

Resumo: O artigo é resultado do projeto desenvolvido no âmbito do Grupo de Pesquisa Produção de Conteúdo, ligado ao Mestrado Profissional em Produção Jornalística e Mercado da ESPM-SP, e aplica o método da Análise Pragmática da Narrativa Jornalística para mapear e analisar as estratégias de subjetivação em uso em uma grande reportagem do site Brio, especializado em jornalismo de longo formato. Na reportagem selecionada, que aborda a maior tragédia ambiental da história do país, ocorrida em Mariana (MG) no final de 2015, verificou-se que os recursos típicos da literatura que aparecem com mais frequência e evidência são metáforas e expressões realçadoras da intensidade dramática do relato, como adjetivos e advérbios. No texto, o uso de recursos típicos da literatura parece estar a serviço não apenas de uma preocupação estética, mas também, paradoxalmente, de um esforço de autenticação do discurso jornalístico como portador da verdade ao sublinhar a presença do repórter *in loco* no local da tragédia, frente a frente com suas vítimas.

Palavras-chave: Jornalismo literário; Reportagem; Grande reportagem; Narrativa; Análise pragmática da narrativa jornalística.

Title: Journalism and subjectivity: the poetics of the large report

Abstract: The article is a result of a project developed within the scope of the Content Production Research Group, linked to the Professional Masters in Journalistic Production and Market of ESPM-SP, and applies the Pragmatic Analysis of Journalistic Narrative method to map and analyze the strategies of subjectivation in use in a large report of the site *Brio*, specialized in long format journalism. In the selected article, which addresses the greatest environmental tragedy in the country's history, which occurred in Mariana, in the state of Minas Gerais/Brazil, at the end of 2015, it was verified that the typical features of the literature that appear more frequently are metaphors and expressions that emphasize the dramatic intensity of the story, such as adjectives and adverbs. In the text, the use of typical literature features seems to serve not only an aesthetic concern, but also, paradoxically, an effort to authenticate journalistic discourse as truth-bearer, by emphasizing the presence of an on-site reporter, face to face with the tragedy's victims.

Keywords: Literary journalism; Report; Large report; Narrative; Pragmatic analysis of journalistic narrative.

[1] Uma versão deste trabalho foi apresentada no IX Simpósio Nacional da ABCiber, em São Paulo, SP, dezembro de 2016.

Introdução

Embora os manuais de redação e de jornalismo tentem, de modo geral, negar a dimensão narrativa dessa atividade, buscando equipará-la a um relato fidedigno da "verdade dos fatos", essa perspectiva não resiste a um exame mais aprofundado.

Entende-se que tal preocupação esteja associada ao próprio *ethos* do campo jornalístico, em cujo núcleo, ao longo da maior parte do século XX, encontramos os valores da objetividade e da imparcialidade. Como que para confirmar esse paradigma, o jornalismo enquanto técnica muitas vezes confina o repórter aos limites de uma máquina, tornando-o uma caricatura despersonalizada, dessubjetivada, negando seu reconhecimento como ser humano pleno.

A afirmação pode soar exacerbada, mas não é. Negar a dimensão narrativa do jornalismo é negar a própria humanidade do jornalista, pois "o jornalista não divulga, constrói mundos. Não é uma máquina, mas um narrador: um autor das narrativas da contemporaneidade" (ESSENFELDER, 2016: 45).

Neste estudo, investigamos um formato de excelência da narrativa jornalística – a grande reportagem – para mapear e analisar as estratégias narrativas em uso, em especial os recursos que aproximam o texto da literatura, como a construção de personagens, o encadeamento de conflitos e a própria linguagem empregada. Assim, esperamos ao mesmo tempo contribuir para a difusão do paradigma do jornalista como autor-criador de histórias reais e, também, avançar no entendimento da estrutura de texto que novos veículos jornalísticos estão aplicando em suas narrativas na internet e como estas dialogam com o campo da arte.

Lembramos, inicialmente, a partir dos estudos de Motta (2005a), que narração e narrativa não são caprichos de artistas ou indivíduos ditos criativos, são uma necessidade de nossa espécie: "Narrar é uma prática humana universal, trans-histórica, pancultural. Todos os povos, culturas, nações e civilizações se construíram narrando" (MOTTA, 2005a: 6).

Para além da reivindicação do *status* narrativo do jornalismo, apresentaremos uma análise de reportagem para explicitar os recursos narrativos que a grande reportagem jornalística, um dos gêneros mais nobres do campo, pode utilizar para tecer a história do presente – tanto em termos de estrutura como em termos de cuidadosos recursos de linguagem que aproximam a grande reportagem da arte. Para tanto, aplicamos o método da Análise Pragmática da Narrativa Jornalística (MOTTA, 2007) à primeira parte da reportagem "A morte do Caboclo d'Água" (Figura 1), do site de jornalismo independente Brio, lançado em 2014 e já reconhecido e premiado em mais de uma ocasião. No Brio, chamam atenção a qualidade dos textos, a fidelidade à estrutura do jornalismo de longo formato (ou *longform journalism*), a liberdade criativa dos repórteres e o desejo explícito de inovar na forma de contar histórias – no caso, a história da tragédia ambiental de Mariana (MG) após o rompimento da barragem da Samarco em novembro de 2015.

Figura 1: Abertura da reportagem "A morte do Caboclo d'Água" (MENDES; SALVO, 2016)

O Brio foi selecionado para essa análise a partir do banco de dados produzido por levantamento do ESPM Media Lab[2] com mais de 120 iniciativas inovadoras em jornalismo digital. Separamos as 37 iniciativas brasileiras constantes da lista e, a partir de então, filtramos os resultados segundo os critérios: (1) formato, pois em alguns casos a iniciativa listada não compreendia uma reportagem, mas sim experiências de jornalismo colaborativo, como mapas colaborativos; (2) independência, pois foram excluídas as iniciativas ligadas a grandes grupos de mídia, como Abril e UOL, em uma tentativa de compreender melhor como grupos menores e mais novos, nativos digitais, estão trabalhando com as narrativas jornalísticas; (3) geográfico, pois, apesar de serem iniciativas digitais, buscamos iniciativas mais próximas do pesquisador, em São Paulo, que possibilitem um aprofundamento em pesquisas posteriores, com entrevistas pessoais e estudos de caso. Sobre o Brio, sumariza Deak:

> Uma plataforma com mais de 20 jornalistas independentes, alguns deles com prêmios Pullitzer e Esso, que apostam no leitor como forma de financiamento: não aceitam publicidade; vendem reportagens avulsas, ou assinaturas mensais. De cada venda, o site fica com 45% e os jornalistas autores com 55%. Grandes reportagens, dos lugares mais incríveis do planeta, fazem parte do acervo. Também têm a seção *watchdog*, com reportagens investigativas patrocinadas por fundações e distribuídas gratuitamente. Uma delas é sobre o BNDES. Com cinco meses de existência, ganharam o prêmio CNT Bio de jornalismo para internet, em novembro de 2015. (DEAK, 2016)

Este estudo faz parte de uma pesquisa mais abrangente desenvolvida no âmbito do Grupo de Pesquisa em Produção de Conteúdo do Mestrado Profissional em Produção Jornalística e Mercado da ESPM-SP, coordenado pelo autor.

A dimensão narrativa do jornalismo

Mas, se narrar é necessário, o que é a narrativa? O termo comporta muitas definições. Inicialmente, podemos entendê-lo como "relato de determinada sequência de acontecimentos reais ou inventados" (MINCHILLO; CABRAL, 1989: 1). Em dicionários como o Aurélio (NARRATIVA, 2016), a palavra narrativa é definida como sinônimo de "história". Na tradição escolar, conforme recorda Maria Inez Matoso Silveira:

> Além de ser um tipo de texto bem marcado, a narrativa é também muito flexível, já que pode realizar diferentes tipos de discurso. Assim sendo, a narrativa aparece na própria narração, na instrução, na exposição, na descrição e na argumentação. A recíproca. porém, não é verdadeira: nenhum outro tipo de texto pode realizar a narração, pois o discurso narrativo tem como característica intrínseca a chamada juntura temporal que não pode ser alterada, sob pena de se modificar seriamente o conteúdo semântico da narrativa. (SILVEIRA, 1999: 286)

Nas últimas décadas os estudos sobre a narrativa, prossegue Silveira (1999), já extrapolaram a teoria da literatura e passaram a despontar em áreas como, entre outras, a linguística textual e a psicologia cognitiva.

Não à toa, a relação entre narrativa e identidade, ou entre a narrativa e a constituição do(s) sujeito(s), é destacada por autores de diversos campos. O antropólogo John Niles (1999), por exemplo, afirma que o advento da narrativa é a base para o desenvolvimento da espécie humana. Narrando, formaram-se todas as civilizações, todas as culturas. Roland Barthes et al. (1971), um dos principais pensadores dessa área, observou que a narrativa está presente em todos os tempos, em todos os lugares, em todas as sociedades, e "começa

[2] O levantamento completo está disponível em: <https://goo.gl/TNakPK>. Acesso em: 13 fev. 2017.

com a própria história da humanidade". Estudar a narrativa é, para Ricouer (1994), estudar a forma como os seres humanos vivenciam e representam o tempo. É, também, o estudo de como o homem vivencia e significa o próprio mundo. Conforme outro pesquisador importante da área, o norte-americano Jerome Bruner:

> Começa a ficar claro porque a narrativa é um veículo tão natural para a psicologia popular. Ela lida (quase que a partir da primeira fala da criança) com o material da ação e da intencionalidade humana. Ela intermedeia o mundo canónico da cultura e o mundo mais idiossincrático dos desejos, crenças e esperanças. Ela torna o excepcional compreensível e mantém afastado o que é estranho, salvo quando o estranho é necessário como um tropo. Ela reitera as normas da sociedade sem ser didática. Ela pode até mesmo ensinar, conservar a memória ou alterar o passado. (BRUNER, 1997: 52)

Para a jornalista e pesquisadora Cremilda Medina, a narrativa é o resultado da capacidade do homem de organizar o caos. "Da capacidade de produzir sentidos, ao narrar o mundo, o *sapiens* organiza o caos em um cosmos. O que se diz da realidade constitui uma outra realidade, a simbólica" (MEDINA, 2006: 67). Roland Barthes (1971) enfatiza que a história da narrativa "começa com a própria história da humanidade". Somos, para Foucault (2000), "seres de linguagem, e não seres que possuem linguagem".

Por isso, reconhecer a dimensão narrativa do jornalismo, revendo desde seus manuais de redação mais técnicos até o ensino nas escolas de jornalismo, e aprender mais sobre ela não apenas enriquece nossa experiência como autores e leitores, mas valoriza e dignifica o próprio jornalismo, fragilizado no cenário contemporâneo de crise de paradigmas.

Narratividade em "A morte do Caboclo d'Água"

Seguindo a metodologia proposta por Motta (2007), a análise pragmática da narrativa jornalística, e aplicando métodos da análise de conteúdo à reportagem "A morte do Caboclo d'Água" (MENDES; SALVO, 2016), procuramos identificar os elementos que nos permitem afirmar não apenas que o texto em questão é uma autêntica narrativa, mas, além disso, precisar quais recursos narrativos estão sendo mobilizados para gerar *efeitos de objetivação* e de *subjetivação* e para analisar, ainda, como se dá a composição narrativa em termos de personagens e conflitos.

Com este estudo, pretendemos, portanto, ao mesmo tempo alargar as fronteiras do entendimento do jornalismo como narrativa e, também, mapear os recursos atualmente em uso em grandes reportagens da internet para compreender melhor sua função no contexto jornalístico.

Motta (2007) desenvolveu uma metodologia de análise que dialoga com a narratologia e a transporta ao universo jornalístico. Seu método compreende seis etapas – que o autor denomina *movimentos*. São eles: (1) recomposição, no caso de série de notícias ou reportagens, de intriga ou acontecimento jornalístico; (2) identificação dos conflitos e da funcionalidade dos episódios; (3) análise da construção das personagens jornalísticas (no nível discursivo); (4) análise de estratégias comunicativas; (5) apontar a relação comunicativa e o "contrato cognitivo" entre narrador e narratário e, por fim, (6) identificar os significados de fundo moral ou fábula da história.

O autor sugere, ainda, que os movimentos metodológicos de análise pragmática da narrativa jornalística sejam adaptados pelo analista de acordo com sua realidade e seus objetivos. No caso em questão, optamos por proceder aos

movimentos 2, 3 e 4, que se mostraram os mais alinhados à nossa proposta, para analisar o primeiro ato da reportagem "A morte do Caboclo d'Água".

Iniciamos o trabalho pelo segundo movimento, que é o de *identificação dos conflitos e da funcionalidade dos episódios*. É em torno do conflito que os demais elementos de enredo se organizam, o que lhe confere o status de núcleo da narrativa, segundo Motta (2007). A partir do conflito encontramos os episódios da narrativa e identificamos suas funções. Os episódios são, por sua vez, unidades narrativas intermediárias, "que relatam ações relativamente autônomas, as quais vão gerando as transformações narradas ao longo da história" (DÜREN, 2013: 112). Motta (2007) sugere que os episódios sejam batizados conforme sua função – situação estável, clímax, vitória, desfecho, punição, recompensa, etc. Analisando os episódios podemos perceber como o autor tece a narrativa de forma a criar, no público, efeitos de tensão, humor, medo, suspense, etc.

No terceiro movimento faremos a quantificação e análise das personagens jornalísticas citadas na reportagem. No quarto movimento, faremos a análise de estratégias comunicativas, buscando em especial identificar recursos usados para produzir certos efeitos de sentido. Motta (2005b) sugere que seja feita uma distinção entre *estratégias de objetivação* e *estratégias de subjetivação* na classificação desses dispositivos.

As primeiras, as estratégias de objetivação, buscam criar no leitor a sensação de verdade, de absoluto realismo, reforçando o status do jornalismo como discurso autorizado a reproduzir a realidade. No jornalismo, o efeito autenticador do texto pode ser produzido de diversas maneiras, como a identificação de dados referentes a locais ou períodos empiricamente verificáveis, reprodução de falas no discurso direto (como se o jornalista não fosse parte da história), reprodução exata de cifras e grandezas variadas, uso de números e estatísticas em geral, citação de documentos, entre outros.

Já as estratégias de subjetivação estão ligadas aos efeitos poéticos que o texto constrói, provocando emoções no leitor. Segundo Motta:

> Tal como os efeitos de real, recursos da retórica jornalística induzem os leitores, ouvintes e telespectadores a diversos tipos e graus de comoção. Esses recursos abundam nas manchetes e títulos tanto quanto nos textos, tanto nas ilustrações e charges como nas fotografias e imagens televisivas. Estão nas escolhas léxicas, no uso de verbos prospectivos, verbos de sentimento, verbos negativos, verbos de conselho, de advertência, etc.; no uso de adjetivos afetivos, potenciais ou adjetivos de possessão; no uso de substantivos estigmatizados como terroristas, radicais, pivetes, etc. Estão nas exclamações, interrogações, comparações, ênfases, repetições e reticências, mais comuns no noticiário que se pensa. Estão nas figuras de linguagem (metáforas, sinédoques, sinonímia, hipérboles). Estão nas ironias e paródias, que abrem âmbitos de significação. Estão nos conteúdos implícitos, nas implicaturas de advérbios como "apenas", "de novo", "só", "ainda", comuns nas manchetes. Estão nas pressuposições e tantos outros recursos linguísticos e extra linguísticos que proliferam na linguagem jornalística verbal e audiovisual. É impossível enumera-los ou classifica-los, tal a sua abundância no noticiário. (2005: 10-11)

Para executar a contento o movimento de análise das estratégias comunicativas, elaboramos, a partir dos estudos de Düren (2013), as seguintes categorias de classificação de recursos expressivos. Quanto às estratégias de objetivação, buscamos no *corpus* as seguintes ocorrências:

- Descrição funcional e didatismos: descrição de pessoa, objeto, cenário ou ação com uma finalidade clara ligada à interpretação da história ou então com fins didáticos.

- Citações literais (travessão e aspas): emprego do discurso direto para sinalizar a fala dos entrevistados.
- Números/estatísticas: emprego de numerais para objetivar a narrativa.
- Nomes próprios: citação do nome completo das personagens.
- Instituições: identificação de empresas, associações, ONGs, fundações etc.).
- Lugares: localidades identificadas no texto.
- Datas e horários.

Quanto às estratégias de subjetivação, buscamos identificar:

- Descrição pormenorizada: ao contrário da descrição funcional, cujo propósito está claro no contexto informativo do jornalismo, nesse caso a descrição detalhada não acrescenta informação para o entendimento do fato enquanto fato. Acrescenta apenas informação subjetiva, impressionista: se uma personagem tem "ar de garotão", por exemplo, como ocorre na reportagem analisada.
- Figuras de linguagem: metáforas, metonímias, hipérboles, eufemismos, onomatopeias, entre outras.
- Verbos de expressão subjetiva: agrupamos sob esta rubrica o que Motta designa como "verbos prospectivos, verbos de sentimento, verbos negativos, verbos de conselho, de advertência etc." (MOTTA, 2005: 12).
- Ênfase/intensidade: trechos em que o autor realça o apelo dramático de um momento da história por meio de adjetivos, pontuação (exclamações, reticências) ou pelo emprego de figuras de linguagem específicas.

Embora tenhamos realizado a classificação das estratégias de objetivação na pesquisa concluída no âmbito do Grupo de Pesquisa Produção de Conteúdo, da qual se origina este trabalho, não iremos aprofundar a questão nesse espaço por considerarmos que tais estratégias são razoavelmente conhecidas pela comunidade acadêmica e que há ampla literatura sobre elas. Por tal motivo optamos por nos concentrarmos no aspecto menos citado por estudos da área: as estratégias de subjetivação efetivamente empregadas no texto jornalístico – em especial, na grande reportagem veiculada na internet contemporaneamente.

Sobre os conflitos (segundo movimento de análise proposto por Motta), identificamos no conjunto da reportagem "A morte do Caboclo d'Água", em uma primeira leitura, um conflito central: homem versus natureza. É a história de como homens e mulheres comuns e de pouca instrução, de uma minúscula cidade mineira, tentam se salvar da fúria destruidora da natureza: a inundação de água e lama que varre territórios inteiros. Já uma segunda análise revela a ocorrência de um segundo conflito, o do Homem versus corporação (cujo tema de fundo é a ganância). À medida que o texto avança, vemos como a mineradora Samarco contribuiu para o acidente com medidas que visavam tão somente maximizar lucros.

Se comparamos essa reportagem a uma novela – e defendemos aqui a classificação de *reportagem-novela* para textos do tipo – falaria de homens lutando contra a força da natureza, enquanto ambos sofrem as consequências

da ganância de megacorporações como a Samarco. Em paralelo, observaríamos conflitos menores em andamento, como, no caso, (1) a luta das famílias para salvarem a si próprias e os seus pertences, e (2) a luta de moradores para alertar vizinhos e amigos sobre o rompimento da barragem.

A narrativa de "A morte do Caboclo d'Água" se move entre esses eixos, de conflito em conflito, não em linha reta, como seria de se esperar em um texto jornalístico, mas numa espiral que percorre várias dimensões narrativas repetidas vezes. O diagrama a seguir ilustra esse processo em "A morte do Caboclo d'Água".

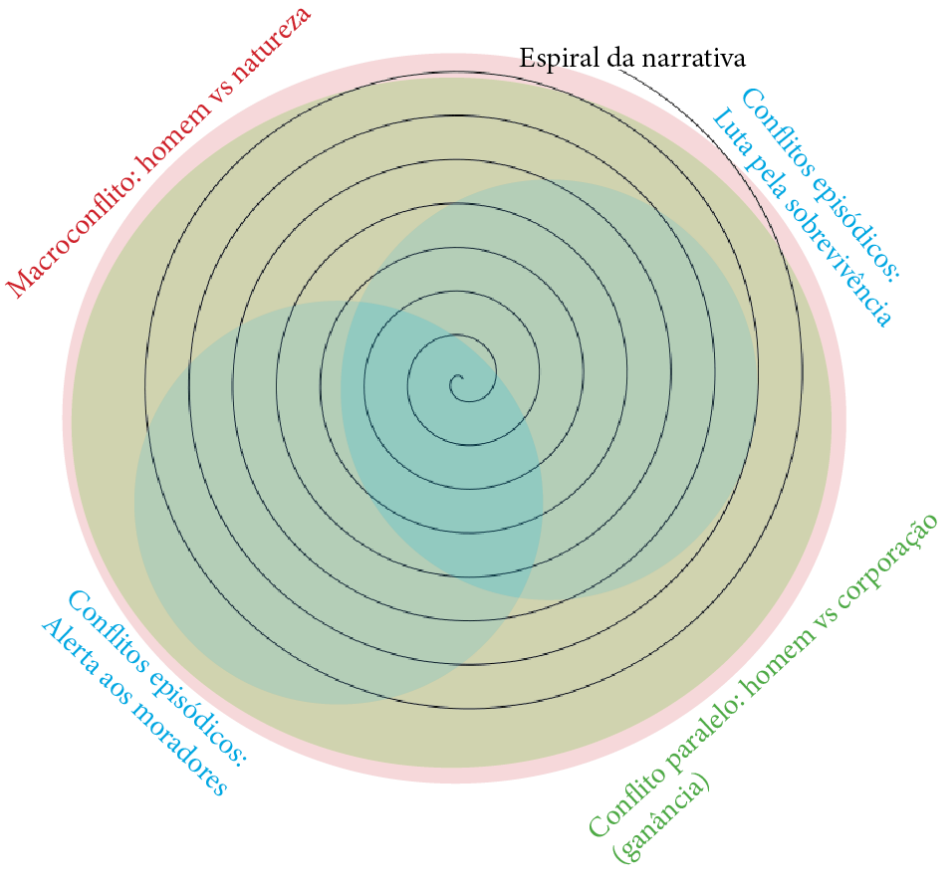


Figura 2: Espiral narrativa em relação aos conflitos de "A morte do Caboclo d'Água"

No jornalismo noticioso, afeito ao uso do *lead*, a leitura é, em geral, linear: avança do ponto A ao ponto B sem muitas surpresas ou rodeios. Já em "A morte do Caboclo d'Água", o narrador abre o texto (Ato 1) com acontecimentos miúdos, informações sem importância crucial: o cotidiano de um motorista de caminhão da Samarco. Logo abaixo, o autor introduz um clímax: a barragem que se rompe e provoca a tragédia ambiental em Mariana (MG) – indo, portanto, do desimportante ao importante. No Ato 2, o conflito gira em torno do desespero das primeiras horas pós-vazamento. No Ato 3, as autoras promovem uma digressão histórica sobre a Samarco. No Ato 4, narram-se a limpeza e a contabilização de perdas dos moradores. Por fim, no Ato 5, um balanço geral da tragédia e as investigações sobre suas causas.

Nos atos 2 e 5 é que surge a história do Caboclo d'Água, que intitula a reportagem. Descobrimos que se trata de uma estátua monstruosa existente na região, de um ser folclórico que mataria pessoas e animais, como um *chupa-cabras*. No texto, o Caboclo incorpora a metáfora da besta que é ora a natureza selvagem, provocada, ora o castigo da ganância dos homens. A Tabela 1, a seguir, aponta as tramas de cada ato da reportagem, seu tamanho e os intertítulos utilizados. No total, o texto possui 103.453 caracteres – ou cerca de 40 páginas em *Word* seguindo as

normas da ABNT. Uma reportagem dessa extensão poderia, no contexto literário, ser comparada a uma *novela*.

Ato	Trama	Intertítulos	Extensão *(caracteres com espaços)*
Ato 1	O rompimento da barragem; primeiras reações; incredulidade.	O chão treme. Um gabinete de crise no bar.	13.629
Ato 2	A luta pela sobrevivência e para alertar o povoado da tragédia.	Papo de caboclo. "Não era algo de Deus."	16.916
Ato 3	Uma digressão histórica: a chegada da Samarco à região. Questões burocráticas e suspeitas a respeito de outras questões ambientais da empresa.	O Antes.	22.481
Ato 4	*Day after* da tragédia na comunidade. Limpeza. Constatação das perdas.	Enterro dos ossos. O que a lama roubou.	13.570
Ato 5	*Day after* da tragédia para os trabalhadores da Samarco. Investigações. Histórico das licenças ambientais específicas da barragem rompida.	Tragédia em muitos atos. Leis da física. Não quero o barro.	36.857

Tabela 1: Divisão de tramas por Ato de "A morte do Caboclo d'Água"

O último ato é o mais longo de todos, o que parece aproximar a obra de uma morfologia literária, quando no último ato se realiza o balanço de todas as ações (e omissões) que levaram à tragédia e se apresenta um desfecho – aliás, bastante poético, de novo recorrendo à metáfora da estátua do Caboclo d'Água para amarrar um desfecho inconclusivo. Como segue:

> No portal de Barra Longa, a lama compete com a escultura do Caboclo d'Água. Enquanto esperam para ver quem vence essa disputa pela cidade, os moradores protestam para ter sua Barra Longa de volta. No último dia 5 de dezembro, a mãe de Toninho Papagaio, Maria Lopes do Carmo, 82 anos, conhecida como Dona Maria Papagaio, mesmo cega e na cadeira de rodas, protestava como podia, com o seguinte cartaz no peito:
>
> Quero a Barra dos meus filhos
> Quero a Barra dos meus netos
> Quero a Barra dos meus bisnetos
> Quero minha Barra Longa
> Quero a Barra
> Não quero o Barro. (MENDES; SALVO, 2016)

No que diz respeito às personagens, nosso levantamento apontou a existência de 78 fontes de informação citadas no texto. Entre as cinco mais recorrentes na matéria, considerando a integralidade da reportagem, encontramos: Antônio Eusébio do Carmo, o Toninho Papagaio (35 menções), Ministério Público de Minas Gerais (24), Renato, motorista de caminhão de uma empreiteira que presta serviços para a Samarco (22), Copam – Conselho Estadual de Política Ambiental

de Minas Gerais (16), e Feam – Fundação Estadual do Meio Ambiente de Minas Gerais (14).

Além dessas, convém ressaltar que o Caboclo d'Água, descrito como "figura monstruosa, mistura de humano e gorila, que habitaria as águas do [rio] Carmo" é citado dez vezes na reportagem, o que o colocaria na oitava posição entre as fontes mais recorrentes no texto, caso o considerássemos fonte. O fenômeno ilustra a força metafórica do texto e, novamente, o aproxima da literatura.

Também cabe destacar que, das três fontes mais citadas, duas são pessoais (e pessoas comuns, um taxista e um motorista de caminhão, sem status de "autoridades") e a restante, uma instituição, o MP-MG. Esse balanço é revelador de como as autoras dão mais importância à narrativa dos cidadãos comuns como protagonistas e autoridades efetivas, portanto, para falar daquela tragédia.

A reportagem se aproxima da literatura não apenas no que tange ao número de menções de personagens comuns que fazem coisas extraordinárias, mas também considerando o contexto e tratamento delas no texto.

Estratégias de objetivação e de subjetivação

O mapeamento e análise das estratégias de objetivação e de subjetivação empregadas no Ato 1 de "A morte do Caboclo d'Água" revela uma complexa rede composta por 177 estratégias narrativas, sendo 67 de subjetivação e 110 de objetivação. Como seria de se esperar, dadas as características do texto jornalístico clássico – em que Lage (2006) vê o primado da clareza –, recursos objetivos são de fato mais frequentes no texto. Não obstante, a quantidade de estratégias mobilizadas pelas autoras para expressar signos subjetivos, com valor emocional ou estético, e, com isso, conquistar a adesão de seus leitores, impressiona. Mais do que isso, as estratégias de subjetivação aparecem entranhadas na própria estrutura narrativa e não restritas a determinado momento do texto (a abertura ou o final, por exemplo). Ao contrário: o texto inteiro flerta com a linguagem do romance.

Quantitativamente, as estratégias aparecem com a seguinte frequência:

Sistema de Códigos				
Estratégias de subjetivação				0
Descrição pormenorizada	11			11
Figuras de linguagem	20			20
Verbos de sentimento	12			12
Ênfase / intensidade	24			24
Estratégias de objetificação				0
Citações em aspas e travessões	21			21
Descrição funcional e didatismos	10			10
Estatísticas e números	17			17
Nomes	12			12
Instituições	5			5
Lugares	27			27
Datas, horários etc.	18			18
SOMA	177	0	0	177

Tabela 2: Ocorrências de estratégias de subjetivação e de objetivação

Todos os recursos previamente definidos foram encontrados em nosso *corpus*. No tocante às estratégias de subjetivação, surpreende a variedade e a quantidade de estratagemas em uso. Das quatro categorias de subjetivação propostas, a mais frequente foi de "ênfase/intensidade" (com 24 ocorrências). Esse tipo de recurso é usado para realçar o apelo dramático de um momento da história – em geral, manifestado por adjetivos, pelo uso da pontuação (por exemplo exclamações e reticências) ou pelo emprego de figuras de linguagem específicas. Entre os adjetivos usados no texto, ressaltamos construções como "volume magistral", "lama [que] avançava impiedosamente" e "vazando violenta e descontroladamente sobre a natureza".

A outra estratégia de subjetivação mais usada na reportagem foi a "figura de linguagem", mais especificamente, as metáforas. Elas aparecem em trechos como "sopa lamacenta", "nacos de montanha", a lama que desce "engolindo tudo" ou "mar de lama". A metáfora é, aliás, uma marca importante da reportagem, pois dá o tom de todo o texto, desde o título.

Considerações finais

Pretendemos neste trabalho identificar algumas das principais estratégias que uma grande reportagem de internet se utiliza, em diálogo com a literatura, para seduzir o leitor – ao mesmo tempo ajudando a autenticar a narrativa, inserindo-a no campo da não-ficção, e causando efeitos como a comoção ou o deleite estético.

Após uma minuciosa análise do *corpus,* composto parte pelo texto integral da reportagem "A morte do Caboclo d'Água" (para identificar personagens, fontes de informação e conflitos), parte pelo seu primeiro ato apenas (para esmiuçar as estratégias de objetivação e de subjetivação), mostramos que os recursos que flertam com a linguagem literária que aparecem com mais frequência no texto foram figuras de linguagem, principalmente metáforas, e expressões que sublinham a dramaticidade dos fatos narrados, em especial adjetivos e advérbios de modo.

Pudemos ver que os recursos da narrativa literária usados nessa reportagem estão dispostos de maneira orgânica na narrativa, ou seja, fazem parte de sua concepção e não aparecem concentrados em determinado trecho do texto. Assim, o texto jornalístico-literário se realiza desde a etapa de concepção da pauta até a edição final do texto. É um projeto que abrange toda a reportagem e não um recurso de edição ou de redação acrescentado *a posteriori*. Isso porque demanda esforços adicionais do jornalista na elaboração de sua pauta e, principalmente, na pesquisa de campo, na observação dos fenômenos a serem narrados e de suas personagens, mais ricamente trabalhadas.

A estrutura do texto se mostrou também peculiar em relação às construções do jornalismo informativo. Os episódios, marcados por conflitos bem delimitados, vem e vão na narrativa em uma forma espiralada ou elíptica e não em linha reta. Como numa novela, diversos núcleos dramáticos se intercalam.

Dos cinco atos da reportagem, notamos que o mais longo, com quase o triplo da extensão dos anteriores, é o último. Essa opção é típica de obras artísticas como romances, em que o último ato é decisivo, em que o clímax e epílogo dos eventos narrados se apresentam – ao contrário do que acontece no jornalismo informativo, no qual se dá mais importância ao que ocorre no início dos textos.

Por fim, cumpre notar o rico trabalho de desenvolvimento e apresentação das personagens. Além disso, a opção por fontes "anônimas" marca o texto. Basta lembrar que a personagem mais citada no texto, o taxista "Toninho Papagaio", aparece nele 35 vezes. É mais que o triplo das ocorrências da fonte oficial mais citada nominalmente, o promotor de Justiça Carlos Eduardo Ferreira Pinto.

Além disso, ao volume de citações se soma também uma preocupação qualitativa. Toninho não é apenas "um taxista", mas, entre diversas menções, alguém "de cabelos brancos até os ombros, com ar de garotão reforçado pelos óculos escuros servindo de tiara" (MENDES; SALVO, 2016).

O texto jornalístico-literário analisado parece se constituir, no nível narrativo, sobre o tripé linguagem – estrutura – personagens. É interessante notar, ainda, que os recursos provenientes da literatura que aparecem no texto em questão não obedecem apenas a uma função estética, despertando maior interesse e prazer no leitor, mas também são elementos *autenticadores*, ou seja, geram efeito de realidade (BARTHES, 1984). Isso acontece em diversos momentos do texto, em especial nas descrições que a um só tempo seduzem, ambientam o leitor e também marcam a presença do repórter na história: dos olhos do repórter, ouvidos do repórter, faro do repórter. A literatura no jornalismo agrada pelo esmero que exige na preparação dos textos e também parece demonstrar a imensa intimidade do repórter com seu objeto de análise.

Embora pareça paradoxal, notamos, com Barthes (1984), que ao *naturalizar* o leitor a determinado cenário/ambiente, os recursos de subjetivação autentica o discurso do repórter: efeito fundamental no discurso jornalístico, considerando o pacto de verdade que historicamente se estabeleceu entre jornalistas e audiência.

Jornalismo e literatura, ao se encontrarem na grande reportagem de internet – ainda incorporando, no Brasil, os recursos multimídia –, atualizam-se para o século XXI e se tornam mais complexos e interessantes, como constatou Soster (2012). Em tempos de crise de paradigmas no universo jornalístico, e em tantos outros, cabe ouvir as contribuições que a narrativa, a mais ancestral e necessária forma de significação do mundo, tem a oferecer ao campo em toda a sua riqueza e multiplicidade.

Referências

BARTHES, R. O efeito de real. In: BARTHES, R. et al. *Literatura e realidade* (que é o realismo?). Tradução Tereza Coelho. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1984. p. 87-97.

BARTHES, R. et al. *Análise estrutural da narrativa*. Petrópolis: Vozes, 1971.

BRUNER, J. *Atos de significação*. Porto Alegre: Artes Médicas, 1997.

DEAK, A. Conheça 60 casos de narrativas inovadoras do jornalismo. *The Huffington Post Brasil*, São Paulo, 26 jan. 2016. Disponível em: <https://goo.gl/9uwlFC>. Acesso em: 10 jul. 2016.

DÜREN, R. L. *Mais real que a realidade*: a obra 1808 e o uso de elementos da narrativa literária pelo jornalismo. 2013. 204 f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, 2013. Disponível em: <https://goo.gl/UbqLN0>. Acesso em: 07 jul. 2016.

ESSENFELDER, R. De transmissor a narrador: desconstrução de estereótipos sobre jornalistas. *Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo*, Brasília, DF, v. 6, n. 18, p. 31-47, jan./jun. 2016.

FOUCAULT, M. *As palavras e as coisas.* São Paulo: Martins Fontes, 2000.

LAGE, N. *Estrutura da notícia*. São Paulo: Ática, 2006.

MEDINA, C. *O signo da relação*: comunicação e pedagogia dos afetos. São Paulo: Paulus, 2006.

MENDES, K.; SALVO, M. P. A morte do Caboclo d'Água. *Brio*, 2016. Disponível em: <https://goo.gl/kyYF2a>. Acesso em: 21 jan. 2017.

MINCHILLO, C. A. C.; CABRAL, I. C. *A narração*: teoria e prática. São Paulo: Atual, 1989.

MOTTA, L. G. *Narratologia*: teoria e análise da narrativa jornalística. Brasília, DF: Casa das Musas, 2005a.

_____. A análise pragmática da narrativa jornalística. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 38., 2005, Rio de Janeiro. *Anais eletrônicos...* São Paulo: Intercom, 2005b. Disponível em: <https://goo.gl/MYI5Xv>. Acesso em: 20 maio 2016.

_____. Análise pragmática da narrativa jornalística. In.: LAGO, C.; BENETTI, M. (Orgs.). *Metodologia de pesquisa em jornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2007. p. 143-167.

NARRATIVA. In: DICIONÁRIO eletrônico Aurélio. Curitiba: Positivo, 2017.

NILES, J. *Homo Narrans:* the poetics and anthropology of oral Literature. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1999.

RICOUER, P. *Tempo e narrativa*. Campinas: Papirus, 1994.

SILVEIRA, M. I. M. A importância da narrativa oral no ensino da língua portuguesa na escola fundamental. In: MOURA, D. (Org.). *Os múltiplos usos da língua*. Maceió: Edufal, 1999.

SOSTER, D. A. Sistemas, complexidades e dialogias: narrativas jornalísticas reconfiguradas. In: PICCININ, F.; SOSTER, D. A. (Orgs.). *Narrativas comunicacionais complexificadas*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2012. p. 89-110.

 DOI: 10.11606/issn.2238-7714.no.2017.124434

Smartphones e usos de gênero: uma etnografia sobre mulheres conectadas

Camila Rodrigues Pereira
Mestre em Comunicação Midiática (UFSM). Graduada em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda (UFSM).
E-mail: rpereiracamila@gmail.com.

Sandra Rubia da Silva
Doutora em Antropologia Social (UFSC). Mestre em Comunicação e Informação (UFRGS). Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cursos de Comunicação Social da UFSM.
E-mail: sandraxrubia@gmail.com.

Resumo: Este artigo aborda a relação entre mulheres de camadas populares e o consumo de smartphones a partir de um estudo etnográfico realizado na cidade de Santa Maria (RS). O principal objetivo da pesquisa é entender o que as mulheres economicamente menos favorecidas, de diferentes gerações, pretendem comunicar através de seus telefones celulares e das mídias sociais. Quatro casos etnográficos de mulheres, com idades entre 18 e 44 anos, compõem a análise do trabalho. Como principais considerações é possível afirmar que o smartphone, através de suas diversas funcionalidades, possibilita que mulheres pertencentes a camadas populares se sintam incluídas no mundo digital, conheçam novas formas de comunicação, assumam diferentes papéis em seus cotidianos e comuniquem sobre seu corpo, sua sexualidade, sua relação com a maternidade e questões do universo feminino.

Palavras-chave: Mulheres; Gênero; Camadas populares; Etnografia; Smartphones.

Title: Smartphones and gender uses: an ethnography on connected women

Abstract: This article discusses the relationship between women from low-income groups and the consumption through smartphones based on an ethnographic study carried out in the city of Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brazil. The main goal of the research is to understand what economically disadvantaged women of different generations intend to express through their mobile phones and social media. Four female ethnographic cases, aged between 18 and 44 years, constitute the analysis of this article. As a main consideration, it is possible to affirm that the smartphone, through its various functionalities, enables women belonging to the popular strata to feel included in the digital world, to get to know new forms of communication, to assume different roles in their daily lives and to express aspects about their body, sexuality, their relationship with motherhood and issues of the feminine universe.

Keywords: Women; Gender; Low-income groups; Ethnography; Smartphones.

Introdução

Este artigo aborda a relação entre mulheres de camadas populares e o consumo de smartphones a partir de um estudo etnográfico realizado na cidade de Santa Maria (RS). Os estudos de consumo dentro da área da comunicação no Brasil têm ganhado maior visibilidade nos últimos anos, e é possível pensar na importância desta pesquisa para o campo da comunicação porque cada ato de consumo está diretamente ligado à comunicação (CASTRO, 2014). O que consumimos comunica, tem algum significado, e o que é comunicado através da mídia influencia nas nossas práticas de consumo.

Outro aspecto que justifica este estudo é que são crescentes as pesquisas que tem como público as mulheres de classe popular no Brasil (RONSINI, 2015), principalmente trabalhos nas áreas da Antropologia e da Comunicação, com estudos de recepção. No entanto, são poucas as pesquisas que trabalham com o consumo, principalmente de tecnologias, por mulheres de camadas populares. Por ser o smartphone, objeto empírico da pesquisa, um bem material de entrada recente no mercado, investigações sobre a apropriação desses objetos por mulheres são ainda mais difíceis de serem encontrados na área acadêmica.

Ressalto ainda o quanto é preciso falar de mulheres e tecnologias. A palavra tecnologia sempre foi ligada, quase que automaticamente, ao sexo masculino, apesar de as mulheres possuírem um histórico de integração das tecnologias, principalmente de eletrodomésticos e meios de comunicação, na vida cotidiana (DOBASHI, 2005). Uma pesquisa sobre estatísticas de celulares no Brasil[1] mapeou o perfil dos usuários brasileiros e revelou que dos indivíduos que utilizam telefones celulares e seus aplicativos, a maior parte é do sexo feminino (TELECO, 2015).

[1] Dados da pesquisa disponíveis em: <goo.gl/HZYNyG>. Acesso em: 1º nov. 2015.

O principal objetivo desta pesquisa é entender o que as mulheres economicamente menos favorecidas de diferentes gerações pretendem comunicar através do uso dos seus telefones celulares e das mídias sociais. Partindo disso, discorremos sobre consumo de celular, mídias sociais e aplicativos a partir de Castells et al. (2007), Castells (2008) e Miller et al. (2016). Apresentamos ainda as pesquisas de Miller et al. (2016), Dobashi (2005) e Hjorth (2009) que abordam o uso de telefones celulares e mídias sociais por mulheres em um contexto global. Após o desenvolvimento teórico, iniciamos a análise de quatro casos etnográficos – mulheres pertencentes às camadas populares, com idades entre 18 e 44 anos, que vivem na cidade de Santa Maria, localizada no interior do Rio Grande do Sul.

Consumo de celular, mídias sociais e aplicativos

A integração do telefone celular na vida cotidiana, nos mais diversos países do globo, é uma realidade. Esse fato fez com que estudos sobre os dispositivos móveis e o entendimento do impacto do celular em diferentes realidades fossem questões urgentes. Se comparado a outras temáticas, são recentes as investigações publicadas a respeito de celulares e smartphones. De acordo com Castells (2008: 447), a telefonia móvel pode ser considerada a tecnologia de comunicação mais rapidamente difundida na história da humanidade, apesar de o telefone celular ter se tornado acessível somente a partir da década de 1990. Antes desse período, o celular era uma tecnologia disponível apenas para poucos privilegiados, a maioria executivos e empresários, e o preço dos aparelhos era muito alto. Assim como aconteceu com outras tecnologias, incluindo a internet, as pessoas e as organizações acabaram usando os celulares para fins muito diferentes daqueles pensados pelos designers e criadores da tecnologia (CASTELLS et al., 2007). Castells (2008) compreende que a comunicação móvel tornou-se o modo predominante de comunicação em nosso mundo. Em relação à exclusão digital e a termos de acesso, o autor afirma que, se comparado com a internet e com os computadores, esses aspectos são muito menos acentuados com a telefonia móvel.

As tecnologias sem fio e principalmente o telefone celular, segundo Castells et al. (2007: 77), são percebidos como elementos de rotina diária e instrumentos essenciais da vida contemporânea. Diante de seus achados de pesquisa, esses autores consideram que os dispositivos móveis são capazes então de transformar padrões de consumo, dando origem, por exemplo, a novos tipos de moda e de entretenimento, pois seus usuários tem a possibilidade de personalizar seus aparelhos e estar ativamente envolvidos na construção e na manutenção de suas identidades (CASTELLS et al., 2007: 78).

A investigação de Miller et al. (2016) traz interessantes perspectivas sobre o uso de telefones celulares e das mídias sociais. Os autores acreditam, com base em sua pesquisa realizada em oito países durante quinze meses, que o mundo mudou as mídias sociais, tanto quanto as mídias sociais mudaram o mundo. O estudo das mídias sociais, como lembram Miller et al. (2016), está fragmentado em variadas disciplinas e possui diferentes abordagens, sendo que cada uma contribui a sua maneira para uma compreensão mais ampla e profunda das mídias sociais. Desse modo, definir claramente o que é mídia social é limitante. Para que uma definição e uma pesquisa sejam sustentáveis, é preciso ter em mente que novas plataformas de mídias sociais e aplicativos estão constantemente sendo desenvolvidos (MILLER et al., 2016). Levando em consideração o que foi apontado, os autores, neste trabalho, optam por definir as mídias sociais como "sociabilidade escalonável"[2].

[2] O termo original, em inglês, definido por Miller et al. (2016) é *scalable sociality*, que poderia ser traduzido para o português como "sociabilidade escalável". Porém a tradução como "sociabilidade escalonável" foi utilizada na versão em português do curso "Por que postamos: a antropologia das mídias sociais" (*Why we post*), oferecido pela UCL em 2016.

Eles acreditam que cada uma das plataformas digitais corresponde a uma posição de maior ou menor privacidade, com grupos menores ou maiores, e que, antes da internet, a comunicação estava dividida apenas em duas, entre transmissão pública para grandes grupos, como era o caso da televisão, do rádio e do jornal, e comunicação privada para pequenos grupos ou de maneira individual, através de carta, telefone, entre outros.

As mídias sociais, seguindo essa lógica, ocupam espaço intermediário, incluindo grupos de diferentes tamanhos e variados graus de privacidade, e assim criam um novo tipo de sociabilidade. Essa nova sociabilidade pode ir do mais público para o mais privado, em diferentes mídias sociais – mais privada no WhatsApp e mais pública no Twitter – e também pode variar em uma mesma mídia social, como no Facebook, com a possibilidade de realizar uma postagem pública, de conversar em grupos ou de conversar somente com uma pessoa por mensagens privadas.

Os autores compreendem que agora podemos facilmente "escalar" do mais privado para o mais público, e de menores grupos para grandes grupos. No entanto, Miller et al. (2016) não querem que sua definição de "sociabilidade escalonável" seja interpretada como absoluta ou rígida, pois entendem que nenhuma definição deve ser incontestável, pelo contrário, deve servir como um dispositivo que ajuda a esclarecer os parâmetros de um estudo e que pode servir para novas investigações.

O uso de telefones celulares e mídias sociais por mulheres em um contexto global

A comunicação móvel através de telefones celulares promoveu mudanças na vida cotidiana, nas práticas sociais e nas experiências que integram a rotina das pessoas. Nesta seção do artigo inicio com Lauretis (1994) e o conceito de gênero, e busco explorar algumas das implicações dos telefones celulares na vida de mulheres, a partir das pesquisas de Dobashi (2005), Hjorth (2009) e Miller et al. (2016). Esses pesquisadores, Dobashi (2005) e Hjorth (2009), em um contexto asiático, e Miller et al. (2016) em um contexto global, apontaram para o uso específico de gênero das tecnologias.

Lauretis (1994), em "A tecnologia do gênero", afirma que assim como a sexualidade, o gênero não é algo primordialmente existente nos seres humanos,

é, porém, segundo Foucault apud Lauretis (1994: 208) "o conjunto de efeitos produzidos em corpos, comportamentos e relações sociais", por desenvolver "complexa tecnologia política". A autora compreende que o gênero deve ser pensado como um produto de distintas tecnologias sociais, como o cinema, por exemplo, de discursos e de práticas cotidianas.

Nosso consumo, nossas apropriações, nossa maneira de ver e viver se difere entre os gêneros, e em algumas culturas de modo mais evidente. No Japão, por exemplo, a responsabilidade pelas tarefas domésticas, pelos cuidados da casa, pela alimentação da família e pelo cuidado dos filhos é da mulher (assim como em muitos outros países), e isso se reflete no modo como essa mulher consome, no modo como ela se comunica, usa as tecnologias e os celulares. Ito, Okabe e Matsuda organizaram uma obra sobre os telefones móveis no Japão e Shingo Dobashi (2005), nesse livro, apresenta uma pesquisa sobre o uso de gênero do telefone celular em contextos domésticos. A pesquisa examina como donas de casa japonesas definem e se apropriam da tecnologia em suas atividades domésticas e em suas relações familiares.

As atividades das mulheres japonesas, de acordo com Dobashi (2005), são móveis e multilineares, pois elas precisam cuidar da casa, muitas vezes cuidar dos filhos e, ao mesmo tempo, cuidar das refeições, das roupas, de toda a funcionalidade do lar. O telefone celular, nesse sentido, principalmente por sua mobilidade, apareceu como uma forma através da qual essas mulheres poderiam se manter conectadas, enviar e-mails e ficar em contato com outras pessoas sem deixar de cumprir suas responsabilidades com a casa e os filhos. Essa relação da mulher com a tecnologia, principalmente com a internet, era mais distante quando, na casa, havia apenas um computador. O computador, por ser grande, mais complexo, fixo, posicionado em um único cômodo da casa (DOBASHI, 2005: 230) parecia pertencer muito mais ao universo masculino para elas. O celular apareceu como pequeno, fácil de operar e o mais importante: adaptável ao ritmo de suas atividades domésticas (DOBASHI, 2005: 223). O celular passou a ser escolhido como o principal meio de comunicação pela maioria das donas de casa da pesquisa e de acordo com Dobashi (2005) o aparelho está auxiliando as tarefas e a comunicação dessas mulheres, sendo usado como uma ferramenta para o empoderamento, apesar de ainda reforçar o papel imposto a elas como mulheres, que não podem se descuidar do cronograma doméstico, e de preservar a tradicional divisão do trabalho entre homem e mulher (DOBASHI, 2005: 226).

Larissa Hjorth, que pesquisa sobre mídias móveis e gênero no contexto da Ásia-Pacífico, acredita que o telefone celular é um ícone de intimidade e hiperfeminilidade, porque, de todas as tecnologias móveis, é a que se encontra mais intimamente perto do corpo, estendendo, melhorando e transformando muitas das nossas experiências sensoriais (HJORTH, 2009: 226-227). De acordo com o estudo de Hjorth (2009: 228), o celular é parte da construção da subjetividade diária da mulher e reflete de maneira simultânea questões de gênero, de trabalho e de outras instâncias da vida social. O uso dos telefones móveis, mais especificamente as imagens feitas com a câmera do celular, de acordo com a pesquisadora, está proporcionando às mulheres coreanas novas formas de autoexpressão, de representação e de identidade.

Na obra *How the world changed social media* de Miller et al. (2016), o smartphone aparece como o principal meio pelos quais os participantes da pesquisa acessam a internet e as páginas de redes sociais. O estudo foi elaborado por nove pesquisadores que realizaram etnografias no Brasil, Chile, Trinidad e Tobago, Inglaterra, Turquia, Itália, China e Índia. No oitavo capítulo, que trata das questões de gênero, os pesquisadores examinam as influências que a mídia social tem sobre as relações de gênero e normas de gênero nos seus campos de pesquisa.

De acordo com Miller et al. (2016), na década de 1990, alguns pesquisadores viram o ambiente on-line como um potencial de liberdade da identidade de gênero fixa; os próprios estudos feministas da internet enfatizavam o papel da mídia digital como sendo um lugar no qual homens e mulheres poderiam escolher livremente suas identidades, escapando das normas de gênero opressivas do mundo off-line (MILLER et al., 2016). Essa noção de mudança livre de identidade on-line teve curta duração, pelo menos nas mídias sociais digitais. Depois de passadas décadas de uso das tecnologias, se reconhece que elas não são libertadoras e nem patriarcais. A tecnologia, de acordo com Miller et al. (2016: 115), cria potenciais que se manifestam de acordo com os contextos em que estão inseridos.

Na Turquia, por exemplo, um dos locais de pesquisa de Miller et al. (2016), foi observado que plataformas como o Facebook são usadas de maneira bastante conservadora. A pesquisa dos autores mostrou que nesse país, homens geralmente se apresentam como profissionais bem-sucedidos, e as mulheres tendem a mostrar na rede social as suas qualidades estéticas e seu respeito aos valores islâmicos, como modéstia e pureza, omitindo os outros aspectos de suas vidas. A interação das mulheres com os homens nesses espaços digitais, conforme apontam os autores, também não costuma acontecer, porque assim como no ambiente off-line, no Facebook as publicações são vistas pelo público em geral, por amigos e parentes. A segregação de gêneros, nesse caso, é ainda mais extrema do que no off-line, porque segundo Miller et al. (2016) esses espaços são submetidos a uma avaliação contínua, em maior medida do que presencialmente. Muito do que ocorre nas mídias sociais, conforme os autores, é mais público do que a vida *off-line* tradicional.

No campo de pesquisa no sul da Itália, Miller et al. (2016) contam que é extremamente raro que mulheres casadas postem fotografias de si mesmas no Facebook; elas costumam postar imagens de objetos domésticos, memes, fotos artísticas ou fotos de seus filhos. Os autores acreditam que, especialmente depois de virarem mães, as mulheres renunciam parcialmente sua identidade anterior, porque se espera isso delas, para que possam cumprir o seu papel como esposas e mães.

Por outro lado, as mídias sociais também têm auxiliado em algumas rupturas de normas e práticas de gênero off-line. No sudeste da Turquia, Miller et al. (2016) relatam que o impacto das mídias sociais para uma mudança nas relações de gênero é mais importante do que seu impacto sobre a conformidade. O uso dos smartphones e computadores para o acesso à internet, aplicativos e sites de redes sociais amplia as oportunidades de relacionamentos sociais das mulheres, principalmente das mais jovens, que tem sua vida social mais limitada no mundo off-line. “Como muitas vezes elas têm acesso limitado aos espaços públicos, como cafés, restaurantes e ruas, as mulheres jovens usam as mídias sociais para manter relações sociais e ampliar suas redes sociais fora do controle familiar” (MILLER et al., 2016: 121, tradução nossa[3]). No entendimento dos pesquisadores uma das consequências mais importantes dos usos das mídias sociais é para as mulheres de camadas populares, que nasceram em famílias de renda mais baixa, pois agora podem se relacionar on-line com pessoas que anteriormente não eram capazes de encontrar, como pessoas de outras cidades, países, religiões e de outras classes.

[3] “As they often have limited access to public spaces such as cafes, restaurants and streets, young women use social media to maintain social relations and widen their social networks outside of family control” (MILLER et al., 2016: 121).

Etnografando mulheres conectadas de camadas populares

Esta análise é resultado de uma pesquisa etnográfica cujo trabalho de campo foi desenvolvido ao longo de doze meses, entre janeiro de 2016 e janeiro de 2017. A pesquisa contou com a participação de mulheres de diferentes gerações pertencentes a camadas populares que moram na cidade de Santa Maria (RS). Apresento neste artigo os casos etnográficos de Amélia, Jenifer, Mariana e Nayara para interpretar os diferentes usos que fazem de seus telefones celulares e das mídias sociais. Os nomes usados neste artigo são fictícios. Optamos pelo anonimato para preservar a verdadeira identidade das participantes da pesquisa.

A etnografia foi escolhida como abordagem metodológica por ser uma das metodologias mais apropriadas para a análise dos processos de consumo. Segundo Travancas (2011), a etnografia é entendida como um método de pesquisa qualitativo e empírico, que exige do pesquisador um "mergulho" na sociedade que irá estudar, por isso não pode ser uma pesquisa realizada em um período curto de tempo. Por mais que nossa pesquisa se dê também no ambiente digital, como no Facebook, por exemplo, opto por não utilizar a nomenclatura "etnografia virtual", visto que a própria autora – Christine Hine – responsável por cunhar o termo em 2000, em 2015, no seu livro *Ethnography for the internet* (HINE, 2015), repensa o conceito[4].

[4] Em 2000, quando Hine cunhou o conceito de "etnografia virtual", a internet era outra; era considerada como um mundo à parte, virtual, e por isso o conceito era apropriado. Porém hoje, a internet faz parte do próprio mundo real, está "incorporada, corporificada e cotidiana" (*embedded*, *embodied*, *everyday internet*, nas palavras de Hine (2015). Nesse sentido, se torna mais coerente pensar em uma etnografia para a internet e não mais em uma etnografia virtual.

Trago neste momento um breve perfil das mulheres participantes da pesquisa: Amélia, de 44 anos, é manicure, pedicure e podóloga em um salão no centro da cidade de Santa Maria (RS). Ela fez curso de manicure e começou a trabalhar em um salão de beleza com 17 anos. Desde então, tem a mesma profissão e já trabalhou em muitos salões da cidade. Amélia é solteira, mãe de dois filhos e tem uma neta de três anos de idade. Em nossas primeiras conversas, Amélia contou que possui seu smartphone há um ano e meio. O novo celular mudou muito a vida dela, porque "é tudo melhor", tem muitas possibilidades e ela conta que nem sabe usar tudo o que o celular oferece. O que ela mais usa no celular é o WhatsApp, o Facebook e o envio de mensagens via SMS.

Ela menciona que foram as colegas do trabalho que a ensinaram a mexer nas funções do aparelho, que baixaram os aplicativos e estimularam seus usos. Antes de ter um smartphone, Amélia não tinha acesso à internet e nem um perfil em mídia social. O perfil no Facebook ela só fez depois que comprou o smartphone, com ajuda das colegas de trabalho. "Antes eu tinha um celular normal, que era só pra mensagem e ligar, não tinha internet, não tinha nada" (Amélia, 44 anos). Ter internet no celular parece ser um elemento indispensável para a pesquisada; se o celular não tem internet, ele parece não ter nada, não fazer sentido.

Jenifer, a segunda mulher deste artigo, é costureira e tem 24 anos. Vive com o "namorido" (namorado que mora junto) e as duas filhas pequenas, uma de cinco anos e a outra de um ano de idade. Ela trabalha no centro da cidade e reside no bairro Passo d'Areia em Santa Maria. Antes de ser costureira, a participante da pesquisa trabalhava como caixa em um supermercado da cidade. Ela começou a trabalhar como caixa com 19 anos, logo após ter se separado do pai de sua primeira filha. Jenifer utiliza um celular do tipo smartphone há mais ou menos três anos, mas quando iniciamos a pesquisa ela havia comprado um smartphone novo há uma semana. O que Jenifer diz mais utilizar em seu smartphone é o WhatsApp e o Facebook. A pesquisada se considera mais reservada em relação aos *posts* no Facebook e começou a usar o WhatsApp muito tempo depois de ter o aparelho, por insistência de uma cliente. Assim que Jenifer instalou o WhatsApp, viu no aplicativo uma forma de falar com as clientes e gastar menos. Antes ela gastava muito dinheiro colocando saldo em seu celular, pois tinha que ligar e mandar SMS para as clientes e algumas delas eram de outras cidades, o que encarecia a ligação.

Mariana, a participante mais nova desta pesquisa, tem 18 anos, é funcionária em uma empresa de serviços terceirizados – presta serviços especificamente em portarias – e é estudante de Filosofia. Ela concilia seu dia estudando pela manhã e trabalhando no turno da tarde. Mariana nasceu, estudou e viveu sempre em Santa Maria, no bairro Patronato, zona oeste da cidade. A pesquisada vive com os pais e com o irmão de 26 anos em uma casa nos fundos do pátio da casa da avó, na qual mais dois tios residem. A mãe de Mariana trabalha com serviços domésticos e o pai esporadicamente trabalha como caseiro. O atual celular de Mariana é o segundo smartphone que ela tem. Os aplicativos que Mariana mais usa no celular são o Facebook, o WhatsApp, o Twitter, o Snapchat, o Instagram, o

Gmail e o YouTube. Além de usar todos esses *apps*, ela utiliza muito o celular para escutar música.

Conheci Nayara – a última mulher apresentada no artigo – no mesmo dia em que conheci Mariana, as duas trabalhavam juntas prestando serviços na portaria de um prédio. A pesquisada tem 19 anos, está no primeiro ano do ensino médio e vive com os avós no bairro Nova Santa Marta, bairro popular que se localiza na região oeste da cidade. Além de estudar, e de trabalhar desde os 15 anos, ela também cuida da avó que mora com ela, que é doente e que precisa fazer hemodiálises frequentemente. Nayara é a participante da pesquisa que mais demonstra afeto pelo smartphone. Diz que o aparelho é como um filho para ela e que não deixa ninguém sequer encostar nele. Ela nunca saiu de casa sem o celular desde que o comprou, e diz que se esquecesse, com certeza voltaria para buscá-lo. Nayara não tem computador em casa, então tem acesso à internet apenas pelo telefone celular. Ela usa o seu smartphone para acessar as mídias sociais, como o Facebook e o Instagram, para mexer no WhatsApp e para escutar música. O que Nayara realmente faz com frequência é tirar e postar *selfies*, compartilhar memes e imagens prontas acompanhadas de mensagens e visualizar o que os seus amigos postam, tudo isso no Facebook. Antes de postar as fotos no "Face", Nayara usa dois aplicativos para editar as fotos e colocar efeitos diferentes, como ela diz.

Na pesquisa de campo, logo percebemos, através da convivência e da observação de suas mídias sociais, que as pesquisadas eram mulheres com comportamentos e pensamentos muito distintos. Não só as suas apropriações e os seus usos do smartphone eram distintos, como também suas percepções do que é ser mulher era diferente; não por causa apenas de suas religiões, de faixa etária e de escolaridade, mas toda e cada experiência que elas viveram as fizeram ser, pensar, sentir e postar como diferentes mulheres.

O primeiro ponto neste artigo é a sexualidade. Mariana é homossexual e, antes mesmo que ela me contasse sobre sua sexualidade percebi que ela utilizava as mídias sociais de maneira bem diferente das outras pesquisadas. Ela era a única que participava mais ativamente de grupos, seguia páginas e compartilhava conteúdos políticos e LGBT. Constatei, a partir da investigação desses detalhes, que a sexualidade dela influenciava totalmente a maneira como utilizava o celular e as mídias sociais. Por causa de sua sexualidade, Mariana sentiu a necessidade de usar as mídias sociais para buscar informações. Ela usou a internet para participar de grupos que falassem sobre mulheres, sexualidade, ser mulher de diferentes maneiras, e conta que através desses grupos e páginas LGBT aprendeu as diferenças entre trans, travesti, lésbica, bissexual, entre outros. Conclui que isso se deu porque ao contrário das outras pesquisadas, heterossexuais, que aprenderam a "ser mulher" em casa, com os exemplos das mães, tias, avós, e da própria mídia, Mariana não se identificava com isso e não encontrou as informações que precisava em casa e nem na escola. Foi nas mídias sociais e na internet como um todo, assistindo a vídeos no YouTube, lendo blogs, participando de grupos, entre outros, que a pesquisada encontrou respostas sobre ela mesma e outras mulheres com diferentes visões e informações sobre ser mulher. Os usos que ela fez da internet e do celular a ajudaram a se encontrar e se aceitar como mulher homossexual.

Notamos que Mariana tinha no seu Instagram, que é privado, com fotos visíveis apenas para quem ela aceita, fotos com sua ex-namorada, e que nenhuma foto parecida se encontrava no Facebook. Ela relatou que primeiro o seu Instagram era aberto ao público em geral, mas quando estava no primeiro ano do ensino médio, e começou a se relacionar com sua segunda namorada, ela mudou para o privado. Eram basicamente três os tipos de fotos que Mariana não compartilhava no Facebook e que seus pais e família no geral não poderiam ver: as fotos com a

namorada, fotos com bebidas alcoólicas e fotos fumando. Isso porque a família de Mariana é muito religiosa, e segundo ela, eles são contra bebidas de álcool, café, tatuagens, entre outros, o que é exatamente tudo o que Mariana quer consumir. Quando Mariana publicava no "Face" fotos que queria que apenas seus amigos vissem, ela acaba sempre mudando a privacidade da visualização. Concluímos então que a visibilidade da parte pública do Facebook, por ser a mídia social mais utilizada pelos brasileiros, por conter dados pessoais reais, amigos e família, limita quem Mariana realmente é, principalmente em relação a sua orientação sexual. Estando a família religiosa e tradicional de Mariana no Facebook, a mídia social, para ela, se torna também um espaço tradicional, no qual ela não se sente confortável expressando tudo o que pensa e postando fotos com a pessoa que ama. Por outro lado, aplicativos como o WhatsApp e o espaço privado de mensagens do Facebook, permitem que haja privacidade e com isso mais liberdade, facilitando as relações de Mariana com seus amigos e sua namorada.

Miller et al. (2016) afirmam, com base principalmente em seus campos de pesquisa localizados na Índia e na Turquia, que as mídias sociais podem ser muito conservadoras, como já abordado anteriormente no artigo. O conservadorismo e a visibilidade limitada a mulheres em espaços públicos são comuns em muitos lugares e isso é apenas reproduzido nas mídias sociais. Assim como mulheres indianas e turcas não podem se mostrar ou estar no Facebook como queriam, Mariana, em Santa Maria, também não pode. Porém no caso de Mariana, não é por ser mulher, e sim por ser mulher e homossexual, e não concordar com os ideais de seus pais e familiares. O mundo estaria então, de acordo com Miller et al. (2016), mais conservador no âmbito público das mídias sociais, e mais libertador, alternativo e revolucionário em um plano privado dessas ferramentas. Porque, assim como Mariana, as informantes de Miller et al. (2016) veem as mídias sociais como lugar ainda mais público do que os próprios lugares físicos públicos, e também usam as ferramentas disponíveis no smartphone para ter mais privacidade em seus relacionamentos pessoais.

Observando os perfis de Nayara e Amélia no Facebook verificamos que compartlham memes e imagens sobre o corpo feminino e fotos com legendas positivas que reforçam sua autoestima. Conversando com Nayara, ela já havia deixado claro que se importava muito com a aparência, tanto em suas fotos quanto no dia a dia. Ela geralmente sai de casa maquiada, com as unhas pintadas e com o cabelo escovado, tudo feito por ela mesma. Em suas fotos nas mídias sociais não seria diferente. Nayara é a participante da pesquisa que mais posta fotos no Facebook, e todas elas passam por aplicativos de edição de imagens. Atualmente ela se sente bem com seu corpo e aparência e quer que os outros saibam disso. Algumas imagens compartilhadas por ela nos meses de março e abril de 2016 dizem "recado pro meu ex: eu to cada dia mais gostosa" e "Gordinha? Fofinha? Cheinha? Desculpa querida eu sou gostosa!". As postagens soam sempre como indiretas para alguém, para um ex-namorado, para um "ficante", ou para alguma "inimiga", mas também reforçam a autoestima de Nayara e o quanto ela aparenta estar bem consigo mesma, com seu corpo, com sua aparência, ainda mais quando as mensagens postadas ganham curtidas e comentários positivos, que reforçam o que as imagens afirmam.

Ainda sobre o compartilhamento de imagens sobre o corpo da mulher e fotos que reforçam a autoestima, observamos no perfil do Facebook de Amélia, a participante com mais idade da pesquisa, as suas postagens de janeiro a março de 2016, e constatamos que a maioria de suas publicações eram compartilhamentos de imagens prontas. O conteúdo dessas imagens compartilhadas era, na maioria das vezes, sobre ser mulher, negra e gordinha. Frequentemente são compartilhadas também imagens que falam sobre gostar de si mesma, beleza interior, o lado bom de ser gorda com um tom humorado, entre outras. Todas essas imagens foram compartilhadas pelo perfil de Amélia a partir de outras

páginas no Facebook. A participante da pesquisa afirma que compartilha esse tipo de imagem porque gosta, porque acredita que aquilo é "bem verdade" e porque sente que tem que compartilhar para todo mundo ver, pois o conteúdo das imagens se encaixa perfeitamente em sua história como mulher.

Outro ponto que analisamos é em relação à maternidade. Amélia e Jenifer são mães. Amélia não mora mais com os filhos, sua filha mais velha é casada e também é mãe, e o seu outro filho também já saiu de casa. Raramente Amélia posta sobre os filhos; quando posta são fotos, que ela mesma publica ou que compartilha do Facebook dos filhos. Em nossas conversas Amélia também não costuma mencionar os filhos, apenas quando perguntada, conta mais sobre a neta.

Com Jenifer é bem diferente, pois na maioria de nossos encontros as filhas estão presentes. As filhas de Jenifer, por serem pequenas, uma com cinco anos e outra com um ano de idade, estão sempre com ela, e nas mídias sociais isso se reflete. A maioria das fotos que aparece no Facebook da pesquisada é com sua família, suas filhas ou seu "namorido", incluindo suas fotos principais, como a foto de perfil e a foto usada como capa na mídia social. Porém Jenifer relata que era bem diferente quando estava solteira e não tinha filhos. Ela costumava postar fotos com os amigos em festas e era marcada em fotos de amigos também. Sempre com amigos homens e mulheres. Jenifer não ligava para o que pensavam e gostava de postar fotos sempre que saía. Porém ela relatou que o que a incomodava e a fez parar de publicar fotos foi quando uma pessoa, que ela diz que nem conhecia, chegou para conversar com ela e sabia tudo o que ela fazia, todos os lugares que ela ia, porque acompanhava no Facebook. Isso a assustou, porque a pessoa "sabia coisas demais", e nem mesmo a conhecia. Miller (2011) na obra *Tales from Facebook* afirma que a rede social transforma as nossas relações privadas. Segundo o autor, o Facebook tem potencial para destruir a privacidade, e a distinção entre público e privado normalmente não funciona para essa rede social (MILLER, 2011). Outro fato que incomodou Jenifer foi os comentários, "fofocas", de pessoas dizendo que ela tinha vários namorados, que em cada festa que ia estava com um namorado diferente. Eram os amigos de Jenifer que eram marcados nas fotos.

No caso de Jenifer, seu "*status* de relacionamento" e a maternidade fizeram com que ela usasse as mídias sociais de maneira diferente. Quando era solteira, costumava sair e postar fotos em festas, fazia *check-in* nos lugares e até conheceu seu namorado atual em uma festa. Depois que entrou em um relacionamento sério e teve a sua segunda filha, a pesquisada passou a usar menos as mídias sociais, postar raramente e não querer que as pessoas soubessem sobre a sua vida e privacidade. O caso de Jenifer não é incomum; Miller et al. (2016) afirmam que é uma prática recorrente no sul da Itália, mulheres, depois de casadas e principalmente após se tornarem mães, diminuírem as publicações nas mídias sociais ou até mesmo excluírem seus perfis no Facebook.

Nayara, que tem 19 anos, não é mãe, porém compartilha imagens em seu Facebook que reforçam a imagem da mulher romântica, que possui o "instinto materno", deseja ser mãe e sonha em casar, exteriorizando o que para ela é ser mulher. A participante da pesquisa publica muitas fotos com seu irmão mais novo, que tem menos de um ano de idade, e com a sua afilhada. Além disso, os seus compartilhamentos, suas várias fotos com bebês, segurando as crianças no peito, dormindo com os bebês (ela utiliza uma dessas imagens como foto de capa da mídia social) reforçam a visão que ela quer passar, que será uma boa mãe, que é cuidadosa, que é uma mulher com essa virtude. Além das fotos com bebês, Nayara posta com frequência imagens que remetem ao casamento. Alguns dos compartilhamentos são, por exemplo, a foto que mostra um homem de joelhos pedindo uma mulher em casamento e colocando um anel em sua

mão. O texto que acompanha a imagem diz “SONHO”. Outra imagem que tem como texto “META” seguido de um coração apresenta uma série de ilustrações sobre um casal que se conhece, namora, se apaixona, casa e tem filhos. Antes mesmo de observar por meses as mídias sociais de Nayara, ela já havia falado em nossas primeiras conversas sobre seu sentimento de maternidade pelo próprio smartphone. Como já apresentado na descrição de seu perfil, para ela o celular é como um filho, que ela cuida, não deixa sozinho por muito tempo, não esquece e não deixa ninguém mexer.

Considerações finais

Ser mulher, para as participantes da pesquisa, não tem apenas um significado. Seja em função de suas posições sociais, de sua cor de pele, de seu imaginário do que é ser uma mulher, de sua sexualidade, de sua geração, todas apresentam diferentes interpretações sobre o feminino.

É possível perceber que existe um uso específico de gênero do smartphone. As próprias participantes da pesquisa acreditam que se fossem homens não usariam o celular e as mídias sociais da mesma maneira que usam. Alguns pontos tratados no artigo, como sexualidade da mulher, maternidade e corpo feminino, pertencem primordialmente ao universo feminino e parecem determinar grande parte do consumo de smartphones das pesquisadas. Por ser o Facebook, por exemplo, uma mídia social sobre a vida real, o cotidiano dessas mulheres e o que elas vivem como mulheres em suas rotinas diárias são levados para a internet.

No que se refere ao objetivo principal do artigo, constatamos que as mulheres comunicam através dos seus telefones celulares e das suas mídias sociais sobre o que é ser mulher para elas. Seja compartilhando imagens sobre seus corpos, sobre ser mulher, sobre maternidade, casamento, seja compartilhando fotos dos filhos ou da família, os usos que as participantes da pesquisa fazem do smartphone é pautado pelo seu papel de mulher na sociedade e no contexto em que estão inseridas. Isso tudo dentro dos diferentes jeitos de ser mulher que cada uma vive.

Por pertencerem a diferentes gerações, sua proximidade com as mídias sociais e o seu domínio da tecnologia são distintos. Mas é nítido que o smartphone, através de suas diversas funcionalidades, possibilita que mulheres pertencentes a camadas populares se sintam incluídas no mundo digital, conheçam novas formas de comunicação, assumam diferentes papéis em seus cotidianos e comuniquem sobre seu corpo, sobre sua sexualidade, sobre sua relação com a maternidade e sobre questões do universo feminino.

Referências

DOBASHI, S. The gendered use of keitai in domestic contexts. In: ITO, M.; OKABE, D.; MATSUDA, M. (Ed.). *Personal, portable, pedestrian*: mobile phones in Japanese life. Chicago: The MIT Press, 2005.

CASTELLS, M. et al. *Mobile communication and society*: a global perspective. Cambridge: MIT Press, 2007.

CASTELLS, M. Afterword. In: KATZ, J. E. *Handbook of mobile communication studies*. Cambridge: MIT Press, 2008.

CASTRO, G. G. S. Comunicação e consumo nas dinâmicas culturais do mundo globalizado. *PragMATIZES*, Niterói, v. 4, n. 6, p. 58-71, 2014. Disponível em: <https://goo.gl/BZHY3w>. Acesso em: 1º jun. 2017.

HINE, C. *Ethnography for the internet*: embedded, embodied and everyday. London: Bloomsbury Academic, 2015.

HJORTH, L. *Mobile media in the Asia-Pacific*: gender and the art of being mobile. New York: Routlegde, 2009.

LAURETIS, T. A tecnologia do gênero. In: HOLLANDA, H. B. (Org.). *Tendências e impasses*: o feminismo como crítica da cultura. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

MILLER, D. *Tales from Facebook*. Cambridge, Polity: 2011.

MILLER, D. et al. *How the world changed social media*. London: UCL Press, 2016.

RONSINI, V. M. Telenovelas e a questão da feminilidade de classe. In: ENCONTRO NACIONAL DA COMPÓS, 24., 2015, Brasília, DF. *Anais...* Brasília, DF: Compós, 2015.

TELECO. *Perfil dos usuários de celular,* 2015. Disponível em: <goo.gl/HZYNyG>. Acesso em: 1º nov. 2015.

TRAVANCAS, I. Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In: DUARTE, J.; BARROS, A. *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.* São Paulo: Atlas, 2011.

 DOI: 10.11606/issn.2238-7714.no.2017.122209

Nem hardware, nem software: o olhar voltado para o *peopleware* segundo o pensamento sistêmico e a comunicação organizacional

Odila de Fátima Passos Barboza
Mestre em Comunicação (UCB), especialista em Administração Pública (ENAP), especialista em Análise de Sistemas pelo Instituto de Desenvolvimento em Recursos Humanos (IDRH). Assessora da Coordenação de Sistemas Tributários da Subsecretaria de Tecnologia da Informação (Sutic) da Secretaria de Estado de Fazenda (SEF) do Distrito Federal. Egressa do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Católica de Brasília (PPGCOM/UCB).
E-mail: odila_sefaz@gmail.com

Robson Dias
Jornalista, mestre e doutor em Comunicação. Pesquisador do PPGCOM/UCB, linha Processos Comunicacionais nas Organizações.
E-mail: rbsn.dias@gmail.com

Victor Márcio Laus Reis Gomes
Publicitário, mestre em Administração e doutor em Comunicação. Pesquisador do PPGCOM/UCB, linha Processos Comunicacionais nas Organizações.
E-mail: victorg.omes@gmail.com

Maria Cecília Alves Martinez
Relações Públicas, mestre em Engenharia Civil e Transportes Urbanos. Membro do Comitê de Ética em Pesquisa (CEP). Professora do curso de Jornalismo e de Publicidade, além pesquisadora colaboradora do PPGCOM/UCB.
E-mail: cecilia_cam18@gmail.com

João José Azevedo Curvello
Jornalista, mestre e doutor em Comunicação. Coordenador e pesquisador do Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (PPGFAC/UnB), linha de Teorias e Tecnologias de Comunicação.
E-mail: joao_curvello@gmail.com

Resumo: O artigo estuda os processos comunicacionais e a dimensão humana em uma equipe de Tecnologia da Informação, a partir do pensamento sistêmico em Luhmann, que enfatiza as interações como formas de comunicação. A partir da noção de *peopleware*, posicionamos quatro funções dos profissionais de informática conjugando-as com funções comunicacionais, em que: (1) o gestor operacional define o sentido (regras do negócio); (2) o gestor técnico faz a supervisão da demanda com (3) o analista de sistemas e de desenvolvimento da fábrica de *software*; e também a supervisão com (4) o analista de suporte sobre as condições de *hardware* . Nesse sentido, o objetivo é o de interpretar processos comunicacionais e relações sistêmicas nos papéis funcionais de equipes de TI, ofertando essa leitura às áreas de Comunicação Organizacional e de Informática e trazendo uma discussão pouco usual nesse meandro: a da dimensão humana, comunicacional e sistêmica.

Palavras-chave: *Peopleware*; Tecnologia de informação; Comunicação organizacional.

Title: Neither hardware, nor software: *peopleware* focus according to system thinking paradigm and organizational comunication approach

Abstract: This paper studies the communication processes and the human dimension in an Information Technology team according to systems thinking in Luhmann, emphasizing the interactions as forms of communication. Based in *peopleware* concept, which approaches four computer professionals' functions associating them with communication functions. The Operational Manager makes meanings (business rules) (1); technical manager mediates communications between users and software factory (2); Systems Development Analyst (3) and support analyst (4) encode messages. The goal is to interpret communication processes and systemic relations according to the IT teams' functional roles offering this reading to the Organizational Communication and Information Technology knowledge areas bringing an unusual discussion about human communicational dimension and Thinking Systems.

Keywords: *Peopleware;* Information technology; Organizational communication.

O artigo traz para o campo da comunicação a questão da dimensão humana de uma equipe de tecnologia da informação (TI), em abordagem interpretativa. Frequentemente, defrontamo-nos com as categorias de recursos como *hardware* e *software*. O *peopleware* é uma dimensão pouco estudada, mesmo na área de informática. Entendemos a divisão de trabalho e funcional da equipe de TI como circunscrita a: (1) gestores operacionais; (2) gestores técnicos; (3) funcionários da fábrica de *software*; e (4) equipe de infraestrutura de TI. Nesse contexto, entendemos que muitos desafios das rotinas de TI estejam ligados não somente aos recursos materiais (sufixo *ware*: suporte), mas também à comunicação humana. Os conflitos são diversos e de base relacional, informacional e até mesmo cognitiva. Inclusive, dando vazão a narrativas registradas de modo humorístico: por exemplo, *Vida de suporte*[1], que é um *site*, *fanpage* (200 mil seguidores), loja virtual e grupo que cria tirinhas humorísticas sobre esse universo, já reportado pela mídia (PROFISSIONAL, 2013; TÉCNICO, 2013; CARNEIRO, 2013; GUSMÃO, 2013; PRADO, 2011; SPETO..., 2011; SUAS..., 2011; PERSONAGENS..., 2012).

[1] Disponível em: <https://goo.gl/BDr4>; <https://goo.gl/DydU2r>; <https://goo.gl/GJM96>; <https://goo.gl/lG2LK2>; <https://goo.gl/by7bpC>; <https://goo.gl/Q9QFKe>. Acesso em: 06 jul. 2017.

Como estado da arte, pesquisas com abordagens próximas ao perfil dessa aplicação costumam ser relativas à gestão do conhecimento, aprendizagem organizacional e inteligência organizacional. Nessa perspectiva do *peopleware*, em específico, temos: "O gerente de relacionamento da unidade de TI na criação do conhecimento organizacional" (ROSES, 2003). Há estudos que tentam integrar a perspectiva de comunicação organizacional e de administração, como: "O entrelaçamento da comunicação organizacional e a gestão do conhecimento: um estudo de caso em uma organização pública" (SILVA, 2013). Especificamente na área de comunicação, somos a segunda abordagem no país, precedidos por Velloso (2014): "A interação de tecnologias da informação e comunicação no alinhamento das melhores práticas empresariais".

O objetivo é apresentar a organização desse sistema comunicacional e desse corpo funcional (*peopleware*), a partir da noção de construção da realidade em Luhmann (2011). Epistemologicamente, enfatizamos que o pressuposto em Hehn (1999), na área da Informática, é o da prescrição de ações relativas à eficiência e eficácia da comunicação humana (uso instrumental da comunicação). Nossa abordagem em comunicação é fluida e interpretativa: buscamos entender apenas as interações e a comunicação, sem compromisso com que isso esteja atrelado à (in)eficácia ou (in)eficiência – possibilidades que deixaremos para aplicações de outros autores interessados.

Nessa perspectiva, entendemos a comunicação organizacional *como fenômeno* (a ser observado por um sujeito de pesquisa inserido numa realidade complexa); *processo* (conforme demonstrado nas perspectivas relatadas); e *sistema* (pensamento sistêmico luhmaniano), a partir de Curvello (2009:. 112). Vale reforçar que a comunicação vista *como fenômeno*, *processo* e *sistema* abre caminho para a independência do funcionalismo, do imperativo operacional, do prescritivo e gerencial, historicamente influentes na área organizacional (Ibid.).

A comunicação como processo cognitivo e descritivo (confirmatório) ainda é um desafio para a pesquisa em comunicação. Nesses meandros, consideramos elementos como a *comunicação interna* e a *cultura organizacional* (CURVELLO, 2001); além de *paradigmas clássicos da comunicação e de seus impactos nas organizações* (CURVELLO; SCROFERNEKER, 2008); o *entendimento da* comunicação *e das organizações como sistemas complexos – nas perspectivas de Niklas Luhmann e Edgar Morin* (CURVELLO; SCROFERNEKER, 2008); as diretivas sobre os *estudos de* comunicação organizacional *entre a análise e a prescrição* (CURVELLO, 2002); inclusa a noção de *caos e ordem na cena organizacional* (CURVELLO, 1999).

Curvello (2009), ao tratar sobre a *comunicação como processo*, mostra que a visão funcionalista classifica a comunicação como um processo por entender que: a comunicação trata de uma sequência de tarefas que, quando executadas, passam a agregar valores para organização. No entanto, a comunicação *como fenômeno*, *processo* e *sistema* é muito mais que a simples explicação funcional, é algo que está em fluxo e transformação constante, marcada por ciclos criativos e dinâmicos. A comunicação *como processo* é composta por conversação com fluxos entrelaçados de ideias e pensamentos que geramos ao interagir com o outro, compartilhando sentidos.

Para efeito de interpretação da equipe de TI, pensando as funções dos profissionais de informática como processos comunicacionais, utilizaremos a dualidade entre a comunicação humana (*peopleware*) e os dados das máquinas (*software* e *hardware*). Dessa forma, temos que: o gestor operacional produz sentido de acordo com as regras de negócio – solução em TI, sistema de ponto eletrônico, sistema de pagamento; o gestor técnico faz a aproximação entre a área de negócio e a área de desenvolvimento, facilitando o entendimento entre humanos – explica o *briefing* para a solução em TI; o analista de desenvolvimento, que decodifica os sentidos do *briefing* produzidos por humanos e os programas em algoritmos nas máquinas, fazendo as soluções em TI; e o analista de suporte, que faz a seleção de dados nas máquinas que dão suporte à automação eletrônica, informática e informacional da solução em TI[2].

[2] Os objetos de interpretação da equipe de TI são 4 funções e papéis entendidos como comunicacionais, mas, que, não se confundem com os pressupostos funcionalistas e estruturalistas. Até mesmo porque a abordagem sistêmica é mais fluida e não baliza posições específicas com funções sociais e papéis sociais. Está mais pautada pelas trocas comunicacionais possíveis e as decisões advindas delas, que constroem a realidade.

Essa categorização nos dá base para a análise interpretativa do *peopleware*. Faremos a leitura como se fosse a construção da realidade, a partir de *sistemas psíquicos* (consciências da equipe de TI) e *sistemas sociais* (sentidos compartilhados), entendendo que a consciência de cada profissional da equipe de TI é importante no processo de comunicação e interação. E isso configura a organização dessa unidade funcional: o *peopleware*, para muito além das máquinas e equipamentos informacionais.

A área de comunicação organizacional, na perspectiva integrada (KUNSCH, 2003), tradicionalmente teve interesse pela comunicação advinda de fluxos comunicacionais oriundos de suas funções e profissões clássicas: Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas, dentro do escopo de Comunicação Social[3]. É um paradigma denominado "*Comunicação nas* organizações*"* (CASALI, 2006: 34): a organização existe e as profissões ocupam uma função comunicacional nela. A assessoria de comunicação (ASCOM) se instala em uma determinada instituição. No entanto, perspectivas recentes têm levado esses estudos a abordar também fenômenos da comunicação interpessoal. Nosso objeto é uma equipe de TI que nada tem de pertencente às carreiras tradicionais da área de Comunicação Social. No entanto, a comunicação humana, em sentido amplo, também passou a ser interesse de estudo da área de comunicação organizacional na tentativa de vislumbrar processos e fenômenos que caracterizem: vida, trabalho, gestão, gerenciamento, identidade, imagem, cultura e discursividade das organizações. Denominemos esse paradigma como "Comunicação como organizações" (CASALI, 2006): a organização existe porque a produção de sentidos compartilhados dá existência a ela. Mesmo sem um prédio ou departamentos, eu posso ter uma organização (em rede, por exemplo). É o significado que dá o ajuntamento social e organiza a realidade.

[3] Um arranjo que também pode abarcar as denominações: Rádio e TV, Audiovisual e Cinema.

Casali (2006) fez um estudo sobre paradigmas comunicacionais e suas trajetórias. A autora utiliza uma classificação bem pertinente a esta pesquisa. Ela afirma que diferentes concepções da Comunicação Organizacional podem ser reunidas sob duas noções básicas. Logo, nosso perfil neste artigo confere com a coluna à extrema direita do quadro ("como").

Comunicação Organizacional		
	Comunicação "nas" organizações	**Comunicação "como" organizações**
Visão das organizações	Unidade; máquina ou coletivo.	Sistema de interações; construção social.
Visão da comunicação	Variável dependente da estrutura organizacional; mecanismo para transmissão de informações e manutenção da ordem organizacional.	Elemento constitutivo das relações sociais; transação.
Relação entre comunicação e organização	Contêiner.	Produção; equivalência.
Importância	Desempenho de funções operacionais, de manutenção, de relações humanas e de inovação.	Processo "organizante".
Foco de análise	Mensagens; canais; redes; relações sociais; clima organizacional.	Processos simbólicos de estruturação, coorientação e legitimação das ações sociais.
Síntese	**Comunicação informativa**	**Comunicação constitutiva**

Quadro 1: Síntese das noções sobre Comunicação Organizacional (CASALI, 2006)

As pessoas como suporte da informação, as pessoas como comunicação

Esta seção tem como base a referência inaugural internacional do conceito de *peopleware* (DEMARCO; LISTER, 1990) e a abordagem nacional (HEHN, 1999). DeMarco e Lister (1990) descrevem o lado humano da tecnologia e enfatizam que é uma grande ilusão acreditar que as pessoas que trabalham com tecnologia sejam parte integrante do mundo tecnológico (uma vez que na realidade não são):

> Como trabalhamos em equipes, projetos e outros grupos coesos, o nosso negócio é mais a comunicação humana. Os nossos sucessos vêm de interações humanas boas entre todos os participantes do esforço, e os nossos fracassos surgem das interações humanas pobres (DEMARCO; LISTER, 1990: 6).

Para os autores, a grande tendência dos funcionários se concentrarem no lado técnico (e não no lado humano do trabalho) se dá pela facilidade em executar uma determinada tarefa operacional, que exigirá somente sua competência técnica e racional. E que, embora o lado humano do trabalho seja muito mais importante que qualquer outro aspecto, exige envolvimento, atenção e percepção, esforços que requerem mais empenho e que a maioria das pessoas não está disposta a suportar isso[4]. Os autores exemplificam essa atitude dentro do escritório ao citar que é mais fácil executar uma tarefa de informática, como instalar um HD (*harddisk*), do que procurar ajudar um colega com depressão ou procurar saber o porquê de outro colega estar insatisfeito com a organização (Ibid.).

Epistemologicamente, nesse objeto de estudo e - nesta aplicação, uma noção da qual nos distanciamos também é a de "*pessoas como recursos*" (DEMARCO; LISTER, 1990: 10), também criticada pelos autores, mesmo dentro da área da informática. Do mesmo modo que uma organização depende de recurso financeiro e de recurso material para alavancar a produção, é usual se referir a um funcionário como um recurso humano. Essa denominação para a pessoa a coloca, claramente, como uma das peças de montagem de uma grande engrenagem que é a organização - o contrário da noção em Luhmann (2011), como veremos à frente. DeMarco e Lister (1990: 10) classificam esse pensamento como "a loja de pessoas" e enfatizam:

[4] Ressaltando que a noção de suporte é frequente em TI, seja como meio (canal), instrumento (mecanismo, solução em TI), ou apoio (ao usuário no acesso à informação). Em TI, admite-se dar suporte ao usuário (tirar dúvidas, arrumar máquinas, ajustar programas), à organização (com soluções em TI) e ao processo de comunicação entre as pessoas (com o aparato eletrônico, informático e informacional). Essas são finalidades da atividade e das ocupações. No entanto, o que poderia ser suporte ao *peopleware*, na sua dimensão humana e comunicativa, não tem um foco difuso e comum a todos os membros da equipe. Apenas o gestor técnico é encarado como mediador e responsável por essa facilitação, inteligibilidade e comunicação. A premissa da área é: o compromisso com o *acesso* à *informação*, não com a *produção de sentido* no ambiente organizacional que seja fora dos meandros de suporte ao usuário e às soluções em TI (exatamente a discussão que tentamos ao trazer o conceito de *peopleware* para o campo da Comunicação como objeto de estudo).

> Muitos gerentes de desenvolvimento adotam a mesma atitude. Eles fazem todos os esforços para se convencerem de que ninguém é insubstituível. Como eles temem a saída de uma pessoa-chave, eles se forçam a acreditar que não existe uma coisa como uma pessoa-chave. Afinal, não é esta a essência do gerenciamento, certificar-se de que o trabalho continue quer o indivíduo fique, quer não? Eles agem como se existisse uma mágica Loja de pessoas que eles pudessem chamar e pedir, "Mande-me um novo George Gardenhyer, mas faça esse um pouco menos arrogante" (DEMARCO; LISTER, 1990: 10).

Seguindo nessa linha de pensamento dos autores: ter a percepção da singularidade das pessoas é fundamental para um ambiente organizacional. Cada funcionário é único (como consciência e *sistema psíquico*), diferentemente do mundo padronizado da fabricação de peças em escala de produção. É neste sentido, ao avançar na dimensão humana, que DeMarco e Lister (1990) apontam para a questão emocional do *peopleware* e até mesmo da Cultura Organizacional:

> É claro que ninguém fala diretamente que o trabalho não deve ser engraçado, porém está lá, adormecida no nosso subconsciente cultural. Essa ideia se manifesta na timidez culpada que sentimos que somos pegos rindo de felicidade com a tarefa que temos em mãos (DEMARCO; LISTER, 1990: 183).

No marco nacional do conceito de *peopleware*, esta noção de cultura também aparece: "Um programa de transformação deve atuar simultaneamente em dois planos: o plano cultural e o plano dos elementos estruturais" (HEHN, 1999: 67). Oriundo dos estudos da área de Informática, Hehn (1999) já demonstra como a dimensão humana dos processos em informática pode ser uma barreira para as organizações e considerava fundamental que as organizações desenvolvessem competências para realizar processos de transformação, entendendo essa ação a partir de um viés "racional da mudança" (43):

> Em um ambiente de muitas mudanças, o "gargalo" da transformação está nas pessoas e não na capacidade de a organização investir ou contratar serviços, isso fará com que organizações com pouco poder económico, porém flexíveis e adaptáveis, superem outras, mais rígidas e difíceis de mudar, apesar de terem grande poder económico (HEHN, 1999: 43).

Hehn (1999: 69) também trabalha com a "dinâmica organizacional":

- Organizações se mantêm estáveis ao longo do tempo, tanto em termos de comportamento quanto de operação devido à estrutura sistêmica composta basicamente por modelos mentais, estruturas, padrões de comportamento e resultados. Essas variáveis influenciam e moldam umas às outras. Agindo em uma parte isolada do sistema, pouco ou nada muda.

- As organizações departamentais tradicionais têm uma dinâmica organizacional dominada por forte noção de território, valorização do poder e da hierarquia, independência das áreas, forte relação de lealdade entre chefe e subordinados. Esses valores condicionam todos os elementos estruturais.

- Feudos, redundância de atividades, falta de cooperação entre áreas, competição entre áreas, ciclos longos, muito tempo de espera entre atividades etc. são dilemas e não problemas. São decorrências indesejáveis de coisas valorizadas pelas pessoas que trabalham neste modelo de organização.

- A organização departamental tradicional tende a ser substituída pela organização integrada e orientada para processos. Este novo modelo se caracteriza pelo enfraquecimento dos territórios e fortalecimento de uma rede de relacionamentos. Em grande parte, ele é viabilizado por uma simbiose entre organização e software.

- Neste modelo de organização, a pressão dos superiores hierárquicos tende a ser substituída pela pressão dos pares na busca de objetivos comuns. As atividades são agrupadas levando-se em conta tanto os processos quanto as funções.

- A transformação de um modelo de organização em outro requer mudanças em dois planos: o cultural e o dos elementos estruturais. No plano cultural, é necessário alterar modelos mentais, crenças, valores, enquanto no plano estrutural, além de implantar um software integrador, é necessário alterar elementos que preservam ao longo do tempo a cultura de não integração.

Peopleware, segundo Hehn (1999: 16), é a interação das pessoas e seus modelos mentais, valores e crenças, com diversos elementos estruturais intimamente ligados a elas. Elementos estruturais são formados por políticas e sistemas de recursos humanos, que desenvolvem recrutamento e seleção de funcionários, avaliação de desempenho, remuneração, premiação, carreira, papéis e responsabilidades, lógica da estruturação dos objetivos e estrutura organizacional. Fazendo uma analogia com a "teoria dos sistemas sociais", em Luhmann (2011), *peopleware* seria um *sistema social fechado* e *autorreferente*, com modelos mentais, valores e crenças (apesar do autor trabalhar com a categoria consciência). Voltando à informática, Hehn (1999: 16) chama de "casca" elementos que representam o ambiente. Para nós, em Luhmann (2011), para manter o sistema vivo é necessário que mantenha a harmonia com os elementos estruturais, caso contrário, havendo *irritações* do *ambiente* e do *entorno*, podem levá-lo a mudar suas estruturas. Essa característica de produzir a si mesmo é chamada de "autopoiese", noção cunhada em Maturana e Varela (2001) e aplicada na "teoria dos sistemas sociais", de Luhmann (1997).

O plano cultural (resultado de interações) e o estrutural (de dada organização social) estão interligados como um todo, por essa razão os dois planos estão sistemicamente ligados um ao outro. A abordagem sistêmica, em Luhmann (2011), corrobora para a verificação dessa dimensão do *peopleware*, pois se trata de uma perspectiva sistêmica estrutural-construtivista. A transformação no plano cultural se dá pelo processo de mudança nos elementos que estão no núcleo do *peopleware*, ou seja, modelos mentais, crenças e valores. Essas variáveis influenciam e moldam umas às outras[5]: "No entanto é um engano imaginar que as pessoas só resistem às mudanças ruins. Para grande parte das pessoas, mudar, independente de qualquer tipo de mudança, causa grande desconforto" (HEHN, 1999: 40).

[5] Em Psicologia Social isso é tratado como cognição social: o ajuste dos comportamentos a dada cultura.

Hehn (1999) diagnosticou esse comportamento da organização como "*síndrome da princesinha"*, pois assim como uma princesa presa em seu castelo, muitas organizações ficam à espera de seu salvador. Essa doença é responsável pelo fracasso de muitos projetos. Histórias de princesinhas são conhecidas por todos. Ela é bela e dedicará todo seu amor ao seu salvador. E é só. O resto do esforço cabe ao príncipe (HEHN, 1999: 75).

Embora pareça uma solução improcedente, não é errado contratar uma solução em TI. Ao contrário, uma boa solução em TI acelera a transformação organizacional necessária em termos de informação (*hardware*, *software*). Mas um problema comum nas organizações está no fato de se acreditar que basta contratar uma solução técnica em informática para se superar adversidades, sendo que muitos problemas podem ser comunicacionais (envolver, interagir, compartilhar e comunicar): *peopleware*. Quando a organização não consegue

atingir a percepção de compartilhamento humano com a solução proposta pelo "salvador", como se referiu Hehn (1999), ela não se salvará. E com a mesma rapidez que contratou a solução em TI, facilmente recorrerá à mesma estratégia, comprando novamente outra solução (torcendo para dessa vez ter encontrado a superação de dada adversidade)[6]. Fazendo analogia com a "síndrome da *princesinha"*, se as pessoas de dada organização quiserem ter um sistema de informação que atenda a suas necessidades não basta contratar a solução em TI, mas envolver o *peopleware* e os usuários nessa sistematização informacional (e comunicacional).

[6] Muito comum com a licitação ou contratação direta de novos programas e aparatos técnicos, informáticos e informacionais.

Hehn (1999: 47) diz que existe nas organizações uma estrutura sistêmica invisível e poderosa que mantém a estabilidade ao longo do tempo e que, enquanto as pessoas não perceberem esse mecanismo, suas ações de transformação são ineficientes e incapazes de produzir algum efeito, e no final não há mudança. Seguindo essa linha de pensamento, o autor identifica dois tipos de correntes: (1) a dos que alteram elementos estruturais na organização e (2) a dos que alteram a percepção da realidade e o comportamento das pessoas. E como as duas correntes não se integram, nenhuma das duas obtém sucesso se aplicada isoladamente (Ibid.).

O ideal seria que existisse uma terceira corrente que fosse o misto das duas: capaz de realizar uma transformação de sucesso com integração de ações de caráter técnico e humano, e assim atuar nesse contexto como um todo. Esse mesmo mecanismo mostra que quando as pessoas não são boas para perceber o todo, produzem resultados que reforçam a crença de que a melhor maneira de se organizar é por especialidade funcional. Assim o ciclo se fecha e se instala uma dinâmica organizacional que irá manter a organização operando no modelo departamental funcional indefinidamente (Ibid.). Essa dinâmica organizacional é composta por um ciclo de reforço no qual modelos mentais moldam estruturas; as estruturas definem padrões de comportamento; os padrões de comportamento determinam os resultados que são obtidos; os resultados reforçam os modelos mentais[7] (Ibid.).

[7] Aqui, um ponto de interesse nosso no qual chamamos a atenção do leitor: os modelos mentais e, mais à frente, a questão das consciências em Luhmann (2011) como base de comunicação e interação, o que configuraria, como processo comunicacional, a dimensão humana do *peopleware*.

Muito utilizada em outras áreas, a tradição sistêmica de *A quinta disciplina*, de Peter Senge (1998), tendo o raciocínio sistêmico como base do "aprendizado organizacional" e como um degrau para a mudança emancipadora de conflitos e problemas, diz que modelos mentais são imagens, pressupostos e histórias que carregamos em nossas mentes sobre nós mesmos, outras pessoas, instituições e cada aspecto do mundo. Eles influenciam fortemente aquilo que vemos e o que fazemos, mas as pessoas não têm consciência da maioria deles. Os que são percebidos, em geral, são tidos como verdades óbvias, não questionadas[8]. É uma tradição sistêmica diferente da nossa, a partir de Luhmann (2011), mas também retrata o aspecto da consciência (para aquele autor, entendido a partir da noção de modelo mental).

[8] Senge (1998) trabalha com premissas bem gerenciais, diferente de Luhmann (2011), que é mais focado em interações fluidas e processo de construção da realidade, a partir da comunicação.

Nesse sentido, De Toni, Milan e Hexsel (2007) e De Toni et al. (2012) fazem um breve panorama do entendimento de diversos autores sobre modelos mentais: (1) Le Boterf (2003 apud DE TONI, 2007, 1, 5, 6), na ideia de que os modelos mentais podem auxiliar na construção da competência para facilitar a dinâmica estratégica de mudança e inovação nas empresas; (2) Fonseca e Fernandes (2000 apud DE TONI, 2007, 4), que postulam a estratégia adotada pelas organizações como fator determinante no entendimento do pensamento dos gestores, em seus conteúdos e mecanismos; (3) Kenneth Craik (1943 apud DE TONI, 2007, 3), autor que define que o ser humano traduz os elementos do ambiente em modelos mentais, manipulando suas representações simbólicas; (4) Gardner (2005 apud DE TONI, 2012, 540, 560), que entende o modelo mental como uma representação dinâmica ou simulação do mundo e constitui uma maneira específica pela qual o indivíduo percebe, codifica, retém e acessa informações; (5) Ruff e Shoho (2001 apud DE TONI, 2012, 540), que defendem a fato da construção de modelos mentais por conta de o indivíduo servir de processo de representação e comunicação interna e com o meio ambiente, em um ciclo contínuo entre a experiência, avaliação e aplicação de determinados conceitos;

e (6) Chapman e Ferfolja (2001 apud DE TONI, 2007, 3), sobre aspectos-chave dos modelos mentais como eles não sendo simplesmente repositórios de aprendizado passado, mas também as bases para a interpretação do que esteja acontecendo atualmente, além de que eles influenciam fortemente a ação das pessoas. E, sobretudo, os modelos mentais são um processo socialmente mediado (o grupo, o contexto cultural de onde a pessoa procede, o contexto organizacional e os canais de informação são agentes influenciadores na formação dos modelos mentais das pessoas que compõem uma organização). Inclusive, além da noção de consciência (caracterizada por esses autores como modelo mental), enfatizamos a questão da mediação, noção central de um processo de interação e de comunicação.

Voltando a Hehn (1999), no *peopleware* o autor trabalha a visão dicotômica que uma mesma organização pode ter, dependendo do ponto de vista de cada pessoa: duas pessoas com modelos mentais diferentes podem observar o mesmo objeto de formas diferentes e, assim, descrevê-lo de modos distintos, uma vez que o veem sob perspectivas diferentes.

Departamento tradicional	Integrada e orientada para processos
A informação pertence a quem a gerou, informação é poder.	Toda informação deve ser colocada no sistema integrado, que fará uso adequado dela e a liberará para as pessoas autorizadas.
Valorização da propriedade, do poder hierárquico, da relação entre chefe e subordinado.	Valorização das redes de relacionamentos, da relação entre pares no fluxo dos processos.
Tendência a formar especialistas.	Tendência a formar pessoas com visão do processo.
Defesa da propriedade.	Defesa dos objetivos comuns.
O importante é fazer o chefe feliz.	É importante fazer o chefe e os pares (no fluxo dos processos) felizes.
Relacionamentos pessoais concentrados na área funcional em que a pessoa atua.	Relacionamentos pessoais distribuídos pela organização em função do processo.
Reforçam a importância da especialidade, da necessidade de comando forte e presente para integrar as pessoas.	Reforçam o valor da gestão por processo, a eficácia da pressão dos pares no atingimento de objetivos comuns.
Feudos, duplicidade de atividades, ciclos longos com muito tempo de espera.	Times virtuais, integração e ciclos curtos.
Visão setorial prevalecendo sobre o todo.	Resultados globais mais importantes que setoriais.

Quadro 2: Formas de Organização (HEHN, 1999)

Em suma, em organizações com perspectivas diferentes, seus membros pensam em consonância com a dinâmica organizacional própria da organização. O Quadro 2 relaciona de forma comparativa a dinâmica organizacional de duas formas distintas de organização em Hehn (1999), a organização de departamento tradicional e a integrada e orientada para processos.

Hehn (1999) entende, aplicado ao universo do *peopleware*, que os modelos mentais são tanto o ponto de partida da dinâmica organizacional quanto a consequência dos resultados obtidos pela organização. Uma organização está repleta de modelos mentais coletivos que moldam as ações e os comportamentos das pessoas, como que tipo de informação deve ser distribuído e quem deve ter acesso a que tipo de informação.

Hehn (1999) destaca a “rede de relacionamentos” como um dos valores mais significativos do modelo organizacional. A rede de relacionamento estabelece uma conexão entre as pessoas que têm objetivos comuns considerados até mais importantes que o sucesso pessoal separadamente: “Pessoas têm uma necessidade dominante de viver, reproduzir-se e estar em sociedade; a habilidade

de interação recíproca com os outros inclui a de se comunicar e estabelecer relações baseadas na confiança e no amor e a de colaborar em atividades primárias como o trabalho" (HEHN, 1999: 63).

Hehn (1999) aponta para o lado relacional do *peopleware*: a rede de relacionamentos que cobre toda a organização se viabiliza por uma forte integração entre as pessoas e outro instrumento, um *software* integrador:

> O software é o "instrumento" que permite que todas as pessoas de uma organização, mesmo sem estar próximas ou falando umas com as outras frequentemente, trabalhem integradas. Permite também que as informações que todas estas pessoas têm sejam consolidadas, avaliadas, usadas para planejamento e simulações etc. (HEHN, 1999: 65).

Embora o autor tenha explicado o modo como a TI, por intermédio de um *software*, contribui para a interação da informação entre pessoas, estabelecendo uma simbiose mútua entre a importante aplicabilidade de um *software* e a conexão entre as pessoas numa organização, o mais importante que não se pode deixar passar despercebido é a compreensão de que a verdadeira integração ocorre primeiro na mente das pessoas. Ou melhor, no *peopleware*: a partir da produção e compartilhamento de sentidos. Para nós, o *software* pode ser viabilizador, mas não a integração em si.

Peopleware, cibernética e sistemas sociais

Estamos falando em equipes de TI e a parte humana desse contexto: *peopleware*. No pensamento sistêmico, Luhmann (2011) recorre à cibernética para descrever sua sociedade. E somos signatários desse pensamento ou mesmo compartilhamos dessas lentes para entender o objeto em estudo. Para Luhmann (2011), estaríamos imersos na comunicação e as interações comunicacionais seriam as balizas de construção da realidade, para além das concepções teóricas de processos cognitivos simbólicos e sígnicos, conforme a semiótica (Charles Pierce); ou mesmo processos linguísticos (Saussure)[9].

Luhmann (2011) trabalha a consciência, advinda da interação comunicacional para construir a realidade. Numa abordagem holística, *autorreferência* e *heterorreferência* seriam formas de superar a ideia clássica da sociologia entre sujeito-objeto, tomando isso nas categorias da cibernética (*sistema*, *ambiente* e *entorno*). A principal mudança é que sai do paradigma da *ação social* (Weber) e passa para uma abordagem baseada na *interação,* muito importante para esta pesquisa.

Neste trabalho, entendemos como *sistema psíquico* cada indivíduo da equipe de TI e como *sistema social* as equipes e as organizações que se observam e se agrupam (ou não) por elemento em comum de diferenciação entre *sistemas* e *ambientes*. Para nós, o *sistema funcional* (ou *subsistema*) seria o sistema formado pelas equipes de TI, como no estudo de caso em questão (BARBOZA, 2016)[10]. Entendemos que cada indivíduo ou agrupamento de consciências e práticas são *sistemas fechados* (dotados de suas convicções, mas sensíveis a percepções do que ocorre no *ambiente* – *ressonância*). Os *sistemas psíquicos* também são *sistemas cognitivos*, ou seja, os profissionais de TI (indivíduos) dotados de pensamento, consciência e cognição apresentam possibilidades de comunicação entre si (homem-homem), com as máquinas (homem-máquina) ou mesmo consigo mesmo (eu-eu – autoconsciência)[11].

Os *sistemas sociais* existem quando há comunicação: a matriz sobre a qual se constrói a realidade, tendo como base desse processo. Os *sistemas funcionais* (*subsistemas*) são o negócio[12] ou ramo de atuação que, no nosso estudo de caso é a Secretaria de Estado de Fazenda (SEF) do Distrito Federal, codificado no binômio: fiscal versus não fiscal; tributário versus não tributário. Mas também a própria

[9] Em Luhmann (1997, 2011), o homem está imerso na Comunicação. Em Pierce, imerso em significado. Em Saussure, imerso na linguagem. Falamos em imersão por estar inserido e ocupar um lugar de visão e de fala na realidade, a ser validada e configurada com perspectivas teóricas diferentes (muitas delas utilizando a cultura) e tendo a cognição como fenômeno comum.

[10] O negócio fiscal e tributário da Subsecretaria de Tecnologia da Informação e Comunicação (Sutic) da Secretaria de Estado da Fazenda (SEF) do Distrito Federal.

[11] Em que homem-homem, homem-máquina e eu-eu podem ser tomados na classificação de Luhmann (2011) como alter e ego.

[12] Para retomar o jargão de TI: regras do negócio, ou seja, a lógica das rotinas organizacionais.

Subsecretaria de Tecnologia da Informação e Comunicação (Sutic), codificada em tecnologia da informação versus não tecnologia da informação. O *ambiente* ou *entorno* podem ser várias coisas a partir da delimitação de uma referência que se diferenciaria (ou não) de algo, tendo como pressuposto o *fechamento operacional*.

O *acoplamento estrutural* indica exatamente as interações dos sistemas (psíquicos e sociais) com o ambiente ou mesmo com outros sistemas, o que também pode incorrer em interpenetração, que seria a troca mútua entre sistemas em suas interações. Nesse sentido, lembramos que as equipes de TI da Sutic podem estar fechadas operacionalmente para vários eventos e estímulos do ambiente (*ruídos, irritações, estímulos e contingências*), mas que os sistemas psíquicos são dotados de atividade cognitiva, ou seja, percebem estímulos do ambiente (*ressonância)* apesar do isolamento operacional. Distanciamos esses sistemas da ação social da Sociologia Clássica com base no *estruturalismo*[13] e os aproximamos da *cibernética*[14]: *operações*[15]*, programação, redundância, seleção e* autopoiese (que se relaciona com a autoconsciência e convicção da identidade – por diferenciação de si em relação a algo, que pode ser tanto individual quanto organizacional, frequentemente explicada como alegoria de atividade metabólica a partir da Biologia). A mudança nessa visão é não ver a separação entre homem-realidade, homem-objeto, na forma tradicional da Sociologia Clássica, mas assumir uma visão mais complexa (aceitando o imponderável) e também não tendo o homem como centro da realidade, mas como parte dela.

Peopleware como comunicação

O Quadro 1, com o paradigma *comunicação como organização* (CASALI, 2006) é baliza para esta seção. No pensamento sistêmico, podemos entender que tudo e todos são organizados pela comunicação[16], pois essa concepção teórica entende que as relações de consciência são comunicação. Logo, o Quadro 3 é base de interpretação e marcação das funções comunicacionais em TI.

Peopleware	
Tecnologia da informação (acesso à informação)	**Comunicação (produção de sentidos)**
Gestor operacional ou usuário operacional	**Definidor de sentido** – cria o significado de uma funcionalidade e solução em TI, a partir de um problema no contexto do usuário: Regras de Negócio[17]. *Paradoxo da decisão*, *seleção*, *auto-referência*, *heterorreferência*, *decisão*, *autopoiese*. Esse *briefing* é passado ao gestor técnico, que vai coordenar essa demanda com o *hardware* e o *software*.
Gestor técnico ou supervisor entre usuário e analista	**Ressonador de sentidos** – supervisão direta dos processos, do briefing à homologação da solução em TI. É um facilitador também de negociações entre os outros 3 profissionais[18]. Ponte entre briefing, programação, funcionamento e homologação: *subsistemas*. Está atento ao *ambiente* e ao *entorno*: *ressonância*. Coordena a equipe: *interpenetração*, *interação*, *estímulos*.
Analista de desenvolvimento ou programador (*software*)	**(De)codificador de sentidos** – codifica os sentidos operacionais do usuário em linguagem de máquina (programação, código fonte, fábrica de *software*)[19]. O briefing vira um sistema em dada linguagem (SQL, PHP, Cobol, Html, Java). É a solução em TI para um problema informacional organizacional. Cria linguagens e protocolos que sistematizam *operações*, *estímulos*, *irritações*.
Analista de suporte ou mantenedor da estrutura física tecnológica (*hardware*)	**Contingenciador de sentidos** – informação e sentidos tomam corpo em *ambiente* e *entorno*, a partir da máquina (infraestrutura, processamento, servidor, *hardware*)[20]. Sem servidor, o programa não funciona. Tudo que não é o indivíduo (consciência) é *entorno* e *ambiente*.

Quadro 3: Leitura comunicacional das funções em TI

[13] Enxergar a Subsecretaria de Tecnologia da Informação e Comunicação (Sutic) e a Secretaria de Estado de Fazenda (SEF) como linguagem ou estruturas e agrupamentos sociais que determinam e condicionam a construção da realidade, consciência.

[14] Enxergar a Subsecretaria de Tecnologia da Informação e Comunicação (Sutic) e a Secretaria de Estado de Fazenda (SEF) como sistemas psíquicos e sistemas sociais em que há trocas entre elementos e participantes desses contextos para a construção da realidade.

[15] A ação social não existe em Luhmann, só operações comunicativas. Por isso, ele sai da Sociologia e transita para a Comunicação. Comunicação indica seleção de informação (dados), em conjunto com seleção de conteúdo (sentidos) e seleção do que entendo entre dados e sentidos.

[16] A *sociedade* é organizada por decisões. O *paradoxo de decisão* é escolher entre o desconhecido. Decidir é escolher uma realidade (certeza), dentre tantas que podem existir (incerteza).

[17] O gestor operacional produz sentido ao ler o ambiente organizacional e entender um problema. Como ele conhece as especificidades da instituição (regras de negócio), ele faz o briefing da solução em TI, exemplos: um sistema de frequência com ponto eletrônico nos estacionamentos acionado por leitura óptica de crachá ou um de pagamento que já calcule horas extras e tributos. Esses problemas são demandados para virarem soluções em sistemas computacionais. O problema é digitar valores. A solução é criar um sistema de leitura óptica e código de barras. Gestores são mais atividade meio e organizacional, em TI. Mas o peopleware tem como escopo as quatro funções (a relação entre atividade meio e atividade fim).

[18] O gestor técnico não está tão ligado ao briefing em si, como sentido, mas ao máximo ajuste possível do briefing (planejamento) à solução em TI (sistema a ser entregue). Gestor operacional e gestor técnico são a parte mais de atividade meio da TI: administração, planejamento, monitoramento, gerenciamento de recursos humanos (métrica de pontos de função: contagem de produtividade em TI), controle, prospecção de impactos sociais, econômicos, funcionais e ambientais em TI. Reforçando que gestores são mais atividade meio e organizacional, em TI.

O gestor operacional informa a demanda para a área técnica da TI e aguarda a funcionalidade solicitada ser atendida, para em seguida testá-la. O primeiro teste é feito no ambiente de homologação (servidor de rede para teste com dados fictícios) e, se aprovado, dá o aceite informando para área técnica que o programa em linguagem de código foi aprovado no teste e, portanto, deve ser enviado para o ambiente de produção (servidor de rede em que o usuário opera o sistema com dados reais). Após a funcionalidade estar em produção, o gestor operacional testa novamente, agora no ambiente de produção, para que se certifique que o *briefing* (demanda, problema) para o gestor técnico, de fato foi atendido (solução em TI).

O gestor técnico supervisiona a conformidade entre o *briefing* e o trabalho realizado pelo analista de desenvolvimento (geralmente, este último é terceirizado: fábrica de *software*; e os dois anteriores são das organizações que contratam as empresas de TI). É o coordenador entre as instâncias de *briefing* (problema) e a programação de um sistema (solução em TI). Como *peopleware,* também atua no processo de *tomada de decisão*[21], na emissão de parecer técnico (supervisionando se a entrega do sistema fecha com a demanda).

Embora não seja o responsável pelo negócio (entender os problemas informacionais organizacionais que precisam de um sistema e assinar demandas em prol disso), o gestor técnico deve ser conhecedor o suficiente das regras de negócio[22] para que consiga avaliar uma demanda (supervisão), sugerir melhor aplicabilidade de sua funcionalidade (in loco – reuniões com programadores), de forma a tornar um sistema o mais amigável possível ao usuário (inteligível e comunicável). Com tudo isso, o gestor técnico (facilitador corpo a corpo, face a face) age sem exceder a demanda original do gestor operacional (planejador)[23], pois é estabelecido no contrato entre organização[24] e empresa de TI (geralmente terceirizada) que as demandas sejam pagas por produção (métrica de pontos de função – *códigos binários*, como trabalhou e não trabalhou; confere e não confere)[25].

O analista de desenvolvimento é visto como o (de)codificador de sentidos pois interage com o enviado pelo ressonador: entendendo o briefing e processando a solução em TI com linguagem de programação (máquina, código e *software*). Em seguida, repassa o código para o analista de suporte (contingenciador de sentidos) inserir na máquina (*hardware*). Após a conclusão da demanda, o analista relata todas as tarefas executadas e com isso mensura o custo da demanda. Em seguida, comunica a área de infraestrutura (*hardware*), solicitando ao analista de suporte que o código seja transmitido para o ambiente de homologação, no qual será testado pelo solicitante da demanda (organização – gestor operacional), ou seja, o definidor de sentido. Novamente, a homologação trabalha com *códigos binários*, como demanda e não demanda; *briefing* e não *briefing*.

A própria automação de uma solução em TI pode ser entendida como *meio de comunicação simbolicamente generalizado* que produz *operações* e sentidos. Um exemplo é o caixa de supermercado com calculadora manual e a baixa no depósito (manual também). Ambas podem ser automatizadas em uma solução de leitura óptica e sistema de baixas de estoque.

O analista de desenvolvimento, (de)codificador de sentidos, em Luhmann (2011), opera *códigos binários*, como: solução e não solução; problema e não problema. Codifica *operações*: interações entre o indivíduo e o sistema. Essas *operações* são, fundamentalmente, comunicação. E a *programação*: um rol de operações, ou seja, de comunicações. A *programa*ção é feita nas organizações com as *decisões*, que viram regras, *redundância* (repetição) e criam procedimentos e protocolos nas máquinas, mas também ações e condutas nos indivíduos.

O analista de suporte tem muito a ver com a cibernética: para estabelecer a ligação informacional e comunicacional entre máquina (*hardware*), linguagem

[19] O analista de desenvolvimento é o programador, o engenheiro de software. Analistas são mais a atividade fim, em TI.

[20] O analista de suporte, por natureza, é pensado como o mais instrumental de todos, muitas vezes entendido como o canal e como o mero polo da informação (e não da comunicação). Mas, em Luhmann (2011), ele é responsável por todo o entor*no e o amb*iente que se observam (seres vivos), além da auto*rreprodução em autopo*iese. Na falta de energia elétrica (acesso à informação), encerra-se a solução em TI e qualquer possibilidade de comunicação (produção de sentido), pois não há informação. Essa função é muito atrelada ao paradigma comunicacional de transmissão (trânsito e circulação de informação, entrega do pacote de dados), o que não existe no pensamento sistêmico em Luhmann (2011).

[21] Nesse contexto, a *decisão* é exatamente o que organiza a complexidade da realidade: o imponderável. Escolher uma coisa de uma opção de mil coisas é decidir. E, logo, organizar um sistema. Na Sociologia Clássica, seria agir (de ação social). Entendemos a Subsecretaria de Tecnologia da Informação e Comunicação (Sutic) e Secretaria de Estado de Fazenda (SEF) como *organização*: agrupamentos que são resultados de decisões que organizam a realidade. A mudança no organograma ou fluxograma é um bom exemplo de uma decisão que organiza a realidade ou mesmo a organização. E, para nós, a Comunicação Organizacional, organiza. Por isso, estamos com este objeto de estudo em apreço: tentando organizar as interações nas equipes de TI e vislumbrar ruídos e entendimentos entre seus núcleos de sistemas (*hardware*, *software* e peopleware).

[22] Regras do negócio em TI é o termo para que a organização diga como são as regras que definem a execução de uma determinada tarefa ou funcionalidade, ou seja, o negócio. Em Luhmann, pode ser a *programação*: um rol de *operações*, ou seja, de comunicações. Ela é feita nas organizações com as decisões, que viram regras, *redundância* (repetição) e criam modelos de procedimentos, de conduta e tudo mais: o próprio contrato de serviços entre organização e empresa de TI, com controle e supervisão feitos pelo gestor operacional e pelo gestor técnico.

codificada (*software*) e o humano (comunicação). Costuma ser um funcionário terceirizado e contratado pela organização que solicita uma solução em TI e é responsável por dar suporte de *hardware*, máquinas, servidores de rede, operações em banco de dados[26].

O analista de suporte (contingenciador de sentidos) é, por natureza, pensado como o mais instrumental de todos, muitas vezes entendido como o canal e como o mero polo da informação (e não da comunicação)[27]. Mas, em Luhmann (2011), ele é responsável por todo o *entorno* e o *ambiente* que se observam (seres vivos), além da *autorreprodução* em *autopoiese*. Na falta de energia elétrica (acesso à informação), encerra-se a solução em TI e qualquer possibilidade de comunicação (produção de sentido), pois não há informação[28]. Essa função é muito atrelada ao paradigma comunicacional de transmissão (trânsito e circulação de informação, entrega do pacote de dados), o que não existe no pensamento sistêmico em Luhmann (2011).

O analista de suporte (contingenciador dos sentidos) é um tanto limítrofe como comunicação, em Luhmann (2011), pois ele faz *seleção de informação* (dados) e *seleção de conteúdo* (sentidos). Seu trabalho dá acesso ao usuário à dada informação (processamento de dados) e medeia sentidos quando esse usuário utiliza o *software* e interage com os *estímulos* das funcionalidades em TI. A *contingência* é uma demanda de *estímulos*: *ruídos*, *irritações*, *operações*. São impulsos a serem percebidos como construtores da realidade (paradigma da consciência) e não transmitidos apenas (paradigma da transmissão)[29].

Geralmente, a falta de sintonia entre fábrica (*software*) e infraestrutura (*hardware*) (centro de informática) impacta diretamente na confiabilidade dos testes nos dois ambientes (homologação e produção), o que confunde o definidor de sentido (e o deixa muitas vezes bastante irritado)[30]. Como sintoma, frente a quem demandou e paga pela solução de TI, esse desencontro acaba gerando um jogo de empurra-empurra entre fábrica e infraestrutura[31]. Esse é o cerne dos problemas do *peopleware*: nas rotinas de TI, *alter* e *ego*, como consciências individuais são o *observador* e o *observado*. Estamos sempre observando e sendo observados. A *ressonância* é essa observação, tanto de *sistemas* quanto do *entorno*. O jogo de transferência de responsabilidades no *peopleware* em muito pode ser entendido como *acoplamento estrutural* (indivíduo interage com o *ambiente* – houve troca com o *entorno*; e como *interpenetração* (quando dois ou mais sistemas trocam interações entre si e os dois evoluem juntos).

Considerações finais

O objetivo foi de registrar uma análise interpretativa do pensamento sistêmico com ênfase em processos comunicacionais, como o proposto em Luhmann (2011). Há outras perspectivas sistêmicas, com Peter Senge, Gregory Bateson, Ludwig Von Bertalanffy, Fritjof Capra, entre outros. Apesar do pensamento sistêmico e de abordagens teóricas serem um tanto abstratas, consideramos que formalizamos um registro sobre o assunto, com a limitação de não se desenvolver algo mais empírico nessa perspectiva. Entretanto, enfatizamos que Barboza (2016) possui um estudo de caso sobre o assunto tratado. Tanto que é a pesquisa empírica que dá suporte a esta discussão. Acreditamos que a abordagem interdisciplinar possa motivar novas pesquisas e discussões sobre o tema em apreço, visando a produzir mais conhecimento sobre as dimensões das pessoas em Informática e Comunicação, além de poder ajudar na questão dos processos de aprendizado e inovação, passando por Economia, Administração, Educação, Psicologia Cognitiva, Psicologia Organizacional e do Trabalho, entre outros saberes.

Para nós, é uma oportunidade de poder fazer de fato esse registro e dar oportunidade de indexá-lo de forma a ampliar os estudos em Comunicação, assim como motivar o estudo de fenômenos comunicacionais como temas de

[23] Gestor operacional, como planejador, é quem decide e a *decisão* é uma forma de comunicação. Ele faz a *seleção* do que é a solução em TI, por exemplo, a partir de *seleções*, percepções, que ele faz dos problemas organizacionais que um dispositivo em TI poderia melhorar os processos.

[24] Organizações são oriundas de decisões e sentidos criados no arranjo de dado grupo social. Vimos essa noção em Casali (2006) e ela também existe em Luhmann (2011). É base da comunicação como fator de construção da realidade e organização do social.

[25] Gestor operacional planeja e gestor técnico supervisiona o processo de produção da solução. quem aprova o projeto é o gestor operacional e há reuniões de testes e entrega para ele. mas quem está *in loco* acompanhando testes e negociando a progressão e as direções, munindo o gestor operacional de informações para o processo decisório, é o gestor técnico, que também decide, mas dentro da formalização contratual, seu script para a supervisão dos trabalhos. É o Gestor Técnico que quantifica a métrica de produtividade (pontos de função) para que o gestor operacional autorize remuneração dos profissionais envolvidos. E o gestor técnico também dá aval a testes menores, pontuais e mais frequentes que são feitos sem entregas formais, parcial ou integral, da solução em TI.

[26] Geralmente, esta função na equipe de TI possui um canal de comunicação específico por possuir um caráter de suporte local (ou até mesmo on-line com o usuário). Frequentemente, é o profissional que dá suporte a todos os colaboradores da organização que acessam computadores, os usuários. Seu canal de atendimento é via telefone ou e-mail institucional direcionado ao *helpdesk*.

[27] Algo como um canalizador de sentidos, evocando o canal como uma instância do paradigma de transmissão: emissor, mensagem, código, canal, receptor e *feedback*.

pesquisa em outros departamentos. É certo que não cremos que a comunicação interpessoal seja um domínio exclusivo da Comunicação, mas, como pesquisadores da área, sabemos que os estudos nesse sentido ainda são rarefeitos. Por ser um saber recente, ora entendido como objeto, ora entendido como área (perpassada por outros tantos saberes), a Comunicação deu muita ênfase a processos que caracterizam as profissões contidas na Comunicação Social (a tríade clássica: Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas). E, recentemente, começa a se abrir para outras possibilidades de pesquisa. Nesse sentido, registramos duas perspectivas de estudo na Comunicação.

A primeira é a *comunicação nas organizações* (CASALI, 2006): a comunicação entendida como os fluxos informacionais que emergem de dada organização por cultura, identidade, departamentalização, entre outros. Essa noção está muito atrelada às carreiras e profissões que codificam, formatam e transmitem mensagens a partir de notícia, campanha, eventos e relacionamentos como tarefas clássicas das ocupações e labores da Comunicação Social. No entanto, uma equipe de faxina, outra de segurança e ainda uma de TI também têm sua dimensão comunicacional na perspectiva integrada (KUNSCH, 2003) atribuída à *comunicação administrativa* e à *comunicação interna* (esta mais caracterizada pela direção do fluxo – interno ou externo, do que pelo conteúdo deste). Aqui, a organização vem antes da comunicação, pois é preciso departamentalização e distribuição de tarefas que configurem os fluxos da *comunicação institucional*, *mercadológica*, *administrativa* e *interna*. Essa noção é mais fechada no domínio de saberes e fazeres das profissões clássicas da comunicação, em que todo e qualquer outro saber é colocado na noção de *comunicação administrativa*. O mundo é separado entre comunicadores e administradores.

A segunda é a *comunicação como organização* (CASALI, 2006): a organização existe por eu ter a consciência de que pertenço a ela, muito antes de ter um crachá, ter uma lotação e acesso a um prédio. A organização pode ser esse emaranhado de elementos, mas antes de tudo é a o ajuntamento social de consciências que interagem entre si. Antes de haver um CNPJ, um escritório e uma equipe, existe a ideia comum de que ali existe uma organização: consciências. E isso é comunicação em Luhmann (2011). A realidade é construída a partir das relações entre consciências e pela comunicação. Aqui, a consciência como comunicação é a própria organização (e não precisa passar pela departamentalização que crie um fluxo e uma tarefa para dada ocupação ou área profissional, conforme a outra perspectiva). Essa noção é mais fluida na comunicação acontecendo em níveis interacionais amplos, entre todos os seres vivos. O mundo não é dividido; é uno, pois todos se comunicam.

Essa segunda perspectiva é bastante operacional com os pressupostos e premissas com os quais Luhmann (2011), em sua definição de pensamento sistêmico, trabalha. É uma vertente sistêmica que endossamos como recurso teórico a pesquisadores que persigam os fenômenos comunicacionais.

Referências

BARBOZA, O. *Peopleware*: processos comunicacionais em equipes de tecnologia de informação – TI. 2016. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Católica de Brasília, Brasília, DF, 2016.

CARNEIRO, F. Técnico em informática vira cartunista e cria tirinhas divertidas sobre problemas da profissão. *UOL Tecnologia*, São Paulo, 29 dez. 2013.

CASALI, A. *Comunicação organizacional em fusões e aquisições internacionais.* 2006. 204 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção e Sistemas) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.

[28] Há o "*encerramento operativo do sistema*", quando o sistema nunca se abre e acaba perdendo a percepção com o que acontece a sua volta, conforme vimos em Henn (1999) sobre as mudanças organizacionais e a dinâmica organizacional: *ambiente*. Esse descolamento, distanciamento, quando muito intenso (o que não se confunde com o fechamento operacional, fechar as portas, mas estar atento a quem bate à porta), pode levar ao fim do sistema (seja ele psíquico ou social). Nos sistemas psíquicos, a morte de um indivíduo representa isso. No nosso enredo, das equipes de TI, poderia ser quando o sistema não conseguiu evoluir. A interação como todas as comunicações com sistemas psíquicos (pessoas) e sociais (pessoas e coisas) que tentem organizar ou construir a realidade diminuindo sua complexidade ou incertezas *(improbabilidade da comunicação).* Se para Saussure estávamos imersos na linguagem e para Luhmann (2011) a realidade é construída com base na comunicação, não esqueçamos que se comunicar é simplificar o imponderável.

[29] O paradigma da consciência tem como base a ideia de que as mensagens não são transmitidas, mas percebidas. E são essas percepções que dão a consciência e a construção da realidade. Não há um ponto fixo para o sujeito, o que torna um contexto não linear, complexo. Ideia central: compartilhamento de sentidos. Analista de suporte como contingenciador de sentidos (nutrindo *ambiente* e *entorno* com sentidos que podem ser selecionados - ou não - por consciências).

[30] Em Luhmann (2011), essa irritação de quando o sistema é perturbado pode ser entendida como formas de *ruídos*, *estímulos* e *contingências*.

[31] São áreas em TI: (1) Administração de Banco de Dados; (2) Administração de Redes; (3) Arquitetura da Informação; (4) E-Commerce; (5) Processamento de Dados; (6) Programação; (7) Qualidade de *Software*; (8) Segurança da Informação; (9) Sistemas; (10) Suporte Técnico em Informática; e (11) Tecnologia da Informação – esta última com divisões de Informática, Sistemas da Informação, Consultoria de Sistemas, Planejamento, Organização e Controle Administrativo.

CURVELLO, J. J. A. Caos e ordem na cena organizacional. In: CONGRESSO INTERNACIONAL LATINO-AMERICANO DE SEMIÓTICA, 3., 1999, São Paulo. *Anais...* São Paulo: PUC, 1999. p. 224-234.

_____. *Comunicação interna e cultura organizacional*. 2. ed. Tradução Daniel Grassi. Porto Alegre: Bookman, 2001.

_____. Estudos de comunicação organizacional: entre a análise e a prescrição. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 25., 2002, Salvador. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2002. p. 23-43.

_____. A comunicação organizacional como fenômeno, como processo e como sistema. *Organicom*, São Paulo, v. 6, n. 10-11, p. 109-114, 2009.

CURVELLO, J. J. A.; SCROFERNEKER, C. M. A. A comunicação e as organizações como sistemas complexos: uma análise a partir das perspectivas de Niklas Luhmann e Edgar Morin. *E-Compós*, Brasília, DF, v. 11, n. 3, p. 1-16, 2008.

DE TONI, D.; MILAN, G. S.; HEXSEL, A. O desempenho organizacional a partir dos modelos mentais dos empreendedores: um estudo exploratório em duas empresas do setor metal-mecânico. In: ENCONTRO DE ESTUDOS EM ESTRATÉGIA, 3., 2007, São Paulo. *Anais...* São Paulo, 2007. Disponível em: <https://goo.gl/YMI3lo>. Acesso em: 25 abr. 2016.

DE TONI, D. et al. O perfil dos gestores: um estudo exploratório dos modelos mentais e das competências. *Gestão.org*, Recife, v. 10, n. 3, p. 537-566, 2012. Disponível em: <https://goo.gl/VeUjuP>. Acesso em: 25 abr. 2016.

DEMARCO, T.; LISTER, T. Peopleware: como gerenciar equipes e projetos tornado-os mais produtivos. *McGraw Hill*, São Paulo, 1990. Tradução Kátia Aparecida Roque. Revisão Técnica Silvio Palmieri.

FREIRE, O. *Comunicação, cultura e organização*: um olhar antropológico sobre os modos de comunicação administrativa na perspectiva da comunicação integrada. 2009. 263 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

GUSMÃO, G. Tirinhas eram cano de escape, diz criador do Vida de suporte. *Revista Exame,* São Paulo, 29 dez. 2013.

HEHN, H. F. *Peopleware*: como trabalhar o fator humano nas implementações de sistemas integrados de informação ERP. São Paulo: Gente, 1999.

KUNSCH, M. M. K. *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.* São Paulo: Summus, 2003.

_____. *A comunicação como fator de humanização das organizações.* São Caetano do Sul: Difusão, 2010.

MATURANA, H. R. e VARELA, F. J. *A Árvore do Conhecimento*: as bases biológicas da compreensão humana. São Paulo: Palas Athenas, 2001.

LUHMANN, Niklas. Por que uma "teoria dos sistemas"? In: NEVES, Clarissa E. B.; SAMIOS, Eva M. B. (orgs.). Niklas Luhmann: a nova Teoria dos Sistemas. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, Goethe-Institut/ICBA, 1997

LUHMANN, N. *A realidade dos meios de comunicação.* São Paulo: Paulus, 2011.

PERSONAGENS da internet geram bons negócios. *Di*ário do Nordeste, Fortaleza, 30 jul. 2012.

PRADO, P. M. Webcomics em debate. *Jornal Agora,* São Paulo, 21 set. 2011

PROFISSIONAL retrata própria carreira em quadrinhos da web. *Folha de S.Paulo,* São Paulo, 5 maio 2013.

ROSES, L. *O gerente de relacionamento da unidade de TI na criação do conhecimento organizacional*. 2003. 164 f. Dissertação (Mestrado em Gestão do Conhecimento e Tecnologia da Informação) – Universidade Católica de Brasília, Brasília, DF, 2003.

SENGE, P. M. *A quinta disciplina*: arte, teoria e prática da organização que aprende. São Paulo: Best Seller, 1998.

SILVA, R. *O entrelaçamento da comunicação organizacional e a gestão do conhecimento*: um estudo de caso em uma organização pública. 2013. 175 f. Dissertação (Mestrado em Gestão do Conhecimento e Tecnologia da Informação) – Universidade Católica de Brasília, Brasília, DF, 2013.

SPETO Divulgação. *Correio Braziliense*, Brasília, DF, 13 set. 2011.

SUAS dúvidas podem virar piada. *Diário de Pernambuco*, Recife, 14 set. 2011.

TÉCNICO em informática vira cartunista e cria tirinhas divertidas sobre problemas na profissão. *Folha de S.Paulo,* São Paulo, 19 jul. 2013.

VELLOSO, V. *A interação de tecnologias da informação e comunicação no alinhamento das melhores práticas empresariais.* 2014. 230 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.

 DOI: 10.11606/issn.2238-7714.no.2017.131451

Análise do uso dos comentários dos leitores de jornais por parte da imprensa – uma categorização

Lucas Reino

Professor Assistente da Universidade Federal do Maranhão, graduado em Jornalismo pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, especialista em Comunicação Empresarial pela Universidade Anhanguera, mestre em Ciência da Informação pela Universidade de Brasília e doutor em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.
E-mail: lucas@ufma.br

Thaísa Bueno

Professora da Universidade Federal do Maranhão, jornalista, especialista em Imagem e Som; mestre em Letras pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul e doutora em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.
E-mail: thaisabu@gmail.com

Resumo: Apontado como um dos exemplos mais visíveis da postura participativa das audiências na internet, os comentários de leitores nem sempre interferem na rotina dos veículos e boa parte das vezes são ignorados pelos produtores de mídia. Às vezes, algumas postagens deixam o limbo e ganham destaque na rotina dos veículos. Assim, a proposta deste artigo é apresentar uma catalogação de alguns modelos de uso desse conteúdo pela mídia, e entender como e por que razão, em alguns casos, as postagens são utilizadas pela imprensa. O recorte inclui o acompanhamento de 22 veículos que oferecem a possibilidade de comentar entre jornais impressos, revistas e portais no Brasil, tendo como critério de seleção a tiragem e a circulação. O resultado aponta para uma frequência e tipologia de uso bem aquém da sua potencialidade.

Palavras-chave: Comentários de leitores; Ciberjornalismo; Categorização de usos.

Title: Analysis of the use of newspaper readers' comments by the press - a categorization

Abstract: Pointed as one of the most visible examples of participatory audience posture on the internet, readers' comments do not always interfere with the routine of the vehicles and are often ignored by media producers. But, sometimes, some posts leave the limbo and gain prominence in the routine of the vehicles. Thus, the proposal of this article is to present a catalog of some models of use of this content by the media and understand how and why in some cases the posts are used by the press. The cut of the research includes the monitoring of 22 vehicles that offer the possibility to comment between printed newspapers, magazines and news portals in Brazil, having as a selection criterion the circulation. The result points to a frequency and typology of use below its potentiality.

Keywords: Comments from readers; Cyberjournalism; Categorization of uses.

Introdução

Partindo do pressuposto de que as ferramentas de interação nos sites de notícias, em particular o dispositivo de comentários, contribuem para a construção de um imaginário democrático e igualitário da mídia, por meio das diferentes modalidades de participação do seu usuário – na interação direta ou num ensaio dela, na efetiva colaboração, com interferência real na prática de trabalho dos veículos, ou num mero vulto ainda pautado pelo controle –, a proposta deste artigo é demonstrar as funções que os veículos de notícia da internet têm dado a esse conteúdo, apesar de a maioria dessas postagens continuarem sem uso pragmático que represente, de forma eficaz, uma alteração na rotina produtiva do jornalismo.

Assim, este estudo é um ensaio de catalogação de alguns modelos utilizados pela mídia dos comentários de leitores em suas postagens, e uma tentativa de entender como, em alguns casos, os veículos de mídia permitem que comentários de leitores retomem uma real participação, deixem o limbo e tornem-se exemplo de diálogo prático com a mídia que consome. Assegurando, desse modo, a sensação de que no conjunto, todos estamos contribuindo para uma mídia verdadeiramente colaborativa.

Para isso, e com objetivo de tentar enxergar a apropriação dos veículos sobre o conteúdo dos comentários disponíveis na plataforma que oferecem para seus internautas, fizemos uma observação e levantamento em 22 empresas de comunicação que oferecem plataforma de comentários em suas páginas, e estão entre as apontadas como as mais acessadas ou de maior circulação, conforme dados do Alexa (2014), da Associação Nacional de Editores de Revistas (2014) e da Associação Nacional de Jornais (2014). Os veículos selecionados compõem quatro categorias: portais de notícias, revistas (semanais e mensais) e jornais. A observação foi realizada durante o ano de 2015.

Plataforma	Portais	Revistas Mensais	Revistas Semanais	Jornais
Veículos	Uol Globo Yahoo! Ig Terra Abril R7	Cláudia Nova Escola Superinteressante Seleções Quatro Rodas	Veja Época Isto é Caras Tititi	Folha de S.Paulo Supernotícia Globo Estadão Extra
Critérios	Alexa	Aner	Aner	ANJ

Quadro 1: Lista de veículos que serviram de base para observação do uso da plataforma de comentários

Além do acompanhamento durante o mês de julho de 2015, buscou-se no sistema interno dos sites que compuseram a seleção, entre os dias 26 e 27 de julho de 2015, as palavras "comentário" e "comentários", para averiguar se havia no histórico e na memória dos sites outros usos que tivessem sido dados aos comentários dos leitores. A análise verificou até cinco páginas da lista que cada sistema disponibilizava como resultado da busca.

Jornais versus comentários

Já é senso comum que o discurso jornalístico não reproduz a realidade, mas um recorte dela. Os próprios manuais, em algum momento, trazem essa orientação. No verbete "objetividade" do *Manual de Redação da Folha de S.Paulo* (2002: 45) está a seguinte explanação: "Ao escolher um assunto, redigir um texto e editá-lo, o jornalista toma decisões em larga medida de subjetividade, influenciadas por posições pessoais, hábitos e emoções".

A realidade, portanto, incluindo a da imprensa, reconstrói-se a partir da linguagem e sofre interferências dela. Da mesma forma que a mídia recorta parte do que entende por acontecimento, auxilia na construção de memórias e imaginários. Assim como as notícias e a própria rotina produtiva das empresas de comunicação, os comentários de matérias, como parte desse processo, contribuem para solidificar certos imaginários. Em sua maioria prosaica, tanto no conteúdo quanto no uso, às vezes essas postagens sofrem um tipo de ruído, um estranhamento, por parte dos produtores de conteúdo, que dão a ele um destaque diferente do tradicional. Essa espécie de adorno, complemento, ou *plus*, que os comentários ganham em algumas ocasiões contribui para reforçar a ideia de que no montante eles seriam sempre uma parte da colaboração, da construção de uma nova mídia, ajuda a construir o imaginário de que não estão ali apenas para atrair o leitor – que permanece mais tempo nas páginas que oferecem esse tipo de recurso – e fidelizar a audiência.

Pesquisadores como Lévy (2007) e Jenkins (2009) são referências entre os teóricos contemporâneos que mantêm um discurso apologético das potencialidades democráticas que as relações na web são capazes de promover, particularmente na sua capacidade de dar voz a todos os integrantes da sociedade. Os autores chegam a profetizar uma revolução na própria postura política dos cidadãos articulados nos cibermeios. Lévy (2007), ao tratar dessa nova sociedade, marcada pelo compartilhamento de saberes e direitos, cunhou o conceito de "utopia realizável", que seria um momento no qual a troca de conhecimento e o exercício da cidadania caminhariam para a valorização de diferentes diálogos, e isso induziria ao respeito recíproco entre os participantes Uma reflexão partilhada por Jenkins (2009: 341) quando defende que o surgimento de novas tecnologias sustenta um impulso democrático para permitir que mais pessoas criem e circulem conteúdo.

Em outras palavras, a tecnologia atrelada a fatores sociais, políticos e econômicos geraria não só o direito de se fazer ouvir, mas uma mudança das práticas sociais. Nessa lógica, os comentários se apresentam como um modo de descentralização desse sistema, e de amplitude de um espaço público efetivo, uma vez que são menos controlados que outras plataformas e que seu correspondente direto, as cartas de leitores. Quando a plataforma de comentários foi incorporada ao jornalismo, nos blogs, em 1997, poucas regras norteavam esse formato de interação. Na época, quando o modelo migrou para os sites de notícia, a maior discussão era se esse modelo de interação direta não poria em risco a profissão do jornalista. Ou seja, a preocupação era menor em controlar o que se dizia nesse espaço, e sim em querer saber em que medida essa ferramenta migraria cada vez mais para transformar o cidadão em um produtor de notícias e, portanto, em um concorrente.

A discussão caiu por terra na atualidade, uma vez que a apropriação que o usuário fez dos comentários não insinua torná-lo um parceiro ou adversário na produção midiática – e há espaços nos jornais voltados para isso – mas um usuário interessado em se fazer ouvir, interagir, contestar ou concordar com outros internautas sobre o tema debatido. Ele se tornou não um crítico da matéria jornalística, menos ainda um antagonista no mercado profissional, mas um agente avaliador das relações sociais implícitas na temática dos textos.

Hoje, em boa parte dos portais e sites de notícias on-line, os comentários caracterizam-se menos como um modelo que instiga a relação com o veículo, e mais como um modo de conversação direta com os demais internautas, ou, ainda, um palanque para expor opiniões variadas, como exposto por Bueno (2016) e Bueno e Reino (2014). Tanto é que boa parte dos portais e sites de notícias on-line disponibiliza dois ícones que comprovam isso: o ícone *Responder*, que amplifica a relação entre os participantes de forma direta; e o ícone *Fale com a redação*, este com o contato do jornal via e-mail, para indicar pautas ou apontar erros no conteúdo da matéria. A ferramenta se configura para comprovar que a relação é muito maior entre os integrantes do bate-papo do que destes com a mídia.

De qualquer forma, seja por conta das críticas pela incivilidade, seja por falta de estrutura física e de pessoal para dar função efetiva aos comentários; Nagar (2011), Farhi (2014), Hermida e Thurman (2008), Nunes (2013), Dalpiaz (2013), Kerber (2009), Herculano (2011), Díaz Noci et al. (2010), Domingo et al. (2008), Storch (2009), Palacios (2012), Cunha (2012), Bergström (2008), Freund (2010) e outros, o fato é que a ferramenta tem sido assunto delicado nas redações, que ainda discutem sobre manter ou não a plataforma, ou como torná-la menos subutilizada. (BUENO, 2016; SAKAMOTO, 2013). Tudo isso perpassa, por algum momento, questões do poder da imprensa sobre o que é dito: "O público não vai reconsiderar sua relação com o conteúdo de mídia da noite para o dia, e a indústria da mídia não vai renunciar a seu domínio sobre a cultura sem lutar" (JENKINS, 2009: 326).

Para além das discussões ponderadas por Jenkins (2009) sobre como os conglomerados de mídia têm dificuldade em abrir mão do controle de seu conteúdo, Zittrain (2009) lembra que no processo de desenvolvimento da internet o atraso para a disponibilização de recursos interativos foi menos norteado por dificuldades técnicas e mais por discussões acerca de quem teria o domínio desses espaços.

Além da mídia, enquanto sistema, Estado, Igreja e outras esferas tradicionais tentam brecar a almejada liberdade da ação comunicativa. Um exemplo disso é o relatório que a organização não governamental (ONG) *Repórteres sem Fronteiras* divulga sobre o que chama de "inimigos da internet", uma lista dos países que tentam controlar de forma mais direta a navegação e até impedir certos modelos de interação ou postagens. A última lista foi divulgada em 2008 e trouxe 14 países: Arábia Saudita, Bielorússia, Myanmar, Cuba, Egito, Etiópia, Irã, Coreia do Norte, Síria, Tunísia, Turcomenistão, Uzbequistão, Vietnã e Zimbábue. Conforme texto publicado no site da ONG, esses países transformaram a internet em uma intranet, impedindo que os usuários obtenham informações consideradas indesejáveis. De todos, a Coreia do Norte é apontado como o país que adota um sistema de controle mais rigoroso. Ali, segundo o relatório, são autorizados apenas dois sites de notícias: o do Centro Oficial de Computação e o portal oficial do governo.

Obviamente, esses são casos extremos, e embora no Brasil não exista um controle direto das navegações no ciberespaço, também não é possível dizer que por aqui a internet não seja norteada, em algum grau, pelo sistema. A plataforma de comentários, por exemplo, começou quase totalmente livre. Hoje, devido a razões diversas, entre elas a falta de equipe para dar conta do número significativo de interações, ou do próprio internauta de conseguir manter-se em condições mínimas de polidez nas postagens, os sites adotaram medidas que, em certo grau, tentam controlar o uso da plataforma. Ainda assim, ao empregarem a ferramenta e abrirem espaço para que o leitor possa interagir por meio de comentários, mantêm a dúvida sobre mediar ou não a ferramenta.

> Se por um lado os veículos têm tentado atender essa demanda, por outro, ainda não sabem como lidar com ela. Isso é perceptível quando pensamos na proporção quase igualitária entre os veículos que usam a figura do moderador, que atrasa e controla o conteúdo da conversa; e os que permitem as postagens automáticas. […]. Essa dúvida parece compreensível uma vez que o sistema ainda é novidade na rede e tanto veículos como o público ainda estão aprendendo a lidar com ele (BUENO, 2012: 10).

Um exemplo de destaque dessa busca pela melhor forma de se utilizar os comentários é exemplificado por Bueno (2016) a respeito da mudança que o jornal *Folha de S.Paulo* vem passando em sua versão na internet. Apontado como o jornal mais visitado pelos internautas brasileiros, segundo o Alexa1, a *Folha* inicialmente moderava os comentários e não publicava os considerados inadequados de acordo com as regras definidas pelo jornal. Até antes de 2013 todas as matérias que eram

publicadas na *Folha de S.Paulo* permitiam comentários de leitores. Em março de 2014 foi anunciada uma mudança na política de comentários, apenas algumas matérias seriam escolhidas para receber os comentários dos leitores que não eram assinantes do jornal, limitando a 20 matérias diárias que podem ser comentadas.

De acordo com o jornal: "Apesar de todos os filtros que foram instalados no site nos últimos anos, o jornal tem sido seguidamente questionado por membros do Ministério Público Federal e do Estadual por causa de comentários publicados em sua página na internet" (FOLHA DE S.PAULO, 2013). De acordo com o veículo, a maioria dos cerca de 5 mil comentários enviados diariamente eram com conteúdo preconceituoso e ofensivo.

A autora também cita os dois dos maiores jornais americanos, o *New York Times* e o *Washington Post*, que desenvolveram em parceria um software que busca dar uma funcionalidade mais concreta para os sistemas de comentários nos jornais. Segundo artigo publicado na página do Observatório da Imprensa na internet, publicado no dia 20 de julho de 2014 com o título "Jornalões se unem para melhorar sistema de comentários online", essa união planeja oferecer recursos como destacar os comentários mais relevantes ao tema da matéria, classificar os leitores que comentam as notícias e ranquear eles, reforçando positivamente as participações e permitindo a leitura dos comentários selecionados por afinidade com o autor deles.

Até que iniciativas como essas dos jornais americanos se popularizem, os veículos procuram uma solução para essa questão. Ao mesmo tempo que algumas delas, que resistiram à adoção da plataforma, renderam-se ao sistema, como foi o caso do jornal *O Estado de S.Paulo*, outros continuam sem previsão de incluir a plataforma em sua *timeline*. O assunto é tão delicado que há diversas empresas eliminando a plataforma por não saberem lidar com ela, como é o caso da revista *Popular Science* e do *site MacMagazine*, que desabilitaram a plataforma de suas *homepages* em 2013 e 2014.

Conforme Farhi (2014), naquele ano o jornal *Chicago Sun-Times* suspendeu "temporariamente" a seção de comentários, por conta do nível pouco civilizado das postagens em notícias de crimes, sob alegação de que "os comentários afugentavam leitores, e as pessoas não queriam ler os artigos ou mergulhar nos comentários, porque eram muito desagradáveis".

No levantamento, o autor cita, ainda, casos de sites que estreiam na rede e sequer adotam a plataforma, como o Vox, um portal mediador de notícias que começou a funcionar em junho de 2014 sem área de comentários do leitor.

Afirmar que a internet modificou a relação de consumo de mídia não é absurdo. O modelo de comunicação de massa, de poucos para muitos, agora vem abrindo espaço para um sistema mais plural, em que mais atores publicam para mais pessoas, de muitos para muitos, mas esse é ainda um processo que vem se desenvolvendo, ou seja, é algo que está passando ainda por transformações.

Porém, nesse processo de mudança, os comentários dos leitores se tornaram parte dos jornais, tornando-se métrica de audiência para quem publica e também uma ferramenta de interação entre os que consomem os conteúdos jornalísticos publicados. Seja de forma negativa ou positiva, moderada ou livre, os comentários, em algum grau, dividem opiniões sobre seu verdadeiro potencial e sua utilidade para os jornais

> Embora possam aparentar apenas gargalos no processo, os "arranhões" sofridos pelos jornalistas e pelos sites, em muitos casos, servem para medir a impressão, a recepção e mesmo o entendimento do leitor a respeito do que é veiculado. São termômetros e pelo menos deveriam ser utilizados em benefício do próprio veículo, que tende a se aperfeiçoar para não cometer

> as falhas anteriores. Enquanto ferramenta de comunicação pública, ou para o público, quem alimenta sites deve estar preparado para essa "invasão" de ideias formadas por leitores, norteados por reações espontâneas, ou não, que "utilizam do recurso do comentário para despejar opiniões nem sempre elogiosas aos escribas (HERCULANO, 2011: 4).

A análise

Durante a pesquisa, poucos exemplos de uso sistematizado pela imprensa para dar utilidade aos comentários foram encontrados, uma média de dez postagens, incluindo produções até 2011. Como o objetivo deste estudo não é a descrição quantitativa de cada um dos veículos, mas entender como a mídia utiliza os comentários de leitores, deu-se mais importância às tipologias de usos adotadas do que a contagem detalhada do número de postagens e tempo entre elas.

De forma efetiva encontramos cinco tipos mais comuns de uso de comentários de leitores pelos veículos, em todos, os comentários dos leitores tornaram-se, de alguma forma, uma pauta. Dos tipos encontrados, segue a proposta de tipologia:

1. Ação: trata-se de um modelo de uso em que o veículo utiliza o ato de comentar como pauta para suas publicações. Dessa prática, duas aparecem com frequência: *Ação informativa*, quando o assunto é tema de notícias ou reportagens, ou seja, do gênero informativo; e *Ação opinativa*, quando o assunto é tema de artigos ou comentários, ou seja, do gênero opinativo.

Home iG › Tecnologia

Facebook permitirá que usuários editem comentários

Recurso será ativado ao longo dos próximos dias

iG São Paulo 22/06/2012 12:04:24 - **Atualizada às** 22/06/2012 12:41:33

g+1 Recomendar 318 Texto: A- A+

A partir desta sexta-feira (22), o Facebook permitirá que seus usuários editem comentários feitos em perfis de amigos, noticia o **TheNextWeb**. O recurso começa a ser ativado nesta sexta-feira e gradualmente será habilitado para todos os usuários.

Até agora não era possível editar comentários. Caso cometesse um erro, o usuário tinha que apagar o comentário e escrever um novo.

O novo recurso de edição já estava sendo testado com alguns usuários nas últimas semanas, mas eles tinham poucos segundos para editar. A versão definitiva do recurso não terá um tempo limite para a edição.

Figura 1: Exemplo de uso no formato Ação informativa (FACEBOOK..., 2012)

The New York Times

Opinião: Indignação na internet é uma maneira de protestar com toques

TEDDY WAYNE
DO "NEW YORK TIMES"

22/07/2014 01h30

Recomendar 37 Tweetar 167 g+1 0 OUVIR O TEXTO + Mais opções

Não são necessários muitos cliques para encontrar indignação na internet. Conecte-se a uma rede social e você verá gente se sentindo ultrajada por

PUBLICIDADE
COLEÇÃO FOLHA
GRANDES ASTROS

Figura 2: Exemplo de uso no formato Ação informativa (WAYNE, 2014)

2. Proeminência: trata-se de um modelo de uso em que celebridades estão envolvidas nos comentários de leitores nos veículos ou redes sociais, e acabam virando pauta do jornal. Dessa prática, dois modelos foram encontrados com frequência: *Proeminência-Resposta*, quando o gancho da publicação é motivado pela resposta da celebridade a alguma postagem feita por leitores em forma de comentários em matéria ou redes sociais; e *Proeminência-Declaração*, quando o enfoque da publicação é determinado pela postagem direta da celebridade em alguma rede social, sem que esta seja originada por outros comentários inseridos por leitores do site ou rede social.

Por CARAS Online 3 meses atrás

Ronaldo se irrita com comentários sobre seus filhos nas redes sociais

Ronaldo diz estar triste e assustado com comentários sobre seus filhos nas redes sociais. "Sejam mais educados!", pediu

Figura 3: Exemplo de uso no formato Proeminência-Resposta (RONALDO..., 2013)

REPERCUSSÃO

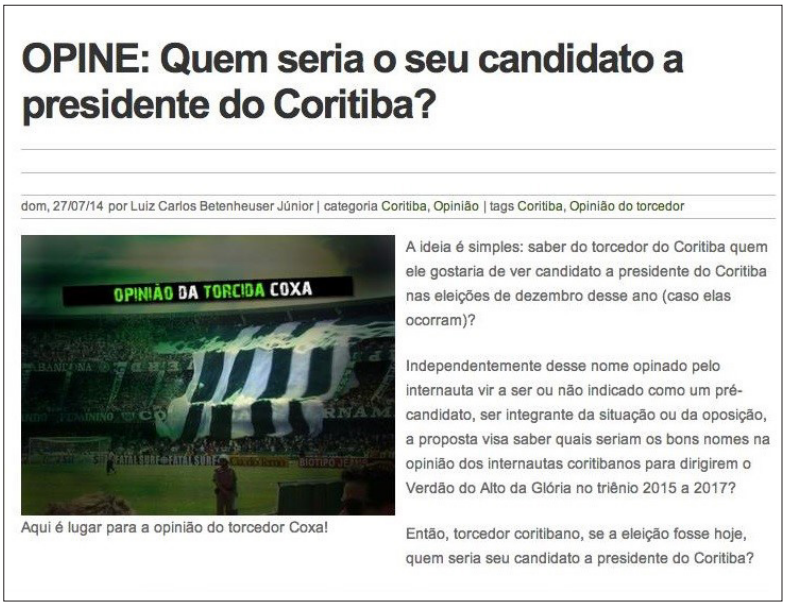
Famosos comentam a perda de Ariano Suassuna

Escritor teve morte comentada em entrevistas e nas redes sociais; leia os principais comentários

Fonte Normal Mais Notícias Curtir 2 Tweet 27 +1 0

Figura 4: Exemplo de uso no formato Proeminência-Declaração (FAMOSOS..., 2014)

3. Estímulo: Trata-se de um modelo em que o jornal utiliza o dispositivo de comentário de leitores que disponibiliza em seu site para estimular o internauta a comentar. Geralmente esse tipo de ação se encontra no título da matéria. É bastante comum em blogs de veículos.



OPINE: Quem seria o seu candidato a presidente do Coritiba?

dom, 27/07/14 por Luiz Carlos Betenheuser Júnior | categoria Coritiba, Opinião | tags Coritiba, Opinião do torcedor

Aqui é lugar para a opinião do torcedor Coxa!

A ideia é simples: saber do torcedor do Coritiba quem ele gostaria de ver candidato a presidente do Coritiba nas eleições de dezembro desse ano (caso elas ocorram)?

Independentemente desse nome opinado pelo internauta vir a ser ou não indicado como um pré-candidato, ser integrante da situação ou da oposição, a proposta visa saber quais seriam os bons nomes na opinião dos internautas coritibanos para dirigirem o Verdão do Alto da Glória no triênio 2015 a 2017?

Então, torcedor coritibano, se a eleição fosse hoje, quem seria seu candidato a presidente do Coritiba?

Figura 5: Exemplo de uso no formato Estímulo (JÚNIOR, 2014)

4. Fonte: trata-se de um modelo em que o jornal emprega as postagens dos comentários como fonte, em geral, personagens, do material que publica na sua página. Desse modelo são encontrados dois modos comuns: *Fonte informativa*, quando a fonte é base de uma reportagem; e *Fonte opinativa*, quando a fonte é base para artigos em blogs que são disponibilizados no site.

comida

Jamie Oliver diz que brigadeiro é 'um horror'; confeiteiros entendem sua opinião

ANA KREPP
DE SÃO PAULO

21/07/2014 ⊙ 16h12

Em visita ao Brasil na semana passada, Jamie Oliver participou do programa "Saia Justa", do GNT –que foi ao ar no último dia 16–, e deu uma declaração que causou polêmica nas redes sociais. "Isso é um bando

PUBLICIDADE
elis REGINA
Nesta semana

Figura 6: Exemplo de uso no formato Fonte informativa (KREPP, 2014)

De cabeça inchada, argentinos disparam comentários racistas contra brasileiros em redes sociais

Após verem a seleção de Messi perder a final da Copa do Mundo para a Alemanha, internautas argentinos escolheram os brasileiros como alvo de xingamentos nas redes sociais. Pouco após o fim do jogo no Maracanã, dezenas de comentários racistas foram publicados na internet, principalmente no Twitter.

Nas ofensas, os brasileiros foram chamados de "negros malditos", "macacos" e outros nomes impublicáveis. Imediatamente, os internautas daqui responderam com ironias e piadas sobre o vice campeonato dos "hermanos".

Essa não é a primeira ofensa racista de argentinos contra brasileiros registrada durante a Copa do Mundo. No último sábado, o fotógrafo Carlos Junior foi vítima de racismo ao trabalhar no Terreirão do Samba, local que servia de espaço para a hospedagem dos torcedores que vieram do país vizinho. O repórter chegou a chamar a Guarda Municipal para registrar ocorrência, mas desistiu de fazê-lo após o agressor desculpas.

Figura 7: Exemplo de uso no formato Fonte opinativa (BOECHAT, 2014)

5. Vídeo-comentário: trata-se de um modelo em que o jornal posta um vídeo com título e utiliza o comentário como texto de apoio, como se fosse uma foto-legenda, com os posts do internauta como legendas.

Figura 8: Exemplo de uso no formato Vídeo-comentário (NOVO..., 2014)

Além desses tipos, nada mais foi encontrado na listagem de veículos usados nesse recorte. Ao procurar, no mesmo período, outros modelos isolados de formas de uso de comentários, encontramos uma raridade, o caso do jornal *Extra*, que pede que seus leitores postem sugestões de perguntas para suas entrevistas na seção *Você entrevista*. Mesmo disponibilizando um e-mail para sugestões de temas e perguntas para o entrevistado da seção, o jornal instiga o usuário a comentar, já que o veículo admite ler todos os posts. "Quer participar mandando a sua pergunta? Você pode fazê-lo através dos **comentários** deste post, ou então pelo e-mail *voceentrevista@extra.inf.br*". Esse seria um modelo de comentário *Colaborativo.*

Figura 9: Exemplo de comentário Colaborativo (MARCELO..., 2013)

Além disso, só com muita particularidade para um comentário conseguir por si só, ganhar destaque na mídia tradicional. Um título como esse: "Leitor deixa comentários em forma de repente no site do Correio" não é fácil de encontrar. No sistema de busca dos veículos pesquisados neste artigo, não apareceu nenhuma reportagem neste modelo, nos últimos oito meses.

A matéria em questão, publicada no *Correio Braziliense*, deu destaque justamente a um caso raro de postagem que chamou atenção do mediador, dando esperanças, talvez, a outros internautas que podem acreditar que suas contribuições na plataforma tenham algum tipo de influência ou valor na hora de produzir o jornal que consomem. Esse comentário foi classificado como *Comentário destaque*.

Figura 10: Comentário no modelo Destaque (BOTTREL; PINHEIRO, 2013)

De maneira didática podemos, então, organizar as categorias da seguinte forma:

Tipologia	Subdivisão	Detalhe
Ação	Ação-informativa	A ação de comentar é usada como gancho de matéria informativa.
	Ação-opinativa	A ação de comentar é usada como gancho de publicação.
Proeminência	Proeminência-resposta	A resposta de uma celebridade às postagens de leitores é gancho para matéria do veículo.
	Proeminência-declaração	A declaração de uma celebridade, em comentário nas redes sociais é gancho para matéria do veículo
Estímulo		O jornal faz matéria estimulando o internauta a comentar.
Fonte	Fonte para informação	Declarações de internautas em forma de posts nas matérias de assuntos polêmicos ou de grande comoção servem de personagens para a matéria do jornal.
	Fonte para opinião	Declarações de internautas em forma de posts nas matérias de assuntos polêmicos ou de grande comoção servem de personagens para artigo de opinião do jornal.
Vídeo--comentário		O jornal produz um vídeo sem texto escrito. Os comentários de leitores ocupam o espaço do texto.
Colaborativo		O jornal usa o comentário como sugestão para construir matéria
Destaque		A postagem do internauta é o tema da matéria jornalística.

Tabela 2: Tipologia de acordo com o uso dado aos comentários pelos veículos

A partir do que foi exposto neste trabalho, é possível dizer que ainda é bastante incipiente a utilização dos comentários de leitores como algo integrado à rotina produtiva dos veículos de comunicação. Na maioria das vezes, eles acabam por exercer uma funcionalidade muito mais atrelada a fidelização de leitores. Quando alteram efetivamente a rotina da mídia, a motivação para esse ruído vem, na verdade, de razões geradas por outras formas já sedimentadas na prática produtiva dos veículos, como cobrir pautas de celebridades ou buscar fontes acessíveis para ilustrar opiniões do cidadão. Mesmo assim, o assunto tem sido pauta constante de reportagens e artigos de opinião, o que ratifica a importância do novo modelo de comunicação do leitor com o veículo e demais leitores.

Adicionalmente, depois do que foi pensado e apresentado até aqui, fica a esperança de que, com maior ou menor utilidade, pelo menos por enquanto, os espaços dedicados aos comentários dos internautas nos garantam o início de uma possível participação. Se entendermos isso como um começo, ou aceitamos como certo, o fato é que essa postura já faz parte da nossa memória. A mudança é significativa, uma vez que em geral as postagens ficam apenas acumulando números na plataforma, ainda que só por isso agreguem significado, uma vez que deixam rastros de preferências e do interesse do leitor pelo tema da reportagem.

Conclusão

Se os jornais ainda buscam formas de interagir com os leitores por meio dos comentários, o fato é que a melhor maneira de fazer isso ainda não é consolidada. Ao analisar a tabela gerada pela pesquisa, é possível perceber que há o estímulo ao comentário, seja para auxiliar em uma pauta ou para repercutir o assunto tratado, mas seu uso ainda não está sistematizado.

Com a mudança do perfil do consumidor de notícias, com acesso à múltiplas fontes de notícias, a partir de qualquer dispositivo, e em grande parte de forma gratuita, além da ampliação de acesso que o barateamento de equipamentos, crescimento de oferta de provedores de acesso e amadurecimento do internauta, temos um cenário de guerra para os jornais.

Os veículos de mídia jornalística precisam manter o leitor em seus sites por mais tempo possível, e visitando constantemente novas notícias publicadas. Autores como Ward (2002) e Reino (2006) já apontavam os comentários como a resposta para esse problema. A ampliação da interação entre leitor e jornal é a alternativa para combater esse comportamento volúvel de navegação, só o conteúdo não basta, porque rapidamente o que é inédito de um jornal é reproduzido em outro, mas a interação é única, e os comentários criam vínculos.

Quando o leitor sai de seu estado de passividade e comenta em uma notícia, ele abre uma porta para novas interações, seja por parte do jornal ou de outros leitores, além de sistemas que notificam por e-mail sobre respostadas publicadas em sua postagem, a própria curiosidade, e o interesse na repercussão do que foi escrito, faz quem comentou retornar, e supostamente também o sentimento de participar da produção, de ver seu comentário ser incluído em uma obra maior. Essa não é a única forma de conseguir mais leitores e visitas, mas é uma importante alternativa.

Popularmente ouve-se que há pessoas que preferem não ler os comentários das notícias, esse é um problema que também deve ser tratado, talvez em outro artigo. Por enquanto, nesta pesquisa focou-se identificar como essa interação é usada atualmente pelos jornais. Ao categorizar o uso dado pelos jornais aos comentários, cria-se uma fonte de consulta para pesquisadores e profissionais sobre alternativas no trato com os comentários, não como um manual de como o fazer, não é essa a proposta desta análise, mas como fonte para ampliação do conhecimento sobre o tema e aprofundamento do assunto.

De antemão, é possível perceber que esse tipo de recurso, ainda que subutilizado na rotina dos veículos, é essencial para fidelizar os internautas. Entender, e dar vazão à essa possibilidade de interação e diálogo mais próximo com sua audiência, pode ser uma maneira de os veículos se manterem relevantes para seu público. Em tempos de redes sociais em todos os aparelhos e de múltiplas possibilidades de interação, o relacionamento por meio dos comentários pode ser uma das poucas alternativas para os jornais que não apelam para o sensacionalismo, dos títulos caça-cliques ou para a precarização da redação.

Referências

ALEXA. *Top sites in Brasil*. 2014. Disponível em: <https://goo.gl/XKJbdY>. Acesso em: 2 abr. 2014.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE EDITORES DE REVISTAS (ANER). *Circulação Revistas*. São Paulo, 2014. Disponível em: <http://aner.org.br/dados-de-mercado/circulacao/>. Acesso em: 2 abr. 2014.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS (ANJ). *Maiores jornais do Brasil*. São Paulo, 2014. Disponível em: <https://goo.gl/zXkuVe>. Acesso em: 2 abr. 2014.

BERGSTRÖM, A. The reluctant audience: online participation in the Swedish journalistic context. *Westminster Papers in Communication and Culture*, London, v. 5, n. 2, p. 60-80, 2008. Disponível em: <https://goo.gl/mHha9Y>. Acesso em: 10 jul. 2014.

BOECHAT, Breno. De cabeça inchada, argentinos disparam comentários racistas contra brasileiros em redes sociais. *EXTRA*, 13 jun. 2014. Disponível em: <https://goo.gl/7kDdsh>. Acesso em: 8 ago. 2017.

BOTTREL, F.; MIRELLE P. Leitor deixa comentários em forma de repente no site do Correio. *Correio Brasiliense*, Brasília, 20 set. 2013. Disponível em: <https://goo.gl/rfRKU4>. Acesso em: 8 ago. 2017.

BUENO, T. C. Mapeamento como método de interpretação. In: TEIXEIRA, N. (Org.). *Mapeamento dos programas de treinamento nas empresas de comunicação em 2012* – uma relação necessária: academia e mercado. São Paulo: Itaú Cultural, 2012.

_____. Como pesquisadores e veículos têm tratado o tema comentário de leitores na internet. *Liinc em Revista*, Rio de Janeiro, v. 12, n. 1, p. 180-194, 2016.

BUENO, T. C.; REINO, L. Máquina de conversação: mapeamento da plataforma de comentários nos principais veículos da imprensa brasileira. In: Simpósio de Ciberjornalismo, 4., 2014, Campo Grande. *Anais*... Campo Grande: UFMS, 2014. Disponível em: <https://goo.gl/vV8icz>. Acesso em: 5 ago. 2014.

CUNHA, D. A. C. Reflexões sobre o ponto de vista e a construção discursiva de comentários de leitores na web. *Revista Investigações*, Recife, v. 25, n. 2, p. 21-41, 2012.

_____. Violência verbal nos comentários de leitores publicados em sites de notícia. *Revista Calidoscópio*, São Leopoldo, v. 11, n. 3, p. 241-249, 2013.

DALPIAZ, J. G. *Representações do Brasil na imprensa britânica*: uma análise cultural do jornal The Guardian. 2013. 202 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

DÍAZ NOCI, J.; PALACIOS, M. (Eds.). *Ciberperiodismo*: métodos de investigación – una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada. Vizcaya: Universidad del País Vasco, 2007.

DÍAZ NOCI, J. et al. Comments in news, democracy booster or journalistic nightmare: assessing the quality and dynamics of citizen debates in Catalan online newspapers. *Journal of the International Symposium on Online Journalism*, Austin, 2010. Disponível em: <https://goo.gl/1hdPj2>. Acesso em: 10 jul. 2014.

DOMINGO, D. et al. Participatory journalism practices in the media and beyond: an international comparative study of initiatives in online newspapers. *Journalism Practice*, New York, v. 2, n. 3, p. 680-704, 2008.

FARHI, P. Sites adotam medidas enérgicas contra comentários abusivos. *Observatório da Imprensa*, São Paulo, 27 maio 2014. Disponível em: <https://goo.gl/BgsNlQ>. Acesso em: 5 ago. 2014.

FACEBOOK permitirá que usuários editem comentários. *iG São Paulo*, São Paulo, 22 jun. 2012.

FAMOSOS comentam a perda de Ariano Suassuna. *O TEMPO*, Belo Horizonte, 23 jul. 2014. Disponível em: <https://goo.gl/ZLnCgw>. Acesso em: 8 ago. 2017.

FISCHMANN, R. Diga adeus à área de comentários em posts do MacMagazine. *MacMagazine*, 12 abr. 2014. Disponível em: <https://goo.gl/iTXAuK>. Acesso em: 5 out. 2013.

FREUND, E. *Discuss this article*: participatory uses of comment sections on Spiegel online: A Content Analysis. 2010. 46 f. Dissertation (MSC in Politics

and Communication) – London School of Economics and Political Science, London, 2010. Disponível em: <https://goo.gl/1SRTC8>. Acesso em: 11 jul. 2014.

HERCULANO, I. S. Formulário de comentários: o fim do leitor passivo na internet. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 13., 2011, Maceió. *Anais*... São Paulo: Intercom, 2011. p. 1-8. Disponível em: <https://goo.gl/lnzrp2>. Acesso em: 5 ago. 2014.

HERMIDA, A.; THURMAN, N. A clash of cultures: the integration of user-generated content within professional journalistic frameworks at British newspaper websites. *Journalism Practice*, New York, v. 2, n. 3, 2008. Disponível em: <https://goo.gl/OEZvhD>. Acesso em: 10 jul. 2014.

IGARCIA. Jornalões se unem para melhorar sistema de comentários on-line. *Observatório da Imprensa*, São Paulo, 20 jun. 2014. Disponível em: <https://goo.gl/iJTJEK>. Acesso em: 25 jun. 2014.

JENKINS, H. *A cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. *Cultura da conexão*: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

JÚNIOR, L. C. B. Opine: Quem seria o seu candidato a presidente do Coritiba. *Tribuna*. Curitiba, 27 jul. 2014.

KERBER, D.A.B. A apuração no jornalismo digital em base de dados. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 5, 2009, Blumenau. *Anais da Divisão Temática de Jornalismo*. Blumenau, 2009, p. 1-14. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2646-1.pdf>. Acesso em: 5 ago. 2014.

KREPP, A. Jamie Oliver diz que brigadeiro é 'um horror'; confeiteiros entendem sua opinião. *Folha de S. Paulo*. São Paulo, 21 jul. 2014. Disponível em: <https://goo.gl/V3ZpYH>. Acesso em: 8 ago. 2017.

LABARRE, S. Why we're shutting off our comments. *Popular Science*, 24 set. 2013. Disponível em: <https://goo.gl/sa7yxf>. Acesso em: 5 out. 2014.

LÉVY, P. *As tecnologias da inteligência*: o futuro do pensamento na era da informática. São Paulo: Editora 34, 1995.

_____. A revolução contemporânea em matéria de comunicação. *Revista FAMECOS***,** Porto Alegre, n. 9, p. 37-49, 1998.

_____. *Inteligência coletiva*. São Paulo: Loyola, 2007.

MARCELO Adnet responde as perguntas dos leitores no "Você entrevista". *EXTRA*, [online], 7 set. 2013. Disponível em: <https://goo.gl/SRBkFG>. Acesso em: 8 ago. 2017.

MENDONÇA, J. R. C. Intercionismo simbólico: uma sugestão metodológica para a pesquisa em administração. *Revista Eletrônica de Administração*, Porto Alegre, v. 8, n. 2, p. 1-23, mar./abr. 2002.

NAGAR, N. *The loud public*: *the case of user comments in online news media*. 2011. 201 f. Dissertation (Doctor in Philosophy) – University of Albany, State University of New York in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Rockefeller College of Public Affairs, Department of Political Science, Albany, 2011. Disponível em: <https://goo.gl/TBtblJ>. Acesso em: 5 ago. 2014.

NOVO Ford Fusion V6. *Quatro Rodas*, [S.l.], 1'33. 2014.

NOVO Manual da Redação. *Folha de São Paulo*. São Paulo: Publifolha, 2002.

NUNES, A.C.B. *A convergência midiática e editorial no jornalismo móvel*: uma análise do The Daily. 2013, 184 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2013.

PALACIOS, M. Marginália, "Zeitgeist" e memória do tempo presente: os comentários de leitores no ciberjornalismo. *Brazilian Jornalism Research*, Brasília, DF, v. 8, n. 1, p. 133-148, 2012. Disponível em: <https://goo.gl/d9H3ci>. Acesso em: 5 ago. 2014.

REINO, L. *Relacionamento entre o webjornal Campo Grande News e seus usuários*. 2006. 102 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2006.

REPÓRTERES SEM FRONTEIRAS. *Lista dos países inimigos da internet*. Paris, 2008. Disponível em: <https://goo.gl/CmVDU3>. Acesso em: 20 abr. 2013.

RONALDO se irrita com comentários sobre seus filhos nas redes sociais. *CARAS online*,18 out. 2013. Disponível em: <https://goo.gl/LsUpuc>. Acesso em: 8 ago. 2017.

SAKAMOTO, L. Enquete: O que pensam e o que querem os que comentam textos na internet? *Blog do Sakamoto*, São Paulo, 22 out. 2013. Disponível em: <https://goo.gl/xKfkBU>. Acesso em: 5 out. 2013.

SAMPAIO, R. C.; BARROS, S. A. R. Deliberação no jornalismo on-line: um estudo dos comentários do Folha.com. *Intertexto*, Porto Alegre, v. 2, n. 23, p. 183-202, 2010.

_____. Os sites de notícias podem estimular a deliberação on-line? Um estudo dos comentários de leitores postados no Folha.com. *Brazilian Journalism Research*, Brasília, DF, v. 8, n. 2, p. 192-211, 2012. Disponível em: <https://goo.gl/4nDv4d>. Acesso em: 5 ago. 2014.

SAMPAIO, R. C.; DANTAS, M. Deliberação online em fóruns de discussão: um estudo dos potenciais democráticos do cidadão repórter. *Contracampo*, Niterói, n. 22, 2011. Disponível em: <https://goo.gl/914tGE>. Acesso em: 21 jun. 2017.

SAMPAIO, R. C. et al. Como avaliar a deliberação on-line?: um mapeamento de critérios relevantes. *Opinião Pública*, Campinas, v. 18, n. 2, p. 470-489, 2012.

SAMPAIO, R. C.; MAIA, R. M. M.; MARQUES, F. P. J. A. Participação e deliberação na internet: Um estudo de caso do orçamento participativo digital de Belo Horizonte. *Revista Opinião Pública*. Campinas, v. 16, n. 2, p. 446-477, 2010.

STORCH, L. S. O que faz quem comenta o jornalismo? Atividades de leitura e espaços de colaboração no hipertexto. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 7., 2009, São Paulo. *Anais*..., Brasília, DF: Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 2009.

WARD, M. *Journalism online*. Woburn: Focal Press, 2002.

WAYNE, T. Opinião: Indignação na internet é uma maneira de protestar com toques. *The New York Times*. Nova York, 22 jul. 2014.

ZITTRAIN, J. *The future of the internet and how to stop it*. New Haven: Yale University Press, 2009.

 DOI: 10.11606/issn.2238-7714.no.2017.123214

Condição de moradia: sensibilidades de fronteira numa ocupação em São Paulo

Frederico Jorge Tavares de Oliveira

Doutorando e bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo (PPGCOM) da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), com período sanduíche na Universidade Sorbonne Paris Cité. Integra o Grupo de Pesquisa Juvenália do PPGCOM-ESPM.
E-mail: fredericojtavares@hotmail.com

Resumo: Neste artigo, examinamos as condições históricas e situacionais de um projeto de moradia, isto é, uma ocupação, cujas especificidades serão observadas a partir de dados secundários e contextuais, sobretudo a partir da maneira como interagíamos com os ocupantes, observando a maneira como eles se manifestavam e/ou explicavam sua ação, suas motivações e sentimentos, assim como a maneira que a Defensoria Pública do Estado de São Paulo procurou evitar a reintegração de posse. Sob forte inspiração de estudos de comunicação e consumo, especialmente de Néstor García Canclini, acreditamos retomar, assim, uma característica histórica fundamental dos estudos culturais: fazer teoria sociocultural com suportes empíricos a fim de compreender criticamente o devir capitalista.

Palavras-chave: Comunicação e consumo; Estudos culturais; Condição de moradia; Ocupação.

Title: Housing condition: border sensitivities in an occupation in São Paulo

Abstract: In this article, we examine the historical and situational conditions of a housing project, in other words, an occupation, whose specificities will be observed from secondary and contextual data, but especially from the way that we were interacting with the occupants, analyzing how they express themselves and/or explained their action, motivations and feelings, in addition to how the Public Defender of the State of São Paulo tried to avoid a land repossession. Under strong inspiration from the studies of communication and consumption, especially from Néstor García Canclini, we believe that this research can resume a key historical feature of cultural studies: to make sociocultural theory with empirical supports in order to critically understand the future transformations of capitalism.

Keywords: Communication and consumption; Cultural studies; Housing condition; Occupation.

Condições do novo capitalismo

Nas palavras de Richard Sennett (2006: 150), o atual estágio do capitalismo, esta sua nova ordem institucional, exime-se de responsabilidade, "tentando apresentar sua própria indiferença como liberdade para os indivíduos ou grupos da periferia". Trata-se de um novo capitalismo resultante da passagem do capitalismo social, então demarcado por um projeto comum e progressista, a uma ordem de irresponsabilidade generalizada e travestida com promessas de cosmopolitismo global. Segundo o sociólogo e historiador, "o vício da política derivado do novo capitalismo é a indiferença". E será essa indiferença, em suas múltiplas formas de discriminação, exclusão e dominação, o motivo a ser enfrentado pelos supostos grupos de periferia, ao assumirem certa centralidade e controle do cosmopolita.

Os fenômenos de apropriação autônoma e ativa e de resistência podem ser assim compreendidos como um tipo de "cosmopolitismo periférico" (PRYSTHON, 2002), ou como sinalizadores de dinâmicas "pós-periféricas" (ROCHA et al., 2014). Ao olharmos com mais atenção para as subjetividades ou sensibilidades que, na fronteira com essa nova estrutura hegemônica de indiferenciação, lutam por melhores condições de existência e exercício de sua cidadania, retomamos uma característica histórica essencial dos estudos culturais, que é "fazer teoria sociocultural com suportes empíricos a fim de compreender criticamente o devir capitalista":

> Não a afirmação de posições politicamente corretas, mas sim a relação tensa entre um imaginário utópico, só em parte político, e uma investigação intelectual e empírica que às vezes o acompanha e às vezes o contradiz. [...] convém pôr o foco na tensão entre o que o imaginário utópico e a investigação intelectual poderiam ser agora: por exemplo, a tensão que se dá entre as promessas do cosmopolitismo global e a perda de projetos nacionais. O que tem de novo este conflito? A que disciplinas, ou a que conjunto de saberes não especificamente culturais, é necessário vincular o estudo da cultura? (CANCLINI, 2009: 157-158)

A Comunicação tem avançado – e particularmente os estudos que versam sobre a interface comunicação e práticas de consumo; políticas de visibilidade e subjetivação em mobilizações; movimentos e coletivos – assim como os estudos culturais avançaram, "graças à sua irreverência com os fracionamentos exclusivos da propriedade intelectual, embora isso não tenha de ser sinônimo de descuido científico" (CANCLINI, 2009: 153). Também não se trata de descuido político, uma vez que, muito pelo contrário, esses estudos têm considerado o "político" em um sentido ampliado e em suas expressões cotidianas e articuladas a um "cosmopolitismo pós-moderno" (PRYSTHON, 2002), ao desenvolvimento tecnológico e às novas formas de comunicação e consumo. Destaca-se a partir disso, com frequência, que o exercício da cidadania é a outra face do consumo, uma vez que o sujeito, por meio de práticas de comunicação e consumo, produz sentido ou consciência de que é sujeito de direitos; de que devem ser dadas a ele as condições de acesso ao próprio conhecimento de seus direitos, bem como as garantias de que seu exercício seja pleno, isto é, de que sejam "adjudicadas ao sujeito a garantia de que ele exerce ou exercerá seus direitos sempre que lhe convier" (BACCEGA, 2010: 32).

Dentro dos estudos de comunicação e consumo, podemos encontrar linhas de investigação que problematizam a tensa relação entre as promessas do cosmopolitismo global e a perda de projetos nacionais. Assim, encontraremos uma profusão de pesquisas que mostram como processos de comunicação e consumo, articulados às fraturas do tecido social, atualizam de modo exemplar, o que não significa dizer que simplesmente reforçam, "a histórica aventura de normatização simbólica assumida por setores burgueses" (ROCHA et al., 2014: 4).

Canclini (2009: 153-154) explica que os melhores especialistas em estudos culturais – Raymond Williams, Jean Franco e Beatriz Sarlo, com seus estudos sobre literatura e história intelectual, David Morley e Jesús Martín-Barbero, com suas teses de que meios de comunicação só se decifram como parte das práticas culturais – levaram a sério um campo do saber, "sentindo em algum momento um mal-estar parecido ao que hoje experimentamos diante dos bairros cercados". De modo que, da presença desses estudos no campo da comunicação, os contextos socioculturais articulados ao consumo, as situações que ligam o sujeito consumidor a uma rede mundial de informações (PRYSTHON, 2002), passaram a ser compreendidos como os principais vetores de configuração da cultura, mas também relacionados a compromissos ocultos com a economia e a reprodução de uma política transnacional da indiferença.

Parece forçoso assumir que a compressão do espaço em nome da redução do tempo de giro (HARVEY, 2013) – entenda-se tempo de giro da máquina financeira, mediática etc. – pressupõe sérias fraturas nessa mesma tópica sociocultural da comunicação e do consumo. Desse modo, a compressão do espaço-tempo revela fraturas no próprio funcionamento da vida de determinados núcleos sociais, urbanos e, sobretudo, periféricos.

Com especial atenção nas fraturas do contexto paulistano, faremos da visão terrificante das condições sociais de moradia a nossa principal interrogação "macro", a fim de multiplicar no "micro" os pontos de vista de subjetividades em processos de resistência (ou "reexistência") e luta por melhores e mais justas condições de vida na cidade.

Antes de apresentarmos um caso representativo da condição de moradia em São Paulo, bem como os dispositivos metodológicos que dirigem essa investida crítica sobre um projeto de ocupação, cabe localizar essa condição num contexto histórico de compressão espaço-temporal. Nesse contexto, o novo capitalismo passou a ser gerido por redes de informação, não sem antes deixar marcas ou fraturas no solo propriamente concreto e humano.

Do ponto de vista da antropologia do imaginário, que compreende nossa faculdade de simbolização de que jorram continuamente medos e esperanças, isto é, frutos culturais (DURAND, 2012), podemos considerar que o que também está em jogo na condição de moradia paulistana é um regime de sensibilidades de fronteira simbólica. O cientista da religião Mircea Eliade (1988) ensina que a cidade e a casa se tornam "reais" pelo fato de serem identificadas com o "centro do mundo"; o que nos sugere uma reflexão acerca da gravidade da condição de moradia enquanto condição de realização (ou reatualização) de um ato cosmogônico por excelência e cosmopolita por extensão: a criação do mundo.

Condição de moradia: a compressão do espaço-tempo

De maneira resumida, pode-se dizer que a intensificação da compressão do espaço-tempo no capitalismo ocidental se deu a partir dos anos 1960, atingindo São Paulo em sua terceira etapa de mundialização com atividades que passaram a utilizar a informação como base principal de seu domínio. Segundo Milton Santos (2012), a primeira etapa dessa mundialização teria sido aquela a partir da qual a cidade passou do século XIX para o XX tomando por base o comércio. A segunda etapa seria aquela fundada na produção industrial, que se estendeu até os anos 1960, enquanto a fase atual seria de metrópole global, tecnologia, cosmopolitismo, consumo de comunicação e comunicação do consumo. Todavia, algumas fronteiras ou fraturas econômicas, geopolíticas e imaginárias, mantêm-se sob um esquema simbólico baseado em competição, castração e devoração, num sentido espaço-temporal que exclui do "centro", da "casa" ou da "cidade" os chamados "consumidores falhos" (BAUMAN, 2008). Dessa forma, exibem os fluxos de comunicação e consumo "pós-periféricos" (ROCHA et al., 2014), um tipo de "cosmopolitismo periférico" (PRYSTHON, 2002).

Com a tomada dos serviços públicos pelo privado, a grande precariedade dos serviços e bens públicos ofertados acarretam enormes dificuldades à população, principalmente às camadas mais pobres. Isso ocorre de modo que, ao concentrarmos nosso olhar nos aspectos dessa fratura econômica, geopolítica e simbólica da cidade de São Paulo, com destaque à questão da condição de moradia, inevitavelmente nos damos conta de que o atual *boom* imobiliário que vive a cidade, com efeito de aumento d preço da moradia, como aluguéis, tem como consequência a "expulsão da população pobre para áreas mais distantes, fora do município, além do aumento significativo das pessoas que estão morando nas ruas sem qualquer alternativa de moradia" (MARICATO et al., 2014).

Em manifesto de urbanistas e professores em apoio à luta pela votação do novo Plano Diretor da cidade, registra-se que no município de São Paulo "aproximadamente ¼ da população mora ilegalmente em loteamentos clandestinos e favelas. Em alguns municípios periféricos da região metropolitana essa proporção chega a 70% de excluídos" (MARICATO et al., 2014).

Esse dado, que se pode compreender sob o espectro da chamada "especulação imobiliária" e informacional do espaço urbano, atua como forma significativa de orientação capitalista sobre o atual regime de urbanização, aliando-se ao fato de que "a prestação dos serviços públicos por empresas privadas traz uma contradição insolúvel, já que sua finalidade última é o lucro, o que o torna incompatível com a garantia de direitos" (SIMPSON; MENEZES, 2015). Por essas intimações de ordem "macro", contexto da precária condição de moradia em São Paulo, é que aproximadamente trinta famílias ocuparam certa área da cidade em outubro de 2014. Uma ocupação por moradia que se articulou enquanto fenômeno cultural, político e comunicacional, representativo de táticas de luta e resistência na cidade.

Neste artigo, vamos tratar de sensibilidades de fronteira com o novo capitalismo, ou seja, de pessoas e processos de reconhecimento e luta pelo exercício de direitos historicamente conquistados – um deles consagrado internacionalmente como direito fundamental, o direito à moradia, previsto na Constituição Federal de 1988, sob o princípio da dignidade da pessoa humana e da função social da propriedade.

Propomos, assim, um olhar sobre a condição de moradia numa metrópole brasileira como São Paulo, encarando o que nessa explosiva expansão tecnológica e econômica, de repertórios culturais, ofertas e apropriações de consumo, significa a crepitação das cidades e dos mercados; ou como diria Bauman (2003; 2008), a "sedimentação dos resíduos" e a formação de "subclasses"; daí as "táticas" e os "usos cotidianos" para Michel de Certeau (2009), os fluxos "pós-periféricos" de enfrentamento de uma estratégica indiferença do capitalismo, em sociedades complexas e desiguais.

Diante do desafio empírico de lidar com o fato de que famílias não têm onde morar, que existe um mundo de habitações irregulares e/ou precárias como favelas ou cortiços, nós optamos por um caminho metodológico de fundamentação etnográfica que se faz dentro dessas crepitações urbanas; é quando efetivamente nos dirigimos às "lascas" e "fragmentos" que normalmente são retomados por movimentos sociais e culturais (CANCLINI, 2009).

Assim, vimo-nos participar de espaços de luta e negociação de sentido para manter e fortalecer a ocupação, até quando possível, transformando-nos em coautores de algumas dessas "lascas e fragmentos" de sentido sociocultural. E é aqui que percebemos novamente com Canclini (2009: 160) que "os estudos culturais podem ser agora tentativas de encontrar o sentido das inscrições deixadas por estes fragmentos sobreviventes"; e que a disposição etnográfica deve ser fortemente orientada por motivações subjetivas, ou formas de participação política.

Já com Gilberto Velho (1997) e sua proposta de uma "etnografia das motivações", entendemos que essa nossa empreitada se realiza como uma espécie de etnografia de um projeto de moradia capaz de revelar motivações diretamente ligadas às fraturas e contradições do meio urbano, social, econômico, político e imaginário em que são produzidas. Essas motivações se caracterizariam pelas próprias ações de sujeitos buscando exercer suas escolhas diante das fronteiras materiais e simbólicas por eles reconhecidas e enfrentadas.

Sob forte inspiração dessas linhas de investigação, examinaremos as condições históricas e situacionais de um projeto de moradia, cujas especificidades serão observadas a partir de dados secundários e contextuais, mas sobretudo a partir da maneira como interagíamos com os ocupantes, observando como eles se manifestavam e/ou explicavam sua ação, suas motivações e seus sentimentos, assim como a maneira que a Defensoria Pública do Estado de São Paulo procurou evitar a reintegração de posse, ajuizada por espólio de "iniciais" e, contraditoriamente, por espólio de uma "Associação de Luta por Moradia" (ALM)[1].

[1] Os nomes de "autores" e "réus" neste artigo são fictícios, bem como os de outras instituições, lugares e sujeitos remetidos com aspas.

A seguir, apontaremos algumas disposições metodológicas e contribuições da antropologia contemporânea, que serão incorporadas em nossa apresentação e interpretação do caso examinado.

Operações metodológicas e contribuições da antropologia

Em texto sobre "a globalização da antropologia depois do pós-modernismo", Canclini (2009) nos esclarece quanto ao surgimento, no âmbito dos livros de antropologia, de um gênero literário-científico que viria a ser rotulado como "realismo etnográfico". Autores como Georges E. Marcus e Dick Cushman logo sustentaram que esse suposto realismo era uma ficção, uma vez que seus autores dispunham os dados para apenas conferir aparência de objetividade a um sentido social que, no final das contas, "já estaria formado e só seria visível para esse sujeito excepcional, de uma cultura diferente – o antropólogo –, treinado para perceber o sentido global e profundo que se ocultaria aos autores" (CANCLINI, 2009: 133).

A antropologia assistiu, assim, contemporaneamente, ao desenvolvimento e ao esgotamento de uma vocação persuasiva e exaustiva dos relatos de campo, já que sua produção literária resultava em simulacros ensimesmados numa descrição pretensamente neutra.

Diante desse quadro recente da pesquisa antropológica e etnográfica, autores como Canclini buscam recuperar a correspondência do trabalho do pesquisador com o fenômeno investigado. Ele propõe incluir nas fases de observação, descrição e interpretação do fenômeno o caráter fragmentado e incoerente que a experiência de campo costuma ter. E, em vez de cancelar o próprio processo de diálogo e negociação com os informantes, num tipo de "monólogo despersonalizado de quem descrevia estruturas sociais" (CANCLINI, 2009: 133), sugere que o pesquisador, o comunicólogo, agora antropólogo, esforce-se para revelar como compreende a situação com o outro.

Nesse sentido, Canclini (2009) propõe pelo menos três operações metodológicas que seguiremos neste trabalho, em duas partes complementares, sendo que a terceira operação listada dirigirá a maneira como se apresentam as duas partes/operações que se seguirão. Assim, vamos procurar:

> incluir na exposição das investigações a problematização das interações culturais [...] com o grupo estudado; b) suspender a pretensão de abarcar a totalidade da sociedade examinada e prestar especial atenção às fraturas, às contradições, aos aspectos inexplicados, às mútiplas perspectivas sobre os fatos; c) recriar esta multiplicidade no texto, oferecendo a pluralidade de vozes

> das manifestações encontradas, transcrevendo diálogos ou reproduzindo o caráter dialógico da construção de interpretações. Em vez do autor monológico, autoritário, busca-se a polifonia, a autoria dispersa (CANCLINI, 2009: 133).

A problematização das interações culturais com o grupo estudado

Outubro de 2014. Nós fomos procurados por uma das ocupantes. Uma de nossas colegas de pesquisa, assistente social e pesquisadora em Serviço Social, mantinha relações amistosas com "Joana", usuária de um serviço socioassistencial, o Centro de Referência de Assistência Social (Cras) de cidade Ademar, zona de sul de São Paulo, onde uma e outra, assistente e assistida, conheceram-se . Ao telefone (pessoal), "Joana" dizia que, junto com umas trinta famílias, havia ocupado um terreno no bairro "Jardim…", zona sul da cidade, e que, na condição de uma das líderes do grupo, diante das pressões sofridas por forte vigilância no local, sentia-se preocupada e "sem saber o que fazer". A fim de nos fortalecermos e nos esclarecermos do caso junto com o grupo, logo fizemos a aproximação com um representante do Movimento dos Trabalhadores Sem Teto (MTST), com quem realizamos algumas visitas no lugar ocupado (momento em que nos demos conta de que nos dirigíamos às tais "lascas" e "fragmentos" que são retomados por movimentos sociais e culturais).

Novembro de 2014. Fomos recebidos com expectativa pelos ocupantes, um tipo de acolhida que, embora vinda de "sujeitos de ação e de discurso capacitados a atuar em uma região de bordas" (ROCHA et al., 2014: 1), demandava um tipo de proteção social que não éramos capazes de oferecer. Além das ameaças por seguranças armados e contratados para uma vigilância permanente, o constrangimento era tanto que a passagem que ligava o terreno ocupado à rua tinha sido bloqueada, de modo que o acesso que restou aos ocupantes era ainda mais improvisado e de difícil circulação e transporte de materiais e mobiliário. Segundo "Joana":

> […] O segurança, dentro da viatura, coagindo os menino lá no muro. Chegou pros menino e falou – o "seu João", muito conhecido aqui, né –, chegou pro seu João e perguntou pra eles, né, por que eles estavam entrando com material ainda, se a gente já tinha recebido o comunicado pra gente desocupar. Aí o seu João falou: "não, a gente sabe que essa área é da prefeitura; a gente vai lutar". Aí ele falou: "Pois, então, vocês estão com o papel na mão, a gente tem todo o direito de entrar aí agora, e o primeiro que a gente vai pegar é o senhor. Eu vou acabar com o senhor na borrachada". Aí ele pegou e mandou eles descerem de volta, não deixaram eles entrar com as telha, que era pra esse barraco aqui, e o outro lá do fundo […] Aí tem umas telha ali no fundo, que esse segurança chutou. As telha que tava na parede tá todas quebrada. Todas (Entrevista com Joana).

Figura 1: Passagem bloqueada, acesso alternativo e área ocupada

Em mais uma visita, já em dezembro do mesmo ano, "Joana" relata outras situações de violência. E suscita como a mediação tecnológica da comunicação atua como importante instrumento de luta e resistência:

> Na quinta ou na sexta, a minha mãe foi lá pra dentro pra ver como é que eu tava. Aí na hora que minha mãe foi sair, eles não deixaram minha mãe sair, né. Não queria deixar minha mãe sair, não queria deixar minha mãe sair [...] Por que eles não deixavam? Porque tinha um rapaz do lado de fora, que queria entrar, aí eles disseram que não podia, aí ele começou a filmar. E a gravar. E eles pegaram o rapaz, mas bateram, mas bateram de arrancar sangue (Entrevista com Joana).

A "Associação de Moradores", vizinha da ocupação, ajudava os ocupantes com acesso ao consumo de água e uso do banheiro. Mas as famílias costumavam usar casas de parentes e amigos, que também pressionados pelos altos preços dos aluguéis na região não sabiam se se mudavam ou não para a ocupação. Já os ocupantes, certos de que diante das opções colocadas pelo representante do MTST – entre permanecer no local e lutar por ele, ou lutar por moradia em qualquer outro lugar – iriam permanecer e lutar pela área, acionaram a Defensoria Pública do Estado de São Paulo (com o mandato de reintegração de posse em mãos).

Figura 2: Momento em que ocupantes decidem lutar pela área

Fraturas, contradições e aspectos inexplicados

Ao tratar "da legitimidade ativa e do interesse de agir: área ocupada pelos réus e direitos da 'ALM'", o defensor público destaca o cerne da questão:

> [...] a área ocupada pelos réus não está compreendida pela propriedade dos autores. A ocupação não ocorreu de solapo: os ocupantes procuraram, antes de tomar tal medida, diversas outras opções para exercer o seu direito fundamental à moradia. O abandono da política habitacional pelo Estado, todavia, não lhes deixou opção senão promover a ocupação. Decididos a respeito da ocupação, então o movimento procurou área para ocupar que estivesse abandonada e não fosse de propriedade privada. Em diligências, obtiveram a informação de que parte da área situada na Rua "Sem nome" s/n, não teria proprietário registral. Por isso, decidiram que esse seria o local da ocupação, na expectativa de que, caso interpelados pelo Estado para desocupá-la no futuro, pudessem negociar a obtenção de alternativa habitacional factível. (OLIVEIRA, 2015, p. 11)

Assim, temos uma argumentação que não escapa em nada dos problemas-chave dos estudos culturais: o sujeito e sua ação num determinado marco histórico; o reconhecimento de processos de diferenciação, exclusão e dominação; e a centralidade da comunicação – enquanto espaço de negociação e conflito – na configuração desses processos e na "resolução" de suas contradições (ESCOSTESGUY, 2014).

Essas contradições, que facilmente podem ser localizadas em uma situação como essa, remontam a contradições históricas presentes na maneira como os próprios programas habitacionais, que deveriam resolvê-las, acabam por intensificá-las. Pesquisadores do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase) apontam que nos últimos anos:

> temos visto a opção por investimentos que visam ao crescimento econômico e ao mesmo tempo acabam por gerar mais exclusão. Exemplos dessas contradições aparecem no próprio Minha Casa Minha Vida, programa habitacional regressivo que deixa predominantemente nas mãos das grandes empreiteiras a construção de milhões de unidades habitacionais e coloca por terra preceitos básicos, como a localização adequada em áreas com infraestrutura, saneamento ambiental, transporte coletivo, equipamentos, serviços urbanos e sociais, inviabilizando ainda mais o acesso a oportunidades de desenvolvimento social e econômico para moradores que já eram pobres, repetindo erros do passado de forma ainda mais perversa (SIMPSON; MENEZES, 2015).

Em nota pública da Rede Cidade e Moradia (ROLNIK, 2014), destaca-se que:

> O Programa se apresenta, enfim, como solução única e pouco integrada aos desafios das cidades brasileiras para enfrentamento de complexo "problema habitacional", baseado numa produção padronizada e em larga escala, desarticulada das realidades locais, mal inserida e isolada da cidade, a partir de um modelo de propriedade privada condominial (ROLNIK, 2014).

Dessas considerações, interessa-nos destacar que há um contexto econômico, político e cultural que fundamenta a tensão que se dá entre as promessas do novo capitalismo, ou do cosmopolitismo global a ele associado, e a perda de projetos nacionais. É possível verificar seus desdobramentos e perversidades à luz da argumentação da Defensoria Pública. Na parte que trata "da concessão da liminar *inaudita altera parte* em prejuízo ao contraditório e ao direito fundamental à moradia dos ocupantes: interpretação conforme a constituição do artigo 928 do código de processo civil", a Defensoria avalia a oportunidade da concessão da liminar para a desocupação do terreno sem a oitiva da parte contrária:

> O juízo concedeu, inaudita altera parte, a liminar pleiteada para determinar a imediata desocupação do terreno objeto do litígio pelos réus. Assim o fez com fundamento no artigo 928 do Código de Processo Civil. […] Não se pode olvidar, todavia, que o Código do Processo Civil foi promulgado em 1973. Vigia, à época, a Constituição de 1967, reformada pela Emenda Constitucional nº 01, outorgada em 1969. À época, a proteção a direitos fundamentais não era prioridade no ordenamento jurídico brasileiro. […] É dizer: em casos em que uma pessoa tem a sua moradia turbada ou esbulhada por outrem, é possível a sua manutenção ou reintegração liminar, quiçá até inaudita altera parte: por trás de ambas pretensões há direitos da mesma magnitude – direito fundamental à moradia – e é manifesta a urgência na retomada do lar pelo autor. No caso em tela, todavia, os autores não moram no local objeto da invasão. Não há, portanto, colidência direta entre direitos fundamentais de igual peso. […] Ainda é de se considerar que a ordem determinou a retirada imediata de centenas de pessoas – dentre as quais idosos, crianças e portadores de deficiência. Nesses casos, a cautela sugere que os ocupantes sejam sempre ouvidos, ainda que em audiência de justificação a ser marcada com urgência possível. […] Em suma: embora haja previsão legal de concessão da liminar sem a oitiva da parte contrária, a sua interpretação à luz do princípio da dignidade da pessoa humana sugere que, nos casos em que não reste claro se há urgência na medida e em que o cumprimento da ordem desaloje centenas de pessoas, o magistrado evite retirar pessoas da sua moradia sem que elas tenham sequer a possibilidade de se manifestar a respeito da pretensão. (OLIVEIRA, 2015, p. 13)

No entanto, mesmo assim ocorreu a imediata desocupação do terreno, sem que dezenas de famílias pudessem se manifestar a respeito da pretensão. Elas foram desalojadas de suas casas às pressas, abordadas pela Polícia Militar às quatro horas da manhã, sem tempo para retirar tudo aquilo que lhes pertencia – e sem as condições de direito invocadas pela defensoria, conforme o processo judicial, caso fosse realizada a remoção.

Nem mesmo animais de estimação sobreviveram à destruição dos tratores. Ao voltarmos ao local para ver de perto o ocorrido, “Joana” lamenta, com voz estremecida e olhos marejados, enquanto nos mostra ruínas e bens de consumo que antes faziam parte do cotidiano daquelas pessoas:

> O que até ontem eram casas, a gente vê desse jeito assim, ó… Olha o sofá da Lena, ficou, judiação. A casa do Luís… Meio complicado de voltar, né… Aqui foi onde mataram o gatinho dela. Ali, ó, tá vendo, não deu tempo de tirar muita coisa dela, ó… Ó, a cama dela tá aqui, a cama do filho dela tá aqui, roupa do Danilo, ó, chinelo dela (Entrevista com Joana).

Figura 3: Retorno ao local da ocupação destruída

Na Figura 4, podemos ver registros feitos pelos próprios ocupantes de como estavam sendo construídas as suas moradias. Lembrando que, em última instância, seria uma forma de negociar a obtenção de alternativa habitacional factível, o que não ocorreu.

Figura 4: Moradia dos ocupantes (Fotos dos ocupantes)

Essas fotos marcam um projeto de moradia transformado em ruínas. Remetem a motivações e direitos que deveriam proteger a dignidade humana, mas que foram atacados por um modo viciado da política do novo capitalismo: a indiferença. Quando lares são destruídos, quando uma comunidade é desterritorializada, não há mais uma realidade que, como pudemos observar, ao menos por alguns meses, conferia ao grupo de ocupantes a participação no “simbolismo do centro”. As fronteiras e fraturas na tópica sociocultural são gritantes, abismais, e portanto fazem do periférico um “espaço que está no entorno, na vizinhança, de outro espaço tido como central” (MARTINS, 2015: 22): a casa dos que tem casa, os bairros dos que moram em bairros, os condomínios cercados etc.

Considerações finais

Apresentamos neste artigo uma ocupação por moradia em São Paulo, vozes de uma *inaudita altera parte*, historicamente silenciada pela política da indiferença do novo capitalismo. Nas fronteiras com essa estratégica política da indiferença, lembramos de sensibilidades de fronteira, de táticas de enfrentamento e usos da cidade que costumam ser retomados por movimentos sociais e culturais. E consideramos que esses movimentos, dos mais aos menos organizados, talvez carreguem consigo as pedras do devir capitalista.

Nosso desafio metodológico consistiu em suspender, por um instante, a pretensão de abarcar a totalidade da sociedade, incluindo na exposição a problematização das interações culturais com o grupo estudado. Quisemos também recriar essa multiplicidade de interações, trazendo certa pluralidade de vozes e sensibilidades ao texto, o caráter dialógico da construção das interpretações. E assim consideramos, por último, que as sensibilidades de fronteira provocam um "centro de gravidade" que efetivamente tensiona o simbolismo do "centro" e da "periferia", as contradições e os aspectos que se mantêm inexplicados sobre a condição de moradia em São Paulo.

Referências

BACCEGA, M. A. Construindo a cidadania nas interrelações comunicação, educação e consumo. *Conexiones: Revista Iberoamericana de Comunicación*, Logroño, v. 2, n. 2, p. 29-40, 2010.

BAUMAN, Z. *Comunidade*: a busca por segurança no mundo atual. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

_____. *Vida para consumo*: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

CANCLINI, N. G. *Diferentes, desiguais e desconectados*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.

CERTEAU, M. *A invenção do cotidiano*: 1 – artes do fazer. 16. ed. Tradução Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis: Vozes, 2009.

DURAND, G. *As estruturas antropológicas do imaginário*: introdução à arquetipologia geral. Tradução Hélder Godinho. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2012.

ELIADE, M. *O mito do eterno retorno*: arquétipos e repetição. Lisboa: Edições 70, 1988.

ESCOSTEGUY, A. C. Estudos culturais ingleses. In: CITELLI, A. et al. (Orgs.). *Dicionário de comunicação*: escolas, teorias e autores. São Paulo: Contexto, 2014. p. 248-256.

HARVEY, D. *Condição pós-moderna*. São Paulo: Loyola, 2013.

MARICATO, E. et al. Manifesto de urbanistas e professores em apoio à luta pela votação do plano diretor. *Portal Frente de Luta por Moradia*, São Paulo, 1 maio 2014. Disponível em: <https://goo.gl/6HMu11>. Acesso em: 18 jan. 2015.

MARTINS, R. Mídia comunitária e novas construções periféricas sociais no Brasil. *Novos Olhares*, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 21-36, 2015.

OLIVEIRA, F. T. Condição de moradia: a inaudita altera parte. In: CONGRESSO INTERNACIONAL COMUNICAÇÃO E CONSUMO, 5., 2015, São Paulo. *Anais*... São Paulo: PPGCOM ESPM, 2015, p. 1-15.

PRYSTHON, Â. F. Cosmopolitismo, identidade e tecnologia: embates culturais no contemporâneo. *Semiosfera*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 1, p. 1-14, 2002.

ROCHA, R. M.; SILVA, J. C.; PEREIRA, S. L. Imaginários de uma outra diáspora: consumo, urbanidade e acontecimentos pós-periféricos. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 23., 2014, Belém. *Anais…* Salvador: Compós, 2014. Disponível em: <https://goo.gl/CevsEg>. Acesso em: 22 jul. 2015.

ROLNIK, R. Programa Minha Casa Minha Vida precisa ser avaliado – Nota Pública da Rede Cidade e Moradia. *Blog da Raquel Rolnik*, São Paulo, 2014. Disponível em: <https://goo.gl/x3UoJS>. Acesso em: 18 jan. 2015.

SANTOS, M. *Por uma economia política da cidade*: o caso de São Paulo. São Paulo: Edusp, 2012.

SENNETT, R. *A cultura do novo capitalismo*. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SIMPSON, M. D.; MENEZES, F. O ataque às políticas socias: serviços públicos para redução da pobreza e da desigualdade. *Le Monde Diplomatique Brasil*, 6 jan. 2015. Disponível em: <https://goo.gl/7JufTk>. Acesso em: 18 jan. 2015.

VELHO, G. *Individualismo e cultura*: notas para uma antropologia da sociedade contemporânea. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

 DOI: 10.11606/issn.2238-7714.no.2017.131139

O envelhecimento na tela: o discurso da velhice ativa em programas de TV e documentários[1]

Sílvia Góis Dantas

Publicitária, mestra em Comunicação e Práticas do Consumo pela ESPM-SP e doutoranda em Ciências da Comunicação na Universidade de São Paulo (PPGCOM/USP). Integra o Grupo Linguagens e Discursos nos Meios de Comunicação (GELIDIS) da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Lattes: http://lattes.cnpq.br/4810178760566924.
E-mail: silviagdantas@gmail.com

Resumo: O texto busca analisar o discurso sobre a velhice tomando quatro objetos: (I) série de reportagens especiais sobre o envelhecimento no *Jornal Nacional* (TV Globo, 2017); (II) reportagem exibida no programa *Mais Você* (TV Globo, 2016); (III) série documental *Muitos anos de vida* (Alberto Renault, GNT, 2016) e (IV) o documentário *Envelhescência* (Gabriel Martinez, 2015). Partindo da premissa de Guita Grin Debert (2006) de que a velhice é uma construção social, e com base nos estudos sobre envelhecimento da população e transição demográfica no Brasil, verificamos que o discurso sobre o envelhecimento em diferentes produtos midiáticos encontra-se bastante ligado a atributos da juventude, à atividade e à obrigação da felicidade, como marca da contemporaneidade.

Palavras-chave: Discurso; Envelhecimento; Programas de televisão; Documentário.

Title: Aging on screen: the discourse about active old age in TV programs and documentaries

Abstract: This article aimed to analyze the discourse on old age based on four objects: (I) series of special reports on aging on *Jornal Nacional* (TV Globo, 2017); (II) report shown on the program *Mais Você* (TV Globo, 2016); (III) documentary series *Muitos anos de vida* (Alberto Renault, GNT, 2016) and (IV) documentary *Envelhescência* (Gabriel Martinez, 2015). Based on the premise of Guita Grin Debert that old age is a social construction and based on the studies on population aging and demographic transition in Brazil, we found that the discourse on aging in different media products is strongly linked to the attributes of youth, activity and the obligation of happiness, as a mark of contemporaneity.

Keywords: Discourse; Aging; TV programs; Documentary.

[1] Versão preliminar desse texto, enfocando apenas o documentário *Envelhescência* (Gabriel Martinez, 2015) e a série *Muitos anos de vida* (Alberto Renault, GNT, 2016), foi apresentada no GT 2 – "Comunicação, consumo e identidade: materialidades, atribuição de sentidos e representações midiáticas" do 6º Encontro de GTs de Pós-Graduação do Congresso Internacional Comunicação e Consumo (Comunicon), realizado nos dias 14 e 15 de outubro de 2016 na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), em São Paulo. A partir desse texto inicial, incluímos novas observações também acerca do discurso sobre envelhecimento no *Jornal Nacional* e no programa *Mais Você*.

A visibilidade do envelhecimento: atividade e felicidade

Nos últimos anos, os indicadores demográficos globais têm sofrido mudanças importantes. Pesquisas recentes, como a da Organização Mundial da Saúde (OMS) divulgada pela Agência Brasil EBC (2015), informam que até 2050 o número de pessoas com mais de 60 anos[2] no mundo vai duplicar.

[2] Consideramos a definição de idoso explicitada no Estatuto do Idoso (Lei 10.741), que assim denomina a pessoa a partir de 60 anos de idade, limite também adotado pelo IBGE. Disponível em: <https://goo.gl/3NyBjK>. Acesso em 10 jul. 2015.

Essa transformação tem sido bastante divulgada pelos meios de comunicação. Em diversos programas – jornalísticos e de entretenimento –, temos observado a tentativa de ilustrar as mudanças proporcionadas por esse quadro social por meio de uma linguagem acessível, atraente e com exemplos do cotidiano brasileiro.

Evidentemente, esse novo quadro de visibilidade e poder da terceira idade não surgiu de uma hora para outra. Seguiu na esteira de um processo social, no qual Debert (2012) destaca a criação do termo "terceira idade" por Laslett (1987), que vai além da questão do prolongamento etário, pois exigiu

> uma 'comunidade de aposentados', com peso suficiente na sociedade, demonstrando dispor de saúde, independência financeira e outros meios apropriados para tornar reais as expectativas de que essa etapa é propícia à realização e satisfação pessoal. (DEBERT, 2012: 19)

Uma vez que também são consumidores de produtos e serviços, inverte-se a lógica associada ao descanso e à exclusão da vida pública a partir da aposentadoria. Com isso, a terceira idade se transforma em uma época de atividade e lazer, e como tal, passa a receber mais atenção e visibilidade.

Assim, a "conspiração do silêncio" acerca da velhice denunciada por Simone de Beauvoir (1976) vai se tornando cada vez mais distante do atual contexto marcado pela convocação dos idosos a estarem em permanente atividade, buscando a felicidade e o aproveitamento de cada momento da vida como consumidores, pois "a transformação da terceira idade em segmento de mercado movimenta a economia e enseja novas configurações nas cartografias do consumo" (CASTRO, 2015: 4).

Partimos do pressuposto de que a velhice não é uma categoria natural, mas sim socialmente produzida, pois "as representações sobre a velhice, a posição social dos velhos e o tratamento que lhes é dado pelos mais jovens ganham significados particulares em contextos históricos, sociais e culturais distintos" (DEBERT, 2006: 50).

Essa autora identifica um cenário de reinvenção do envelhecimento na atualidade, marcado principalmente pelo envelhecimento ativo, no qual é encorajada uma multiplicidade de experiências. Ao que parece, conforme os novos discursos, o idoso busca na juventude uma forma de pertencimento, associada a um modo de viver enaltecido socialmente. As práticas antes ligadas aos jovens, principalmente aquelas consideradas mais arriscadas como esportes radicais, por exemplo, são incentivadas, independente da faixa etária, havendo dissociação entre juventude como faixa etária e uma nova atribuição de valor. Como comenta Debert:

> Juventude perde conexão com um grupo etário específico, deixa de ser um estágio na vida para se transformar em valor, um bem a ser conquistado em qualquer idade, através da adoção de estilos de vida e formas de consumo adequadas. (DEBERT, 2012: 21)

Nesse sentido, é de se perguntar: até que ponto a identificação do idoso na atualidade tem sido associada à liberdade e à atividade constante? Quais atributos seriam responsáveis pelo pertencimento à categoria de idoso? Que tipo de idoso tem ganhado visibilidade na mídia? Quais são os novos modelos de terceira idade?

Ao que parece, apesar da heterogeneidade constitutiva da categoria de idoso, suas recentes representações na mídia aproximam-se pela criação de um imaginário ligado à atividade constante e à exclusão da passividade e tranquilidade. Além disso, "a velhice é transformada em uma responsabilidade individual" (DEBERT, 1997: 125), de modo que a gestão da velhice e a associação desse período da vida à liberdade passam a ser um modelo de idoso bem-sucedido, que surge imperioso, quase como uma convocação, passível de rejeição para aqueles que não se adequam a esse *ethos*, muito de acordo com a sociedade contemporânea, na "era da felicidade compulsiva e compulsória" (FREIRE FILHO, 2010: 17), em que cada sujeito deve assumir responsabilidade pela sua felicidade, entendida como construção unilateral do indivíduo.

Essa é a hipótese que nos impulsiona a analisar o tratamento do tema pela mídia em quatro objetos, sendo dois da TV aberta, um exibido na TV por assinatura e o último um documentário exibido em cinemas: (I) série de reportagens especiais sobre o envelhecimento no *Jornal Nacional* (TV Globo, 2017); (II) reportagem exibida no programa *Mais Você* (TV Globo, 2016); série documental *Muitos anos de vida* (Alberto Renault, GNT, 2016) e documentário *Envelhescência* (Gabriel Martinez, 2015).

Nesse ponto, não podemos deixar de considerar cada obra audiovisual como uma construção que traz em si o olhar do diretor, a sua intenção. É preciso ter em vista que há escolhas na forma como se selecionam os entrevistados/personagens, nas perguntas efetuadas, enfim, as condições de produção de cada reportagem ou de cada documentário são definidoras para o seu resultado. Não conhecendo as condições de produção e o processo de escolha das personagens, trabalhamos aqui apenas com a materialidade discursiva – isto é, os audiovisuais propriamente ditos.

Sabemos que, mesmo com a intenção de mostrar algo, não há uma fidedignidade absoluta, o diretor sempre efetua seu recorte no mundo histórico, a partir do seu olhar e suas referências de mundo. Trata-se, dessa forma, sempre de uma interpretação, de uma forma de contar, entre tantas possíveis.

> Tanto o documentário quanto o telejornalismo, a grande reportagem ou, para resumir, o filme de não ficção de maneira geral, jamais podem ser considerados portadores de "objetividade" e, muito menos, de "verdade". Todos são construtos, artefatos fabricados pelas mãos e pelos olhos daqueles que empunharam o instrumento de registro chamado "câmera cinematográfica" ou "videográfica". (FREIRE; SOARES, 2013: 78)

Com essa noção de construto que norteia as produções, passamos a analisar cada uma delas. É interessante registrar que nosso *corpus* pautou-se não pela diversidade de canais e grupos de comunicação, já que os três primeiros fazem parte do Grupo Globo (o canal por assinatura GNT faz parte da rede Globosat), mas por um recorte intencional a partir da confluência de temáticas e forte recorrência de certo tipo de discurso acerca do envelhecimento na mídia.

Justificado pela mudança acelerada do perfil da sociedade brasileira e pela maior visibilidade do tema, esse discurso midiático sobre o envelhecimento contribui para a constituição da "terceira idade" como importante público consumidor e, sobretudo, parece estar bastante associado a um determinado *ethos* da contemporaneidade, marcado pela valorização da juventude e da obrigação da felicidade. A partir dessa hipótese, passamos então a descrever os temas e recursos trabalhados nos audiovisuais, apontando, em cada um, pontos que nos chamam atenção acerca dos discursos circulantes sobre os idosos.

Envelhecimento no *Jornal Nacional*

Na primeira semana de janeiro de 2017, o *Jornal Nacional* exibiu uma série de quatro reportagens especiais (JORNAL NACIONAL, 2017) conduzidas pelo repórter César Menezes, com duração de sete a oito minutos, acerca das mudanças sociais com o envelhecimento. Ilustradas com gráficos, dados comparativos e consulta a especialistas, o mote era a necessidade de se preparar para essa fase a fim de vivê-la bem.

Na primeira delas, intitulada "Brasil envelhece e é preciso se preparar cada vez mais cedo", procurou-se apresentar o cenário geral, mostrando a situação etária da população, ao mesmo tempo que enfatizava a velocidade do crescimento da população idosa no Brasil em paralelo com o problema de envelhecer em um país (ainda) com muita pobreza. Em entrevista, Jorge Félix, professor de Economia da Longevidade da Universidade de São Paulo (USP), explicou que enquanto a França levou 145 anos para dobrar a população de idosos (1850: 10%; 1995: 20%, segundo a OMS), no Brasil, isso vai acontecer em apenas 25 anos, ou seja, parte-se de 10% da população em 2010 para atingir 20% de maiores de sessenta anos em 2035, conforme a previsão.

A sociabilidade entre gerações distantes (crianças e idosos) também foi exibida como possibilidade de enfrentar esse cenário. Ainda nessa primeira reportagem, o repórter submeteu-se a uma simulação da redução da mobilidade consequente da idade avançada, utilizando caneleiras, óculos embaçados, entre outros apetrechos que buscavam sensibilizar sobre a dificuldade de andar nas grandes cidades.

A segurança, aliás, foi o tema da segunda matéria, na qual se abordava especificamente a necessidade de adaptação das casas para atender às necessidades do idoso, como a importância de luz noturna, objetos e móveis adequados, fazendo analogia à mudança que se dá quando vai receber um bebê em casa. A reportagem trouxe o exemplo da cidade de Veranópolis (RS), na Serra Gaúcha. Com 24 mil habitantes, ela foi considerada uma das três cidades com maior expectativa do mundo, destacando-se a grande quantidade de atividades disponíveis para que ninguém precise ficar em casa e, assim, haja maior interação e sociabilidade, fatores considerados segredos de uma velhice bem-sucedida.

O desafio de manter os idosos no mercado de trabalho foi o tema da terceira exibição, que trouxe uma comparação entre o Brasil e o Japão, com a participação do correspondente Márcio Gomes. Em um contexto geral marcado pelo intenso debate acerca da Reforma da Previdência no Brasil, com um projeto bastante polêmico que tem sido alvo de manifestações e protestos pelo país afora, a matéria enfatizou o desgaste dos cofres públicos com a idade média de aposentadoria, enfocou a importância do trabalho e apresentou indicadores do impacto do envelhecimento no orçamento das famílias brasileiras, que demonstraram que 71% dos aposentados dependem dessa renda para sustento familiar. Alexandre Kalache, presidente do Centro de Longevidade Brasil, como especialista, defendeu maior convivência entre jovens e idosos no ambiente de trabalho, incentivando a necessidade de criar condições para "esticar a carreira, se o idoso quiser", fazendo com que a experiência não seja "desperdiçada numa aposentadoria precoce" (JORNAL NACIONAL, 2017). No mesmo sentido, Márcio Gomes trouxe alguns exemplos do Japão, onde a população com mais de 60 anos corresponde a 33%. Segundo ele, numa cultura que incentiva a eficiência e o trabalho, o idoso, em geral, rejeita a aposentadoria, atitude estimulada pelo governo. Assim, empresas que contratam idosos recebem subsídios no primeiro ano, jornada facilitada, menos horas por dia ou menos dias de trabalho por mês, o que, segundo a reportagem, "ajuda o idoso a se manter ativo e saudável" (JORNAL NACIONAL, 2017).

Finalmente, a quarta (e última) reportagem tratou das mudanças da imagem da população idosa, em que merece destaque uma ilustrativa declaração de Lilian Morillo, médica geriatra do Hospital Sírio Libanês de São Paulo, entrevistada na matéria acerca do imaginário da velhice:

> Pega as histórias dos contos de fada. Quem é a bruxa? Como é a bruxa? Velha. Queixo grande, nariz comprido, mais verruga, aquela mão de artrose. Então a figura da bruxa é a figura da velha. Então, eu acho que a sociedade não gosta fisicamente da velhice. A velhice é a coisa mais parecida com a morte que a gente tem. Acho que é a grande dificuldade da gente de entender que as coisas são finitas. Que a gente vai acabar um dia. (JORNAL NACIONAL, 2017)[3]

[3] Transcrição de trecho da quarta reportagem: "Imagem da população idosa passa por mudanças" (8 min). Exibida em 5 jan. 2017. Disponível em: <https://goo.gl/gfvvFF>. Acesso em: 10 jan. 2017.

Nesse ponto, a rejeição à velhice aponta para um aspecto característico da contemporaneidade: a sua negação. Conforme Debert (2012) e Barros (2006) indicam, a partir das pesquisas de campo realizadas, velho é sempre o outro. Seja qual for a idade, os idosos não se definem como velhos. Exemplar nesse sentido é a situação de muitos deles não aceitarem ficar na fila de idosos ou sentar nos assentos a ele destinados nos transportes públicos, como se rejeitassem o papel de velho, o que pode ser explicado pela recorrência a estereótipos ligados a essa etapa da vida.

Sendo assim, se "velho" é um termo pejorativo, carregado de estereótipos negativos, que faz com que eles neguem a identificação, "jovem" surge como sua atração irresistível, socialmente valorizada. Além disso, traz a ideia de adiamento do fim, ou seja, da morte, e de aproximação com liberdade e alegria, de acordo com o *ethos* da felicidade tão divulgado nos dias atuais (FREIRE FILHO, 2010). Com isso, poderíamos nos arriscar a supor que o pertencimento do idoso parece estar ligado à juventude: tornar-se velho hoje é aproximar-se do estilo jovem de ser. Entre as forças que fazem parte do processo de identificação da terceira idade, parece estar se fortalecendo a negação dos limites corporais e psíquicos, ao tempo em que o recolhimento é desvalorizado.

> A velhice, como estigma, não está necessariamente ligada à idade cronológica. Os traços estigmatizadores da velhice evidenciados na literatura analisada ligam-se a valores e conceitos depreciativos: a feiúra, a doença, a desesperança, a solidão, o fim da vida, a morte, a tristeza, a inatividade, a pobreza, a falta de consciência de si e do mundo. (BARROS, 2006:139)

Por essa razão, velho não se torna uma categoria de auto-identificação: "o velho é sempre um outro e a velhice um drama de todos em qualquer idade, porque todos ficarão velhos um dia" (DEBERT, 2012: 229). Se o idoso não se identifica como velho, não se sente pertencendo à velhice, temos então a construção da sua identidade a partir da negação – da diferença, outridade – da idade avançada. Chegamos, assim, à busca da juventude, exacerbadamente valorizada na cultura brasileira, em oposição à velhice.

De volta à série de reportagens, embora mostre que estereótipos pejorativos associados à velhice façam parte da construção social, a última matéria finalizou com um tom de aconselhamento, ao sugerir os "quatro capitais para envelhecer bem" (Figura 1), para garantir melhor qualidade de vida após os 60 anos: saúde, conhecimento, dinheiro e amigos.

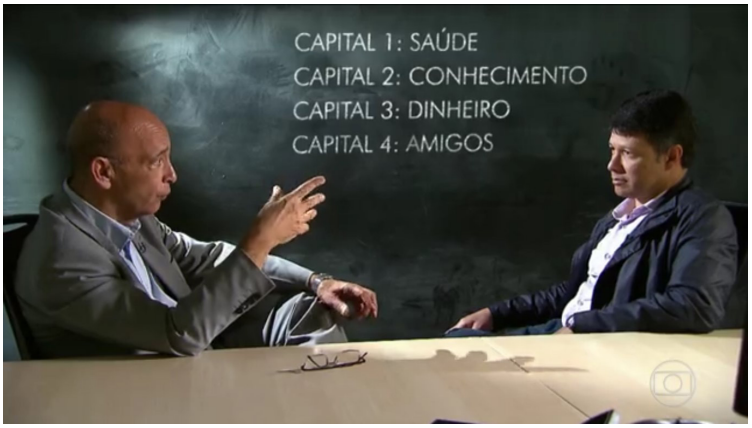


Figura 1: Capitais para envelhecer bem: Alexandre Kalache, presidente do Centro de Longevidade Brasil, em entrevista ao repórter César Menezes (JORNAL NACIONAL, 2017)

Entre os capitais, o exercício físico segue como grande indicação para a manutenção da saúde. Em segundo lugar, a busca contínua do conhecimento, ressaltando-se a dificuldade com a tecnologia que, segundo a matéria, não pode ser pretexto para a acomodação, pois é preciso interagir com nosso tempo e as novidades. A situação financeira é outro ponto importante. É preciso poupar cedo para garantir uma velhice com certa folga de dinheiro, muito embora tenha sido ressaltada a dificuldade para poupar dinheiro no nosso país. Finalmente, a relevância das amizades. Conforme a matéria, é uma característica masculina o grande investimento no trabalho, em detrimento do investimento na interação social, o que resulta em solidão maior entre os homens do que entre as mulheres na terceira idade. Apesar da generalidade das conclusões, e da nossa ressalva de que sempre temos que ter em vista os maiores de 60 anos como um grupo bastante heterogêneo, percebemos aqui, especialmente nessa última parte da reportagem, a retomada da ideia da "reprivatização da velhice [...] que envolve sua transformação em uma responsabilidade individual". (DEBERT, 1997: 127).

Como se percebe, com muitos recursos gráficos para ilustrar indicadores demográficos e econômicos, a série de reportagens partiu da urgência do tratamento do tema do crescimento do envelhecimento no país, abordou a necessidade de interações entre as gerações novas e mais velhas, tratou da necessidade de segurança nas casas, buscou empatia com o público, com um tratamento respeitoso e aparentemente de cunho informativo. No entanto, com um tom de elogio ao trabalho na terceira idade como forma de se manter ativo, saudável e longevo, parece colocar-se a favor da Reforma da Previdência em um momento em que esse debate ocupa as manchetes[4]. Ainda em conformidade com a ideia de envelhecimento saudável e gestão de si, apresenta-se quatro capitais que devem ser administrados com eficácia a fim de garantir uma boa velhice.

Os depoimentos de especialistas, entre os quais está Alexandre Kalache, reiteradamente tentam transmitir mais respaldo ao que é dito e mostrado. Como analisa Giddens (2002), os especialistas têm como missão fornecer continuamente informações para o aperfeiçoamento sucessivo do indivíduo, alimentado também pela sua constante reflexividade. Eles "são parte integrante da cultura terapêutica do narcisismo. Surgiu um novo paternalismo em que os especialistas de todos os tipos oficiam para as necessidades da população leiga" (GIDDENS, 2002: 160-1). Nesse sentido, Debert (2006) indica que o discurso científico contribui para transformar a velhice em especialidade, ao tempo que alerta para o caráter de verdade e de força que ele faz circular: "O saber científico não é um saber exclusivamente técnico, mas um saber que produz fatos normativos. As qualificações e desqualificações que ele opera acabam tendo o estatuto de um direito e de uma definição de normas" (DEBERT, 2006: 66). No panorama analisado, três dos quatro produtos audiovisuais recorrem aos especialistas.

[4] A Proposta de Emenda Constitucional da Reforma da Previdência (PEC 287/2016), enviada ao Congresso Nacional pelo presidente Michel Temer, revelou-se bastante pretensiosa. A justificativa do governo aponta para a mudança na pirâmide etária, resultando no maior envelhecimento da população e no aumento do déficit da previdência. Diante das reações dos grupos da sociedade civil contra o aumento da idade para a aposentadoria, entre outras questões polêmicas, o presidente fez concessões, mas a insatisfação continuou bastante elevada. Tratando-se de um governo impopular e carente de legitimidade, envolto em escândalos deploráveis, as possibilidades de aprovação vão se reduzindo cada vez mais.

Mais você e a transição demográfica

Já no campo do entretenimento, o programa *Mais Você*, capitaneado por Ana Maria Braga, que vai ao ar nas manhãs da programação da TV Globo e é focado em estilo de vida, traz reportagens sobre gestão de si, casa, decoração, bastidores da televisão, além de entrevistas com artistas, entre outros temas. Originalmente dirigido para mulheres, principalmente donas de casa, o ponto forte do programa é a culinária, com a apresentadora demonstrando e provando receitas, característica que a notabilizou muito antes do *boom* dos programas voltados a *chefs* e culinária em geral.

O programa do dia 25 de abril de 2016 mostrou uma reportagem sobre a maior convivência entre gerações. Logo no início, a transição demográfica foi anunciada pela apresentadora como "esse fenômeno de ter mais pessoas vivendo mais com mais idade" (PROGRAMA MAIS VOCÊ, 2016). Em seguida, entrava a matéria com imagens de distintas gerações em convivência, pessoas caminhando em grandes cidades, idosos em meio aos jovens etc. Tudo em câmera lenta. Com uma linguagem coloquial, percebe-se claramente a intenção de esclarecer a questão para o grande público, trazendo também números e gráficos simplificados (Figura 2).

Figura 2: Números ressaltam o crescimento da população idosa em 2014 (PROGRAMA MAIS VOCÊ, 2016)

Já no início da matéria, ouvimos o seguinte texto pela locução em *off*, enquanto imagens em câmera lenta mostram ruas de uma grande cidade em que pessoas se movimentam.

> Estamos vivendo uma época especial. Será que você já conseguiu reparar? Então faça o teste. Vá para um lugar movimentado. Perceba como os jovens que antes eram maioria, agora estão mais misturados aos adultos e aos idosos, que *aliás estão cada vez menos idosos.* Olha aí como estão ativos, produtivos... eles se rejuvenesceram e se multiplicaram. Olha aí mesmo na sua casa. Nunca convivemos tanto com gerações tão diferentes como hoje. Esse movimento tem até nome: transição demográfica. (PROGRAMA MAIS VOCÊ, 2016)[5]

[5] Transcrição de trecho do Programa Mais Você (Globo, 2016), exibido em 25 de abril de 2016. Disponível em: <https://goo.gl/8kYhGV>. Acesso em: 22 jun. 2017.

De fato, o estreitamento da base da pirâmide etária na população está ligado a dois fatores principais: a diminuição dos níveis de fecundidade e a maior longevidade, devido à redução dos níveis de mortalidade, como explica o estudo *Mudança Demográfica no Brasil no início do século XXI* do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), citado por Borges, Campos e Castro e Silva:

> O processo de transição demográfica ou transição vital é uma das principais transformações pelas quais vem passando a sociedade moderna. Ele caracteriza-se pela passagem de um regime com altas taxas de mortalidade e fecundidade/natalidade para outro regime, em que ambas as taxas situam-se em níveis relativamente mais baixos. (BORGES; CAMPOS; CASTRO E SILVA, 2015: s/p)

O programa se destaca ao trazer a noção de transição demográfica para o debate, mas também acaba derrapando ao afirmar que os idosos "estão cada vez menos idosos", colaborando para manter a noção de que "velho é o outro". O rejuvenescimento e a atividade são valorizados no mesmo direcionamento de que a juventude deve ser um valor conquistado independente da idade, conforme Debert (2012). Com mais de 60 anos, a própria apresentadora Ana Maria Braga se declara jovem e ativa, e pode ser considerada a própria materialização desse discurso da obrigatoriedade do rejuvenescimento. No entanto, não se pode esquecer que:

> Ao louvar as pessoas saudáveis e bem-sucedidas que aderiram aos estilos de vida e à parafernália de técnicas de manutenção corporal sugeridas pelos gerontólogos e amplamente veiculadas pela mídia, assistimos à emergência de novos estereótipos. Se um indivíduo não é ativo, não está envolvido em programas de rejuvenescimento, atinge a velhice no isolamento e na doença, a culpa é exclusivamente dele. (DEBERT, 1997: 127)

Apesar desse modelo um tanto restritivo da velhice, que incita atividade e juventude, percebe-se no programa um olhar positivo sobre a maior convivência das gerações, enfocando vantagens para os mais novos – para quem a experiência dos idosos e sua sabedoria significam um estímulo à maior interação –, bem como para os mais velhos – que podem se atualizar com os jovens, ao passo em que desfrutam de mais liberdade.

A matéria também trazia a opinião de Mirian Goldenberg, especialista na questão do envelhecimento, cujo testemunho procurava transmitir legitimidade e distinção, fortalecendo o discurso circulante de liberdade e atividade associado às novas formas de viver a velhice na contemporaneidade. Segundo ela,

> o que era antes um muro virou uma ponte, uma conversa. E o que acho mais importante é que está mudando as representações negativas sobre as pessoas mais velhas. As próprias pessoas mais velhas estão mostrando: sim, nós podemos ir à praia de biquíni… podemos dançar, namorar, dar beijo na boca, *nós podemos tudo e muito mais*, então tudo que era proibido, cercado de tabus e preconceitos, está caindo, porque os mais velhos que viveram os anos 60 e os anos 70 não vão permitir que essas rotulações vigorem hoje. (PROGRAMA MAIS VOCÊ, 2016)[6]

[6] Transcrição de trecho do Programa Mais Você (Globo, 2016), exibido em 25 de abril de 2016. Disponível em: <https://goo.gl/8kYhGV>. Acesso em: 22 jun. 2017.

A possibilidade de fazer "tudo e muito mais" novamente derruba os limites entre idades, valorizando a atividade e a vontade do indivíduo, como se não houvesse barreiras físicas no que diz respeito à mobilidade e ao próprio desenvolvimento corporal, e como se quem não desejasse "fazer tudo e muito mais" fosse excluído da categoria de idoso. No nosso entender, não se trata de erigir barreiras e rotulações, pelo contrário, o movimento tem seu mérito ao ser libertador e flexibilizador, desde que não acarrete a criação de novos estereótipos, como alerta Debert (1997) anteriormente citado e como, aliás, tem acontecido por meio dos modelos da velhice ativa e saudável, consubstanciada na expressão "melhor idade".

Seis idosos em um documentário: *Envelhescência*

Observando as produções acerca do discurso do envelhecer, também nos chamaram a atenção dois audiovisuais recentes com teor documental: o documentário *Envelhescência* (Gabriel Martinez, 2015) e a série *Muitos anos de vida* (Alberto Renault, GNT, 2016). Nesses objetos, especificamente, adensamos nosso olhar também para questões de gênero, buscando perceber como se dá a abordagem da mulher idosa, pois:

> Se gênero é relacional e performático, gênero e idade são cruciais para entendermos certas categorias sociais como a velhice, particularmente a situação da mulher idosa. Pensar na relação entre gênero e envelhecimento é se defrontar com duas formas distintas de conceber a experiência feminina e o avanço da idade. (DEBERT, 1994: 33)

Envelhescência (2015)[7] apresenta "Seis histórias de vida que inspiram uma nova leitura sobre a terceira idade". Com direção de Gabriel Martinez e 84 minutos de duração, o documentário foi lançado no Centro Cultural Banco do Brasil de São Paulo em junho de 2015[8] e exibido em cinemas. O trailer, disponível no *site* do projeto, teve grande repercussão nas redes sociais na época do seu lançamento, com mais de 200 mil visualizações no Facebook[9].

Figura 3: Imagem de lançamento do documentário Envelhescência (ENVELHESCÊNCIA, 2015)

Em contraste com a sisudez do homem do cartaz de lançamento do documentário (Figura 3), esse audiovisual apresenta o descontraído cotidiano de idosos cujas atividades impressionam. Apesar da avançada idade, eles pulam de paraquedas, surfam, lutam, enfim, desempenham atividades intensas, muitas vezes associadas à aventura e coragem dos jovens. Pode-se dizer, assim, que se trata de um encorajamento à aventura, vivência de novas descobertas e despojamento dos medos.

Entre as seis personagens apresentadas, duas são mulheres: Edmea e Judith. Edmea (67 anos) declara que começou a surfar aos 58 anos. Para ela, a velhice não está associada à idade, mas sim à atitude: "Só envelhece se quiser, porque a cabeça da gente é quem manda, né?". Tal declaração, muito de acordo com o discurso midiático, direciona ao indivíduo a responsabilidade total pelo seu bem-estar e disposição, desprezando as naturais limitações corporais que advêm da idade avançada e de acordo com a noção de "reprivatização da velhice" (DEBERT, 1997).

Já Judith (84 anos) impressiona pelo visual, com diversas tatuagens espalhadas pelo corpo, a primeira das quais foi feita aos 72 anos, como ela declara. "As pessoas perguntam: por que que ninguém te critica? Eu falo: porque meu sorriso vem na frente." Com foco excessivo na questão da alegria, o sujeito relaciona a felicidade à juventude ao declarar de forma contundente: "Põe alegria na sua cara que você fica nova". Freire Filho (2010) aponta que, segundo esse discurso em voga na contemporaneidade, a felicidade exigiria dedicação, condicionamento mental e gestão emocional, sendo uma construção unilateral do indivíduo, que precisa se esforçar para romper com a "vitimologia" e assumir o papel de único responsável por sua própria felicidade.

[7] O termo faz alusão à adolescência, significando uma fase de preparação para a entrada na velhice, e sua criação é atribuída ao escritor Mario Prata, em crônica disponível no portal Viva 50: "A envelhescência nada mais é que uma preparação para entrar na velhice, assim com a adolescência é uma preparação para a maturidade. Engana-se quem acha que o homem maduro fica velho de repente, assim da noite para o dia. Não. Antes, a envelhescência." Disponível em: <https://goo.gl/VXPzDi>. Acesso em: 2 maio 2016.

[8] Houve também bate-papo com o diretor após uma das sessões.

[9] Conforme divulgado em sites, como o portal "Aproveitando a terceira idade". Disponível em: <https://goo.gl/2SEQhu>. Acesso em: 2 maio 2016.

Buscando trazer "um novo olhar sobre viver o envelhecimento", a produção questiona limites da velhice e também apresenta a opinião de especialistas sobre o tema, entre eles Mario Sergio Cortella, que propõe "que a velhice seja vibrante e não só brilhante, não só radiante", e também Mirian Goldenberg, já citada nos comentários prévios sobre a abordagem do tema no programa *Mais Você*. Segundo ela, os idosos estão vivendo um momento de libertação, no qual podem reinventar a própria vida e "não aceitam o imperativo 'sejam velhos'". Assim, o dever da felicidade surge interligado à ideia de se reconstruir e aproveitar a vida como jovens – sem limites, com ousadia e destemor.

50, 60, 70, 80, 90: *Muitos anos de vida*

Finalmente, a série documental *Muitos anos de vida* foi exibida no canal a cabo GNT entre março e abril de 2016[10] e atualmente está disponível na plataforma GNT Play[11]. Dirigida por Alberto Renault, conta com cinco episódios de 22 minutos de duração, em que as narrativas e seus respectivos personagens são reunidos pela faixa etária. Assim, o primeiro episódio aborda os 50 anos; o segundo, os 60; e assim por diante.

> Estamos durando mais, muito mais. Cada vez mais velhos habitarão o planeta. Como atravessar as idades e aprender a envelhecer? Como envelhecer? Infinitas questões permeiam o assunto idade: a durabilidade das relações amorosas; as conquistas profissionais; a independência; a aparência, o corpo, a morte. O diretor Alberto Renault entrevistou 30 pessoas das mais variadas origens e classes sociais, e mostra esses encontros em episódios dedicados aos 90, 80, 70, 60 e 50 anos de vida. […] Cada episódio dedicado a uma faixa etária. Cada episódio uma década de muitos anos de vida. (MUITOS ANOS DE VIDA, 2016)[12]

Após assistir aos cinco episódios, verificamos que o formato muito se assemelha ao do documentário anterior, embora não haja falas de especialistas, mas tão somente dos idosos. São personagens da vida real que mostram o que fazem, seu cotidiano e formas de viver a velhice. Em cada episódio, seis pessoas contam um pouco sobre sua vida, e surge também um breve resumo da sua história de vida, em *lettering*, mostrando o que torna aquela narrativa interessante – a superação após a viuvez, a descoberta de novas vocações e/ou hobbies, a obtenção de mais qualidade de vida após grandes mudanças, a vitória em esportes etc. Destaca-se, também, o fato de o primeiro episódio abordar os 50 anos, faixa etária que não é considerada idosa.

Nesse ponto, *é de se destacar que a maioria dos homens traz como destaque da sua trajetória a boa forma física a partir da prática contínua de algum tipo de esporte, entre os quais o* surfe (2 ocorrências), a ginástica (2), o atletismo, o skate e o iatismo. Esse é um aspecto inclusive destacado na peça de divulgação da série, na qual se vê dois homens: um que faz ginástica em barras, esbanjando força e equilíbrio, e o outro mostrando um invejável abdome, popularmente conhecido como "tanquinho", apesar dos seus 69 anos.

Figura 4: Imagem de divulgação da série Muitos anos de vida (MUITOS ANOS DE VIDA, 2016)

[10] A série foi exibida no canal GNT nos seguintes dias: primeiro episódio em 9 de março; segundo episódio em 16 de março; terceiro episódio em 23 de março; quarto episódio em 30 de março e quinto episódio em 6 de abril de 2016.

[11] Plataforma disponível em: <https://goo.gl/iuvoDi>. Acesso em: 2 maio 2016.

[12] Transcrição de trecho da chamada comercial de *Muitos anos de vida*. GNT. <https://goo.gl/3b8aid>. Acesso em: 22 jun. 2017.

Considerando a quantidade total de pessoas entrevistadas e mostradas nos cinco episódios da série, embora haja uma quantidade de mulheres (16) um pouco maior que de homens (14), o que é notável é que oito deles, isto é, 57% dos homens da série, referem-se com orgulho ao esporte, e não há nenhuma faixa etária em que o esporte não tenha destaque.

	Homens	Homens no esporte	Mulheres	Mulheres no esporte
Episódio 1 - 50 anos	03	02	03	-
Episódio 2 - 60 anos	04	03	02	-
Episódio 3 - 70 anos	02	01	04	-
Episódio 4 - 80 anos	03	01	03	02
Episódio 5 - 90 anos	02	01	04	01
TOTAL	**14**	**08 (57%)**	**16**	**03 (18%)**

Tabela 1: Quantidade de homens e mulheres nos episódios da série Muitos anos de vida e sua relação com o esporte.

Entre as mulheres, o esporte não chega a ocupar lugar de grande relevância. Apesar de algumas delas praticarem atividades esportivas, havendo inclusive medalhista mundial de natação e uma bailarina, tal vigor não constitui o eixo de grande número das narrativas, como ocorre nas histórias masculinas. Aqui o esporte está relacionado a apenas 18% das narrativas femininas, o que é revelador sobre o quanto homens e mulheres vivem a velhice de forma diferente.[13]

[13] A partir do trailer do documentário *Envelhescência* (Gabriel Martinez, 2015), também vemos que o esporte é tido como chave de sucesso e de qualidade de vida na velhice para, pelo menos, três dos seis homens, que praticam corrida e karatê e saltam de paraquedas. Aqui as mulheres também são mais aventureiras – uma delas é surfista, a outra anda de moto.

De fato, Debert (2012), após pesquisa de campo com idosos, também registra distintas formas como homens e mulheres se relacionam com a velhice. Enquanto as mulheres veem nessa fase a possibilidade de maior liberdade, ao criar as próprias regras e ter mais independência, os homens se situam em posição diametralmente oposta, encarando com mais pessimismo a experiência do envelhecimento. Longe de buscar generalizações, a pesquisa dela indica pistas de modos diferentes de encarar a velhice a partir da mudança de papéis. Os homens entrevistados pela autora fazem referências melancólicas à velhice do passado, quando os pais e avôs eram respeitados. Já as mulheres tendem a perceber na velhice saudável um novo momento de descobertas e emancipação, principalmente para aquelas que foram criadas sem perspectivas de estudos e carreira, e se dedicaram ao casamento, filhos e tarefas do lar, ficando restritas a uma vida com papéis claramente definidos:

> no mundo contemporâneo, a conquista da liberdade feminina é, para elas, um fato irreversível e redefine o que é envelhecer. Pela primeira vez é aberto um espaço para as mulheres de mais idade criarem novas regras e estilos de vida. (DEBERT, 2012: 185)

Na série *Muitos anos de vida*, parece haver uma brecha maior quanto à obrigação de juventude e atividade constante, vista com mais evidência nos três objetos anteriores. Entre as mulheres, sobretudo, destacam-se histórias de transformação em busca de qualidade de vida e paz interior, com certo orgulho de viver produtiva e independentemente. Elas reclamam das limitações do corpo (principalmente joelho, vista, menopausa), mas se declaram realizadas. Uma hipótese possível para isso pode estar na maior flexibilidade em aceitarem suas limitações, ignorando os padrões de beleza tão rígidos com a mulher.

Para Pierre Bourdieu (2010), a gestão do corpo feminino não deixa de ser uma evidência da dominação masculina, que constitui as mulheres como objetos simbólicos e as mantêm sempre em dependência, já que o corpo das mulheres seria um "corpo-para-o-outro". Mais recentemente, Goldenberg (2015: 58) identifica na busca do corpo perfeito "uma das mais cruéis fontes de frustração feminina do nosso tempo" e "um retrocesso no processo de emancipação feminina".

Ao conferir mais importância a aspectos interiores que externos, a terceira idade para a mulher parece estar associada a um abandono da obsessão com a aparência em troca de mais preocupação com o bem-estar psíquico e os afetos. Uma das depoentes, logo no primeiro episódio, informa que deixou de pintar os cabelos brancos e por isso é questionada se é a mais velha das irmãs, quando na verdade é a caçula. Outra reclama de certa invisibilidade da mulher no Brasil a partir de certa idade, diferente do que acontece quando viaja para a Europa, local onde é paquerada. Revelador desse *ethos* mais liberto é um trecho do depoimento de Aurélia (75 anos) que declara: "Eu não quero saber de espelho, eu quero saber de estar bem comigo mesma".

No mesmo sentido, a partir de grupos de discussão, essa tendência também foi constatada entre as mulheres por Goldenberg (2015: 41): "[elas] percebem o envelhecimento como uma descoberta, altamente valorizada, de um 'eu' que estava encoberto ou subjugado pelas obrigações sociais, especialmente pelo investimento feito no papel de esposa e mãe". *É o que fica claro também a partir do* revelador depoimento de Iracema Genecco, 64 anos, no segundo episódio da série:

> Quando eu cheguei aos 60, eu só preciso desfrutar dos meus 60. Não tenho mais que correr atrás de trabalho, não tenho mais que… a minha família tá criada, eu consigo me resolver sozinha… então ficou perfeito. Eu consegui a tranquilidade de ser eu mesma depois dos 60. (MUITOS ANOS DE VIDA, 2016)[14]

[14] Transcrição de trecho da chamada comercial de *Muitos anos de vida*. GNT. <https://goo.gl/3b8aid>. Acesso em: 22 jun. 2017.

A liberdade e a realização para as mulheres, ilustradas nesse último audiovisual, parecem diferentes do bem-estar dos homens. Esses também se reinventam, mas para eles o esporte parece ser um eixo definidor da sua forma de viver a velhice, o que fica claro até mesmo pelo próprio material de divulgação da série, com abdomes trabalhados e força física valorizada.

Comparando o documentário *Envelhescência* (2015) e a série documental *Muitos anos de vida* (2016), vemos que o primeiro traz seis histórias, o segundo, trinta – seis histórias a cada episódio. É importante ressaltar que, em geral, eles são assistidos por um público que já sabe um pouco o que esperar a partir do tema e da publicidade a que ficou exposto, diferentemente de programas como *Jornal Nacional* e *Mais Você*, nos quais a gama de assuntos é mais variada, e o público precisa ser introduzido a certos temas, com os quais muitas vezes não tem familiaridade. Feita essa ressalva, vemos em comum nos documentários o questionamento de limites e a subversão da imagem de recolhimento e de apagamento associadas à velhice.

Embora não se possam fazer generalizações, o que percebemos é que, ao contrário dos homens, a grande conquista presente nas narrativas femininas da série documental *Muitos anos de vida* está associada à ideia de reinventar-se, aproveitar a vida e redescobrir-se, ou seja, o foco é no seu desenvolvimento interior e ganha força a recorrência à reflexividade (GIDDENS, 2002). Os homens, todavia, mostram-se mais dependentes da força física e vigor como sinais exteriores de sucesso e bem-estar na velhice. Em comum, no entanto, surge a importância da atitude positiva como receita de viver bem a nova fase.

Considerações finais

A partir da aproximação com quatro produções audiovisuais, sendo três televisivas e uma voltada para cinema (*Envelhescência*), verificamos que a heterogeneidade constitutiva da categoria "velhice" parece não corresponder a uma maior diversidade de discursos acerca do envelhecimento.

Nas produções da TV Globo – série de reportagens do *Jornal Nacional* e matéria do *Programa Mais Você* – apesar do estilo diferente característico de cada

programa, há uma profusão de semelhanças na abordagem do tema. Em ambos, há muitos gráficos ilustrativos, reforçando o crescimento do topo da pirâmide etária, muitas imagens de gerações em convivência amigável, um recurso comum de contextualização e introdução ao tema. Mas, sobretudo, a velhice ativa e feliz é erigida a mandamento, cabendo a cada indivíduo a responsabilidade pela sua condução. No *Jornal Nacional*, em um quadro de debate sobre reforma da Previdência, o tema aparece subjacente no estímulo ao trabalho nas faixas etárias mais avançadas, como caminho para a manutenção da lucidez e da independência, trazendo-se comparativamente o exemplo do Japão, país com um contexto socioeconômico e histórico-cultural totalmente diverso. *Mais Você* trata do tema com *ethos* de naturalidade, considerando comum o rejuvenescimento dos idosos, talvez como reflexo da apresentadora, que se esforça para esbanjar juventude e alegria.

Já os documentários prescindem de gráficos e explicações prévias. Destinam-se a compartilhar trajetórias bem-sucedidas de idosos que descobrem novas (e desafiadoras) experiências, pelas quais se reinventam. Por meio do esporte, os homens encontram nova motivação. Já para as mulheres, embora esse eixo também esteja presente, é mais apagado; para elas, importa sobretudo o autoconhecimento e questões mais ligadas ao equilíbrio psíquico. É revigorador perceber que, entre tantos modelos aprisionantes de felicidade obrigatória, há um pequeno indicador de flexibilidade com a beleza feminina. Aos poucos, algumas deixam de pintar cabelo para esconder os fios brancos e se preocupam menos com o espelho, como demonstra a série *Muitos anos de vida*.

Com exceção dessa série, todos os outros produtos audiovisuais trazem na sua narrativa a fala dos especialistas, que reforçam a reflexividade ao tempo em que trazem mais força e legitimidade para o discurso que associa a velhice a atributos como juventude, atividade e felicidade, como marca da contemporaneidade.

Dessa forma, movidos pelo discurso circulante de velhice ativa e feliz, os produtos midiáticos e os especialistas em envelhecimento que nele aparecem contribuem para reforçar um deslocamento da ideia de velhice bem-sucedida, mais de acordo com as lógicas capitalistas, em que a juventude é considerada valor a ser conquistado, dissociado de faixa etária, e os sujeitos precisam parecer felizes, hiperativos e sedentos por novas atividades e experiências que os transformem em outra categoria, que não a de velho. Se a velhice está sendo posta em evidência, ao que parece, a imagem que se quer (ou se precisa) mostrar é de atividade contínua e juventude, reforçando a importância da atitude positiva como receita de viver bem a nova fase conforme a noção de "reprivatização da velhice" (DEBERT, 1997), ainda que com negação da idade e do próprio processo de envelhecimento. Trata-se, assim, de uma visibilidade editada, mais semelhante à juventude e de conformidade com os valores e a lógica consumista.

Referências

AGÊNCIA BRASIL EBC. *OMS estima que número de pessoas com mais de 60 anos dobre até 2050.* 30 set. 2015. Disponível em: <https://goo.gl/4IwU91>. Acesso em: 24 out. 2015

BARROS, M. M. L. (Org.). *Velhice ou terceira idade?* Estudos antropológicos sobre identidade, memória e política. 4. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

BEAUVOIR, S. *A velhice I:* a realidade incômoda. São Paulo: Difel, 1976.

BORGES, G. M.; CAMPOS, M. B.; CASTRO E SILVA, L. G. Transição da estrutura etária no Brasil: oportunidades e desafios para a sociedade nas próximas décadas.

In: ERVATTI, L. R.; BORGES, G. M.; JARDIM, A. P. (Org.). *Mudança demográfica no Brasil no início do século XXI:* subsídios para as projeções da população. Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 2015. Disponível em: <https://goo.gl/UpU9Wr>. Acesso em: 10 maio 2016.

BOURDIEU, P. *A dominação masculina.* 7. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

CASTRO, G. G. O envelhecimento na retórica do consumo: publicidade e idadismo no Brasil e Reino Unido. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO (COMPÓS), 24., 2015, Brasília, DF. *Anais...* Brasília, DF: Universidade de Brasília, 2015.

DEBERT, G. G. Gênero e envelhecimento. *Revista Estudos Feministas*, Florianópolis, v. 2, n. 3, p. 33-51, 1994.

_____. Envelhecimento e curso da vida. *Revista Estudos Feministas*, Florianópolis, v. 5, n. 1, p. 120-128, 1997. Dossiê Gênero e Velhice.

_____. A antropologia e o estudo dos grupos e das categorias de idade. In: BARROS, M. M. L. (Org.). *Velhice ou terceira idade?* Estudos antropológicos sobre identidade, memória e política. 4. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006. p. 49-67.

_____. *A reinvenção da velhice*. São Paulo: Edusp, Fapesp, 2012.

ENVELHESCÊNCIA. Direção: Gabriel Martinez. Produção: Samarah Kojima. São Paulo: ProacSP, 2015. 1 DVD (84 min). Disponível em: <https://goo.gl/YN2zQO>. Acesso em: 2 maio 2016.

FREIRE FILHO, J. (Org.). *Ser feliz hoje*: reflexões sobre o imperativo da felicidade. Rio de Janeiro: FGV, 2010.

FREIRE, M.; SOARES, R. História e narrativas audiovisuais: de fato e de ficção. *Comunicação, Mídia e Consumo*. São Paulo, v. 10, n. 28, p. 71-86, maio/ago. 2013.

GIDDENS, A. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

GOLDENBERG, M. *Coroas*: corpo, sexualidade e envelhecimento na cultura brasileira. Rio de Janeiro: BestBolso, 2015.

JORNAL Nacional. Rio de Janeiro: Rede Globo, 2-5 jan. 2017. Programa de TV. Série de reportagens especiais sobre o envelhecimento no Brasil. Disponível em: <https://goo.gl/txABHa>. Acesso em: 10 jan. 2017.

MUITOS anos de vida. GNT Brasil. Direção: Alberto Renault. Produção: Alex Mehedff; Gualter Pupo; Luis Vidal. Brasil: Hungry Man, 2016. (22'). Disponível em: <https://goo.gl/3b8aid>. Acesso em: 2 maio 2016.

PROGRAMA Mais Você. Rio de Janeiro: Rede Globo, 25 abr. 2016. Programa de TV; Direção: J. B. Oliveira. Apresentadora: Ana Maria Braga. Disponível em: <https://goo.gl/8kYhGV>. Acesso em: 22 jun. 2017.

 DOI: 10.11606/issn.2238-7714.no.2017.131734

Relações de gênero nos estudos de recepção e consumo midiático: perspectivas de teses e dissertações em comunicação entre 2010 e 2015

Tainan Pauli Tomazetti

Doutorando em Comunicação e Informação, na linha de pesquisa Cultura e Significação, pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Mestre em Comunicação, pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e bacharel em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, também pela UFSM. Membro do grupo de pesquisa Processos Comunicacionais: Epistemologia, Midiatização, Mediações e Recepção (Processocom).
E-mail: tainanpauli@gmail.com

Paula Coruja

Mestre em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e bolsista do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Jornalista com Masters of Business Administration (MBA) em Administração e Marketing, com experiência em Assessoria de Imprensa, Produção de Conteúdo e Edição.
E-mail: paula.coruja@gmail.com

Resumo: Neste artigo, apresentamos um panorama de pesquisas de recepção e consumo midiático, a partir do recorte de relações de gênero, tendo como materiais de análise teses e dissertações desenvolvidas nos programas de pós-graduação em comunicação no período entre 2010 e 2015. Das 191 pesquisas de recepção e consumo midiático coletadas no período de nosso levantamento, apenas quinze tematizaram relações de gênero, sendo que oito são estudos de recepção e sete de consumo midiático Desse total, doze pautam suas reflexões a partir do âmbito de estudos feministas, considerando-se aquelas pesquisas que contemplam de alguma forma as lutas sociais das mulheres relativas à dominação masculina; três estudos contemplam as perspectivas *queer* e/ou das homossexualidades; e um reflete relações de gênero pelo viés das masculinidades.

Palavras-chave: Relações de gênero; Recepção; Consumo midiático.

Title: Gender relations in reception and media consumption studies: perspectives of theses and dissertations in communication between 2010 and 2015

Abstract: In this article we present an overview of reception and media consumption researches, on the basis of gender relations, taking as analytical materials the thesis and dissertations developed in communication post-graduation programs in the 2010-2015 period. From the 191 reception and media consumption researches collected during the period, only fifteen discussed gender relations, eight being reception studies and seven addressed media consumption. From this total, twelve guide their reflections from the scope of feminist studies, considering those researches that include the social struggles of women through male domination; three studies contemplate the queer and/or homosexualities perspectives; and one reflects gender relations through the masculinity perspective.

Keywords: Gender relations; Reception; Media consumption.

Introdução

Discutir relações de gênero em qualquer campo de estudo não é tarefa fácil e requer cuidadoso reparo analítico interdisciplinar. Com suas próprias divergências epistemológicas, a definição da categoria "gênero" atravessou um longo e extenuante debate sobre o distanciamento das essencialidades que compõem as identidades humanas. Elaborado e reformulado em momentos específicos da história, o conceito de gênero possui uma trajetória que remonta ao pensamento feminista, mais precisamente da década de 1970, e remete à desconstrução de um:

> [...] duplo procedimento de naturalização mediante o qual as diferenças que se atribuem a homens e mulheres são consideradas inatas, derivadas de distinções naturais, e as desigualdades entre uns e outras são percebidas como resultado dessas diferenças. (PISCITELLI, 2009: 119)

O conceito ambiciona, nesse sentido, desmistificar as universalidades que designaram masculino e feminino como exclusivos da natureza biológica dos sexos para tratá-los como produtos de relações socioculturais baseadas em estruturas de poder e dominação.

Entre essas estruturas, há na esfera cultural e política importantes instituições que fomentam e enraízam as identidades de gênero, delimitando, assim, que nossos papéis sociais devem ser orquestrados pela divisão sexual. Em via de mão dupla, os meios de comunicação possuem um *status* definidor na propagação e/ou desmistificação de construções e interpelações de gênero na esfera cultural. Por essa razão, torna-se importante refletir como os estudos em comunicação vêm pensando as problemáticas de gênero, principalmente sob o viés do consumo e da apropriação dos discursos midiáticos pelos sujeitos, de modo a propor novas esferas de pensamento social.

Nesse sentido, propomo-nos neste artigo a traçar um panorama das pesquisas de recepção e consumo midiático tendo como materiais de análise teses e dissertações desenvolvidas nos programas de pós-graduação em comunicação no período entre 2010 e 2015[1]. No que configura o recorte de gênero, nos concentramos em três esferas que contemplam as principais definições teóricas e empíricas do conceito: estudos de mulheres sob o viés feminista; estudos *queer*[2] e das homossexualidades; e estudos das masculinidades. A escolha por priorizar a questão de gênero em detrimento do recorte de sexo das pesquisas se deve, justamente, pela lacuna dessas reflexões, como já apontaram Jacks, Menezes e Piedras (2008), Jacks et al. (2014) e Escosteguy (2008).

John e Costa (2014) discutem esse impasse, assinalando que as reflexões de gênero e sexualidade nas pesquisas de recepção e consumo midiático deveriam assumir seu percurso teórico-metodológico, que indicará a necessidade desse debate em detrimento da delimitação prévia das categorias a serem pesquisadas, como classe, etnia, identidade, entre outras, apenas pelo recorte de informantes. Sendo assim, a razão dessa reflexão não se coloca na determinação do ser mulher/homem/transgênero ou, como chamou Joan Scott (1990), nos usos descritivos do gênero[3], mas em virtude da complexidade analítica do universo de pesquisa e do olhar apurado de seus pesquisadores para as interseccionalidades que conformam os sujeitos sociais.

Nos procedimentos para construirmos o *corpus* deste artigo, foram utilizadas duas estratégias. Primeiro, a partir de todos os 376 trabalhos que compõem a pesquisa de estado da arte dos estudos de recepção entre 2010 e 2015, foram selecionados aqueles que balizam as múltiplas facetas das relações de gênero: feminilidades, feminismo, masculinidades, corporalidades e sexualidades. Depois, foram selecionadas também aquelas pesquisas que indicam o uso de mulheres

[1] Este artigo parte da pesquisa de estado da arte dos estudos em recepção e consumo midiático no período entre 2010 e 2015 que está sendo realizada pelo Núcleo de Pesquisa e Recepção Midiática do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação (PPGCOM) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), coordenado pela Prof. Dra. Nilda Jacks. Sendo, por sua vez, tributário de um esforço empregado em publicações anteriores (JACKS; MENEZES; PIEDRAS, 2008; JACKS, 2014), que traçam o panorama e analisam os estudos de recepção no Brasil desde a década de 1990.

[2] Os estudos *queer* têm como premissa que o gênero é resultado de construção social, negando que existam papéis determinados pela biologia dos corpos, mas formas socialmente variáveis de identificação e vivência de gênero. Segundo Miskolci (2009: 152), "[...] os estudos *queer* surgiram do encontro entre uma corrente da filosofia e dos estudos culturais norte-americanos com o pós-estruturalismo francês, que problematizou concepções clássicas de sujeito, identidade, agência e identificação". O rompimento central dos estudos *queer* se deve à concepção da não linearidade entre gênero, sexualidade e desejo (BUTLER, 2003).

[3] Scott (1990) nos alerta criticamente para aquilo que denomina "usos descritivos do gênero", modelos analíticos que devem ser ultrapassados: (1) gênero como sinônimo de "mulheres", uso mais recorrente, surgido para politizar o termo "mulher" no âmbito acadêmico; (2) gênero como sinônimo da relação entre mulheres e homens, nesse caso, o conceito adquire caráter relacional; e (3) a noção de uma categoria social imposta sobre um corpo sexuado, ponto central da dicotomia sexo *versus* gênero. Nesse sentido, há a necessidade de extrapolar a empiria pela mera descrição dos fenômenos para avançar em uma análise da maneira como corpo, sexo e relações sociais são "generificadas" em processos históricos/discursivos e culturais.

como informantes e que estão ou não integradas de alguma forma nas esferas de gênero. Os trabalhos serão apresentados como de recepção ou de consumo midiático. A noção de consumo midiático adotada na análise (TOALDO; JACKS, 2013) deriva de uma reflexão que parte do esboço de Canclini (1993 apud TOALDO; JACKS, 2013:4) sobre consumo cultural, que, a partir de seis teorias, supera a ideia de necessidade dos bens para envolver outros fatores essenciais para entender o consumo. Assim, há diferença entre consumo midiático e recepção que parte do âmbito a ser observado, "ou seja, é um ângulo mais amplo do fenômeno observado pelos estudos de recepção, justamente porque tem o foco direcionado para a relação com os meios e não com as mensagens, para usar uma imagem simplificada do processo" (TOALDO, JACKS, 2013: 7-8).

No primeiro caso, o do consumo midiático, enfatiza-se seu entendimento como estudos da ordem da relação mais ampla com os meios de comunicação, sua presença no cotidiano pautando tempos, espaços, relações, percepções etc. No caso dos estudos de recepção, trata-se de detalhar aspectos do fenômeno midiático na dimensão de seus conteúdos, fechando o foco de observação, o que não significa dispensar uma análise do consumo midiático para adentrar nas práticas dos receptores.

Na primeira parte da análise, além de dividi-los entre recepção ou consumo midiático, os trabalhos foram classificados de acordo com a abordagem. As teses e dissertações de abordagem sociocultural são aquelas que trazem "uma visão ampla e complexa do processo de recepção dos produtos midiáticos onde são consideradas múltiplas relações sociais e culturais" (ESCOSTEGUY, 2004: 135). Já a abordagem sociodiscursiva está presente naqueles trabalhos que tratam "o discurso dos sujeitos a partir de enfoques teórico-metodológicos que se dedicam à análise dos discursos sociais, os quais emanam da mídia e dos receptores" (JACKS, 2014: 14).

Recepção, consumo midiático e relações de gênero: aspectos teóricos, empíricos e metodológicos

Das 191 pesquisas de recepção e consumo midiático coletadas no período de nosso levantamento, apenas quinze tematizaram relações de gênero, sendo oito estudos de recepção e sete de consumo midiático. Desse total, doze pautaram suas reflexões a partir do âmbito de estudos feministas, considerando-se aquelas pesquisas que contemplam de alguma forma as lutas sociais das mulheres relativas à dominação masculina; três estudos contemplam a perspectiva *queer*[4] e/ou das homossexualidades; e um reflete as relações de gênero pelo viés das masculinidades[5].

Das 15 pesquisas que analisaremos neste artigo, cinco foram desenvolvidas como doutorado (JOHN, 2014; OLIVEIRA, 2014; QUEIROZ, 2013; SCHMITZ, 2013; SIFUENTES, 2014). Além disso, como podemos notar, os trabalhos foram desenvolvidos majoritariamente em programas de pós-graduação das regiões Sul (10) e Sudeste (5).

Os autores mais referenciados nos trabalhos foram Jesús Martín-Barbero (12) e Stuart Hall (5). Entre os outros autores citados, pode-se reconhecer forte influência da perspectiva dos estudos culturais latino-americanos nas apropriações de Orozco Gómez (2) e García Canclini (1) para articulações metodológicas. Além disso, foi possível verificar que todas dedicaram um ou mais capítulos à reflexão de conceitos e temáticas das relações de gênero; no entanto, nem sempre os autores desses capítulos formaram a base teórico-metodológica das pesquisas. É possível destacar a forte apropriação das autoras norte-americanas Joan Scott (8) e Judith Butler (5), assim como das brasileiras Guacira Lopes Louro (5) e Ana Carolina Escosteguy (5).

[4] Aqui serão analisados os trabalhos que tangenciam questões relativas à orientação sexual, questões *queer* e/ou de lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais e transgêneros (LGBT).

[5] Os estudos sobre masculinidades seriam aqueles que abordam a "configuração prática em torno da posição dos homens na estrutura das relações" (CONNELL, 1995: 188), levando em conta que as questões referentes a representações e papéis de gênero são parte de construções sociais e, por isso, reconfiguradas ao longo da história.

Ano	Título	Autor	Enfoque	Abordagem
2010	*Telenovela e a identidade feminina de jovens de classe popular*	Lírian Sifuentes – UFSM	Recepção	Sociocultural
2011	*Envelhecer com* Passione: a telenovela na vida de idosas das classes populares	Laura Hastenpflug Wottrich – UFSM	Recepção	Sociocultural
2011	*Feminino velado*: a recepção da telenovela por mães e filhas das classes populares	Renata Cordova Silva – UFSM	Recepção	Sociocultural
2011	*Estudo de recepção em comunicação*: as representações do feminino no mundo do trabalho das teleoperadoras	Edilma Rodrigues Santos – USP	Consumo midiático	Sociodiscursiva
2012	*Masculinidade em anúncio(s)*: recepção publicitária e identidade de gênero	Filipe Bordinhão Santos – UFSM	Consumo midiático	Sociocultural
2013	*Sem maneiras de conquistar seu homem*: apropriações do discurso sobre a mulher na revista *TPM*	Bruna Mariano Rodrigues – Uerj	Recepção	Sociocultural
2013	*Vivendo um projeto em família*: consumo midiático, beleza feminina e o sonho juvenil de ser modelo profissional	Daniela Maria Schmitz – UFRGS	Consumo midiático	Sociocultural
2013	*Eu não quero ser a mulher saliente! Eu prefiro ser a Isabela Swan!*: apropriações das identidades femininas por crianças na recepção midiática	Marta Maria Azevedo Queiroz – Unisinos	Consumo midiático	Sociocultural
2013	*As múltiplas prisões femininas*: um estudo sobre os textos e contextos midiáticos no ambiente prisional	Helen Garcez Braun – PUCRS	Consumo midiático	Sociocultural
2014	*As relações de gênero presentes nos anúncios publicitários do sabão em pó Omo*	Ana Paula Cardoso Dorneles – Unisinos	Recepção	Sociocultural
2014	*"Todo mundo fala mal, mas todo mundo vê"*: estudo comparativo do consumo de telenovela por mulheres de diferentes classes	Lírian Sifuentes – PUCRS	Consumo midiático	Sociocultural
2014	*Mundos possíveis e telenovela*: memórias e narrativas melodramáticas de mulheres encarceradas	Valquíria Michela John – UFRGS	Recepção	Sociocultural
2014	*A construção discursiva e a recepção da homoafetividade na teledramaturgia brasileira*: consumo, representação e identidade homossexual	José Aparecido Oliveira – Umesp	Consumo midiático	Sociocultural
2015	*Mulheres na revista* TPM: análise discursiva da construção da singularidade feminina	Giovanna Lícia Rocha Triñanes Aveiro – PUCSP	Recepção	Sociodiscursiva
2015	*Vilania e homossexualidade*: o personagem Félix Khoury da telenovela *Amor à vida* nas leituras da comunidade LGBT na cidade de São Paulo	Lívia Cretaz – ESPM	Recepção	Sociocultural

Quadro 1: Estudos de gênero, recepção e consumo midiático. ESPM: Escola Superior de Propaganda e Marketing; LGBT: lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais e transgêneros; PUCRS: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul; PUCSP: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo; Uerj: Universidade do Estado do Rio de Janeiro; UFRGS: Universidade Federal do Rio Grande do Sul; UFSM: Universidade Federal de Santa Maria; Umesp: Universidade Metodista de São Paulo; Unisinos: Universidade do Vale do Rio dos Sinos; USP: Universidade de São Paulo.

Recepção e consumo midiático: estudos feministas e mulheres como sujeitos de pesquisa

Entre as doze pesquisas que focam nas relações de gênero a partir de mulheres, sete estudam a recepção e cinco, o consumo midiático. O meio mais estudado foi a televisão (JOHN, 2014; QUEIROZ, 2013; SANTOS, 2011; SIFUENTES, 2010; SILVA, 2011; WOTTRICH, 2011), sendo que há ainda pesquisas que enfatizam revistas (AVEIRO, 2015; RODRIGUES, 2013; SCHMITZ, 2013), TV e jornal (BRAUN, 2013), meios de comunicação em geral (SIFUENTES, 2014) e anúncios impressos (DORNELES, 2014).

Quanto aos gêneros estudados, é possível notar que a maioria dos estudos trata sobre telenovelas e suas relações com as identidades femininas, representando um total de cinco trabalhos. O gênero jornalístico foi analisado em dois trabalhos; o publicitário em uma pesquisa; e a mídia em variados gêneros em quatro pesquisas. Essas doze pesquisas utilizam o método qualitativo para realizar suas análises, sendo quatro delas etnografias. Em relação às técnicas, destacou-se a entrevista em suas variadas combinações com outras técnicas em onze pesquisas (cinco utilizaram exclusivamente entrevistas). Além disso, como aspecto profícuo, é possível destacar o empenho metodológico das pesquisadoras em combinar variadas técnicas para operacionalizar de modo mais efetivo o universo empírico com o qual lidam.

Como já dito, as pesquisas de telenovela e identidade feminina merecem destaque na produção de gênero do período analisado. A ênfase desses estudos remete, principalmente, às particularidades que afetam o cotidiano de diferentes mulheres como espectadoras de telenovelas. É possível apontar também que esses estudos, em suas limitações, perpassam uma lógica interseccional aliando gênero, classe social e geração (SIFUENTES, 2010; SIFUENTES, 2014; SILVA, 2011; WOTTRICH, 2011), assim como gênero e memória (JOHN, 2014).

Wottrich (2011) realiza uma etnografia para compreender as relações entre as representações da velhice veiculadas na telenovela e suas apropriações por mulheres idosas das classes populares. Tendo como objeto empírico a telenovela *Passione*, a autora acompanha seis mulheres idosas em seu cotidiano, apresentando uma análise apurada para as questões geracionais que envolvem as receptoras e seu cotidiano como espectadoras de telenovela no processo de estigmatização e representação da velhice. Os resultados da pesquisa apontam que a telenovela tem participação importante na configuração geracional das receptoras, conformando um espaço que, apesar de endossar representações dominantes da velhice, fomenta também negociações opositivas "[...] principalmente quando nos debruçamos sobre as dimensões da família, vida afetiva/sexualidade e, de forma secundária, do trabalho" (WOTTRICH, 2011: 200). Ela conclui que os marcadores de classe e gênero operam as vivências das receptoras em relação à sua condição feminina outorgada pelo sexismo e pela divisão sexual do trabalho.

Com base em estudos de recepção e culturais latino-americanos, Silva (2011) investiga como mães e filhas de classes populares articulam empiricamente categorias de gênero, classe social e geração também a partir da novela *Passione*. A autora lança mão da etnografia como estratégia metodológica para compreender de que forma as receptoras elaboram sua noção de feminino. Foram, ao todo, seis mulheres entrevistadas (três mães e três filhas) e observadas pela pesquisadora na dissertação. Por fim, em sua conclusão, Silva relata que, apesar de as telenovelas apresentarem diversas possibilidades para o feminino, o espaço doméstico ainda é retratado como essencialmente ligado às mulheres. Esse discurso é totalmente assimilado pelas mães entrevistadas e parcialmente pelas filhas. Nos resultados, a pesquisadora pontua que "[...] as mães não desfrutaram das conquistas feministas e permanecem presas ao âmbito doméstico. As filhas ainda sentem os resquícios de uma educação sexista" (SILVA, 2011: 115).

Sifuentes (2010) problematiza a correlação entre as identidades de gênero e classe social como articuladoras de sua dissertação sobre recepção da telenovela *Caminho das Índias*. Através de uma etnografia com doze jovens moradoras de um bairro da periferia da cidade de Santa Maria (RS), a autora revela como as mediações da família, escola e classe social configuram a identidade feminina dessas jovens. O estudo comprova que existem relações complementares entre a constituição de gênero das informantes e suas posições de classe ao refletirem o enredo da telenovela em sua cotidianidade. Segundo a autora, as representações de gênero ao mesmo tempo que fomentam visões conservadoras em relação a mulher acionam:

> […] uma ideologia da igualdade de gêneros, que, mesmo sendo problemática, é maior do que na realidade que as cerca. Apesar desse discurso pouco se concretizar em prática, é fundamental, pois também constitui a identidade feminina. (SIFUENTES, 2010: 206)

Em seu doutorado, John (2014) analisa o cotidiano de mulheres encarceradas a partir da mediação da telenovela. Ao todo, foram entrevistadas oito mulheres, de diferentes faixas etárias, em regimes e tempos diferenciados de cumprimento de pena, no presídio regional de Itajaí, em Santa Catarina. A autora se embasa nas proposições da "metodologia dos mundos possíveis", de Luis Jesús Galindo Cáceres, e das "mediações", de Jesús Martín-Barbero, para compreender o papel da telenovela como mediadora do cotidiano das encarceradas buscando compreender como esse gênero midiático "[…] articula outros mundos que vão além dos limites impostos pelas grades e como esses mundos se relacionam com as temporalidades da prisão, bem como de suas memórias" (JOHN, 2014: 10). Ela articula relatos de vida com observações sistemáticas feitas no presídio e coloca em paralelo as relações constituídas no presente, quanto à telenovela, com a memória do passado de suas informantes, especialmente antes do encarceramento. Entre os principais resultados, estão a "memória do melodrama" e o processo de "construção de mundos possíveis" a partir da identificação e projeção de suas trajetórias de vida nas trajetórias das personagens de telenovelas.

É possível ressaltar que esses trabalhos apontam em seus resultados dados socialmente relevantes em relação às problemáticas de gênero no campo da comunicação. Os elementos destacados nas pesquisas nos fazem conhecer e refletir algumas realidades de mulheres brasileiras e suas relações com os meios de comunicação, especialmente com as narrativas das telenovelas. Em contextos específicos, os dados sugerem haver espaços de empoderamento e autorreflexão das mulheres pesquisadas em um jogo de assimilação e/ou crítica cultural. Além disso, a articulação teórica-analítica das pesquisas busca contemplar a intersecção das mediações de classe, gênero, geração e memória, qualificando a interpretação dos dados e fornecendo grande riqueza em termos de resultados teórico-empíricos. É importante apontar ainda a virtude metodológica dos trabalhos que estabelecem um avanço no campo da comunicação em relação às apropriações de modelos teórico-metodológicos dos estudos culturais (mapa das mediações e *encoding/decoding*) e de variadas técnicas qualitativas a partir do método etnográfico e da história de vida.

Entre as pesquisas que estudam a relação entre as revistas femininas e as representações da mulher, está o trabalho de Rodrigues (2013). A partir de uma perspectiva sociocultural, a autora busca entender as apropriações do discurso sobre a mulher na revista *TPM*. Por meio de entrevistas, Rodrigues (2013) reflete como as leitoras reelaboram e ressignificam os enunciados da revista em seu cotidiano. Discutindo as nuances entre os padrões de feminilidade dinamizados pela publicação e acionados pelas leitoras, Rodrigues (2013) conclui empiricamente

que a revista contribui para a reflexão crítica dos papéis da mulher na sociedade ao mesmo tempo que sustenta dualidades e negociações que conformam os padrões de gênero. Conforme explicita ao final:

> […] todas as leitoras querem se opor ao conceito de mulherzinha, e a revista se apresenta como uma aliada nesse processo. Mas ainda existem marcas do estereótipo feminino. Todas querem mostrar que se cuidam e grande parte delas sente a pressão social por ingressar em um relacionamento ou ter filhos. (RODRIGUES, 2013: 117)

A publicidade é tema de uma pesquisa de recepção e gênero no trabalho de Dorneles (2014). É importante destacar que a pesquisa de Dorneles é a única deste *corpus* que tem por objetivo geral estudar as relações de gênero[6]. A autora reflete sobre as relações de gênero presentes na construção dos anúncios publicitários da marca de sabão em pó Omo entre as décadas de 1950 e 2000 e, junto a isso, analisa as mudanças culturais presentes na configuração dos núcleos familiares ao longo do período. Em uma abordagem sociocultural, a autora realiza a análise crítica de três anúncios publicitários em que são entrevistadas mulheres consumidoras a fim de "[…] relacionar e compreender como, nos anúncios, são construídas as relações de gênero e as apropriações simbólicas que as mulheres pesquisadas realizam sobre essas publicidades" (DORNELES, 2014: 23). Ao final, a autora conclui empiricamente que existem efetivas mudanças na abordagem dos anúncios publicitários, que subscrevem desde novas configurações de família até a mudança dos ideais de mulher ancorados – antes, pela dedicação à limpeza e, atualmente pelos sentidos da liberdade.

[6] O restante dos trabalhos traça o gênero como mais uma categoria que reflete a escolha empírica da pesquisa, sempre tangenciada por outras esferas.

A partir de uma perspectiva sociodiscursiva, Aveiro (2015) – que assim como Rodrigues (2013) estuda a relação entre revistas femininas e representações da mulher – discute o deslocamento dos padrões de mulher presentes na revista *TPM*, buscando aprofundar as relações teórico-empíricas entre questões de gênero e feminismo na produção das revistas femininas ao longo do tempo. Com uma abordagem qualitativa, a autora mescla a análise discursiva com entrevistas e grupo de discussão de leitoras da revista em uma perspectiva crítica a respeito dos regimes de visibilidade propostos nos contratos de leitura. Por meio de um mapeamento das temáticas privilegiadas em comparação ao discurso das leitoras, Aveiro (2015) chega à conclusão empírica de que a revista *TPM* fomenta e tematiza a liberdade política de suas leitoras.

As pesquisas de Aveiro (2015), Rodrigues (2013) e Dorneles (2014) contemplam, em suas particularidades, um olhar feminista para os meios de comunicação e para os estudos de recepção. A lógica das pesquisas permite denunciar as assimetrias que correspondem à representação e padronização da mulher e seus papéis sociais em cotidianos demarcados pela discriminação de gênero. Os estudos demonstram forte engajamento político e fogem do caráter essencialista de polarização entre masculino e feminino. Ao contrário, demonstram e criticam as relações de poder entre esses universos fomentando a lógica de subversão e emancipação sociopolítica das mulheres.

Entre as pesquisas que trabalham os diversos contextos de consumo midiático com mulheres, podemos destacar a dissertação de Braun (2013), que vai ao presídio estudar as relações entre o contexto penitenciário e o midiático. A autora foi à penitenciária feminina Madre Pelletier, em Porto Alegre (RS), e entrevistou sete apenadas para investigar os sentidos midiáticos que perpassam seu cotidiano. A autora se propõe a analisar a relação do contexto prisional com a mídia na realidade da prisão feminina por uma abordagem fundamentada nos estudos culturais. A história de vida foi a principal estratégia metodológica utilizada por Braun (2013), que também faz uma aproximação aos estudos de gênero a partir do pressuposto de que mulheres, quando privadas de liberdade,

são vítimas de múltiplos aprisionamentos que passam a constituir suas identidades. Entre os principais resultados está uma certa centralidade da mídia hegemônica no contexto em que a produção de sentidos pode ser, ao mesmo tempo, aprisionadora e fomentadora de pequenas liberdades.

Em sua tese, Sifuentes (2014) amplia os sentidos que já vinha estudando na dissertação (SIFUENTES, 2010) e busca compreender o papel da classe social no consumo de telenovela por mulheres de diferentes grupos sociais. Para isso, a autora conta com a ajuda de 12 informantes, todas mulheres de diferentes classes sociais, as quais ela denominou "classe média, batalhadoras e raladoras". Com inspiração etnográfica, Sifuentes (2014) não apenas entrevista, mas faz uma observação sistemática dessas mulheres por 10 meses, destrinchando mais fortemente os sentidos de suas posições de classe em relação às narrativas das telenovelas e ao consumo de mídia. Apesar de não estar no cerne do projeto, as reflexões sobre identidade de gênero e a articulação com a identidade de classe aparecem ao longo da pesquisa. O principal resultado apontado diz respeito à diferença das análises de novela de acordo com o capital cultural acumulado de cada uma das informantes.

Aliando consumo de mídia e padrões de beleza, Schmitz (2013) busca a compreensão de como o consumo midiático de padrões de beleza feminina, especialmente o de modelos profissionais, permeia o desejo juvenil de seguir essa carreira. A pesquisadora baseia sua investigação na abordagem sociocultural do consumo de García Canclini (2006 apud SCHMITZ, 2013, 83) e na teoria do uso social dos meios de Martín-Barbero (2003 apud SCHMITZ, 2013: 106), além de trazer a noção de sonho, desde o aporte de Campbell (2001 apud SCHMITZ, 2013: 77), e de projeto de vida de Velho (2003 apud SCHMITZ, 2013, 75). Para dar conta do problema, Schmitz lança mão de uma perspectiva multimetodológica, de Guillermo Orozco Gómez (2000 apud SCHMITZ, 2013: 120) e usa como principais técnicas a entrevista, o questionário e a observação participante. Entre os resultados empíricos estão a evidência da dimensão do prazer e da fantasia inscritos no sonho de ser modelo e na relação que as jovens estabelecem com os conteúdos midiáticos sobre essa atividade profissional.

A partir de uma abordagem sociocultural, Queiroz (2013) analisa as apropriações das identidades femininas por crianças. A autora vai a escolas e realiza a pesquisa a partir de uma abordagem multimetodológica, que une procedimentos pedagógicos e das Ciências Sociais, com dezessete crianças, entre 9 e 13 anos de idade. De inspiração etnográfica, Queiroz (2013) utilizou elaboração de desenhos, produção escrita, diário de campo, questionário, seleção de imagens na internet e rodas de conversa. Os resultados apontaram para intensa presença da mídia na vida das crianças e uma aproximação com modelos e concepções de positividade a partir de figuras conservadoras, com valorização maior de pessoas que são brancas, magras, loiras, recatadas, trabalhadoras, gentis, não salientes, ricas e famosas. Paradoxalmente, nos momentos em que a pesquisadora utilizou a roda de conversa para questionar as crianças, elas se mostraram críticas em relação às próprias escolhas.

Também trabalhando com o consumo midiático, Santos (2011) faz um estudo para entender como as mediações do mundo do trabalho atuam na produção de sentidos, nas representações sociais e nos processos de recepção da comunicação de um grupo de mulheres que trabalha em telemarketing. Na dissertação, com uma abordagem sociodiscursiva, a autora tenta articular uma literatura interdisciplinar do tema, refletindo comunicação e trabalho. O estudo faz uma discussão do ponto de vista das relações de gênero e da divisão sexual do trabalho. Para dar conta do problema, Santos (2011) aplica um questionário e, a partir desses resultados quantitativos, encaminha a realização de entrevistas. A análise do discurso foi a opção metodológica da autora para averiguar os dados referentes às entrevistas. Nos resultados, a autora aponta sentidos do trabalho e representações do feminino bastante conservadores.

O destaque dessas pesquisas está na reflexão crítica do consumo das mídias e suas narrativas junto a enfrentamento ou assimilação dos estereótipos de gênero (mulher e feminilidade) apropriados e internalizados pelas mulheres que fazem parte dos estudos. Com relevantes resultados empíricos, de modo a contribuir para produção crítica dos meios de comunicação, as escolhas metodológicas demonstram forte empenho para chegar até o universo empírico com variadas técnicas. No entanto, apesar de tratar dos conceitos que envolvem as problemáticas de gênero em capítulos teóricos ou históricos que contextualizam seus objetos, são raros os tensionamentos entre teoria e empiria que contemplam a perspectiva das relações de gênero nas análises finais.

Os estudos *queer* e das homossexualidades e de masculinidades

Se na década de 1990 há total ausência de trabalhos que abordem as questões das masculinidades em estudos de recepção (JOHN; COSTA, 2014), nos anos 2000 esse cenário é modificado com o desenvolvimento de algumas pesquisas. Entretanto, nesses trabalhos as relações de gênero não foram problematizadas e, assim, a produção referente às masculinidades e às homossexualidades é mais uma vez tímida, ficando limitada à discussão das telenovelas (CRETAZ, 2015; OLIVEIRA, 2014; TRINDADE, 2010), com apenas um estudo sobre masculinidades (SANTOS, 2012), que problematiza anúncios publicitários.

Cretaz (2015) estuda a temática da homossexualidade em telenovelas a partir do personagem Félix Khoury, de *Amor à vida*. A pesquisa analisou as leituras realizadas por membros da comunidade de lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais e transgêneros (LGBT) a respeito das questões de gênero e de sexualidade acionadas pelo enredo da telenovela. A dissertação, como pesquisa qualitativa, usou como principal técnica o grupo de discussão, do qual fizeram parte informantes homens e mulheres. Os estudos culturais são o pilar teórico da pesquisa, que traz Martín-Barbero entre os principais autores. Dentro da discussão de gênero, Guacira Louro é a principal pesquisadora utilizada pela autora. Com relevantes resultados empíricos, a autora faz também um mapeamento sobre o homoerotismo nas telenovelas brasileiras para contextualizar a sua pesquisa. Ela conclui, com o auxílio da teoria *queer*, "[...] que as representações homoafetivas auxiliam na questão da visibilidade e melhoram gradativamente a posição dos homossexuais na sociedade" (CRETAZ, 2015: 131), ao mesmo tempo em que os modelos de representação estereotipados são alvo de crítica desse grupo.

Trindade (2010) propõe analisar personagens LGBT de telenovelas, mas não chega a mobilizar categorias referentes a gênero ao longo do desenvolvimento do trabalho. Apesar de apresentar seu aporte teórico como referente aos estudos culturais, faz um trabalho de abordagem sociodiscursiva e acaba problematizando pouco o objeto de pesquisa sem concretizar reflexões teóricas e empíricas na esteira das relações de gênero e sexualidade.

Oliveira (2014) avaliou a representação e o discurso dos personagens homossexuais da teledramaturgia brasileira e sua relação com as demandas por tolerância e emancipação na comunidade homossexual. O trabalho se destaca pelo rigor metodológico, empreendido a partir de dois enfoques analíticos. O primeiro, centrado na produção, utilizando a análise do discurso; o segundo, em circulação e consumo, trazendo os pressupostos dos estudos de recepção para avaliar como os receptores se apropriam do discurso e da representação homossexual da telenovela. Para essa segunda etapa do trabalho, o autor usou um instrumento quantitativo e uma entrevista qualitativa semiestruturada, aplicados em 402 jovens estudantes de graduação, de orientação sexual hetero e homossexual. Entre os resultados, destacam-se a mudança no padrão de representação dos personagens homossexuais, que se mostrou mais humanizada, seguindo o momento histórico de maturidade política e a confirmação do potencial pedagógico da telenovela ao ampliar a discussão sobre a questão homoafetiva.

A partir disso, é relevante pontuar que muito da discussão sobre homossexualidade que surge nesses trabalhos é suscitada a partir do desenvolvimento de personagens nas telenovelas brasileiras. Nesse sentido, na pesquisa realizada por John e Costa (2014: 225), entre o período de 2000 a 2009, os autores constatam dois trabalhos que trazem questões relativas às homossexualidades femininas: um que discute a representação de lésbicas na telenovela *Mulheres apaixonadas* (TONON, 2005) e outro que abordou a questão das identidades lésbicas da novela *Senhora do destino* (GOMIDE, 2006). Ainda que no levantamento anterior a discussão tenha girado em torno da homossexualidade feminina e neste da masculina, é possível ter a dimensão do quanto as telenovelas são capazes de mobilizar discussões importantes na contemporaneidade e como o surgimento de personagens homossexuais nas tramas reflete a intensidade das problematizações realizadas nos estudos de recepção e consumo midiático.

Revisitando a década anterior e o período aqui analisado, pode-se apontar que de alguma forma a reflexão *queer* e das homossexualidades está sendo pautada em maior grau pela agenda da ficção televisiva do que pela necessidade política e epistemológica que essas temáticas merecem, principalmente nos estudos em comunicação. Isso pode estar acontecendo devido ao fato de que a maioria das pesquisas ainda aciona a televisão como principal meio para coleta de objetos empíricos. Há uma imensa lacuna de questões a serem tratadas quando alcançamos esses públicos em distintos meios e gêneros da comunicação.

Em relação às masculinidades, identificamos o trabalho de Santos (2012), que faz uma investigação sobre consumo midiático de anúncios publicitários. Essa pesquisa de abordagem sociocultural se alinha aos estudos culturais, especialmente à perspectiva teórico-metodológica latino-americana das mediações de Martín-Barbero. O autor faz uma interessante discussão sobre a construção social do gênero masculino e usa o conceito de Connell (1995), que concebe a masculinidade como "[…] uma configuração de prática em torno da posição de homens na estrutura das relações" (CONNELL, 1995: 188-189). A pesquisa teve um viés qualitativo e investigou dez homens residentes em Santa Maria (RS), com idades, estado civil, profissões e classes sociais variadas. As técnicas empregadas foram o questionário e a entrevista semiestruturada. Para analisar o consumo das masculinidades, Santos (2012) delimitou um corpus de anúncios publicitários de produtos variados, que serviram de suporte para as entrevistas com os informantes. Entre os principais resultados do trabalho, a publicidade aparece como importante fonte de padrões e referências para que os sujeitos vivenciem suas masculinidades. Além disso, demarcou-se que a publicidade contribui para a relativização do padrão masculino tradicional, relacionado ao machismo e ao patriarcado. Outro resultado importante é a diferente apropriação dos discursos publicitários baseadas pela distinção de classes sociais.

Como identificado na década anterior (JOHN; COSTA, 2014), os estudos das masculinidades nas pesquisas de recepção e consumo midiático merecem destaque por deixarem uma grande lacuna referente à sua problematização. Assegurando-nos na própria agenda dos estudos de gênero que devemos encarar que homens se configuram como sujeitos sociais pela construção cultural de suas identidades e, no mínimo, refletir sobre os aparatos culturais que forjam o masculino como uma identidade pré-discursiva, ou seja, natural (CONNELL, 1995). Nesse sentido, muitos dos domínios da masculinidade ainda são postos no lugar-comum de sujeitos do machismo, especificamente o homem heterossexual, articulado nos mecanismos reificantes de uma identidade consolidada e narrada em continuidade nos meios de comunicação.

Considerações finais

Entendemos que a construção da ciência é processual e que uma área relativamente jovem no Brasil como a Comunicação ainda tem um grande

caminho a trilhar. Vimos uma evolução na quantidade de trabalhos e objetos de estudo nos últimos 25 anos, como é facilmente constatado nas pesquisas anteriores (JACKS; MENEZES; PIEDRAS, 2008; JOHN; COSTA, 2014). Aos poucos, vamos assistindo também novas problematizações e abordagens no campo da Comunicação em convergência com os estudos de gênero. Dessa forma, destacamos a necessidade de continuar avançando, o que ocorre principalmente por meio de abordagens que proponham de fato a interdisciplinaridade, abrindo um diálogo franco e amplo com uma área que também tem a inter e multidisciplinariedade como característica preponderante de seu desenvolvimento, como os estudos de gênero.

Além das quinze pesquisas supracitadas no corpus do artigo, coletamos mais dezessete pesquisas que poderiam refletir de, alguma forma, as relações de gênero em seus objetos, sendo dezesseis delas com mulheres. Destas, oito situam a mulher como objeto de estudo e tangenciam a temática de gênero em detrimento de outras categorias de análise (como corpo, maternidade e classe social) e oito não problematizam as questões de gênero em nenhum âmbito do trabalho. A maioria dos estudos analisa a televisão (11) e, em segundo lugar, estão as pesquisas sobre jornalismo de revista (5).

Desse modo, existe um elemento de caráter metodológico, que por si só configura-se como epistemológico e deve ser sublinhado. Levando em consideração que os estudos tratados neste artigo são de cunho qualitativo e empírico, é epistemologicamente importante dar atenção a elementos que configuram seus universos de pesquisa em suas variadas possibilidades, isto é, que fatores socioculturais configuram os sujeitos investigados? Não há problemas teórico-metodológicos em não discutir relações de gênero em todos os trabalhos com mulheres, por exemplo. No entanto, há graves riscos de pesquisadores irem a campo com suas categorias teóricas e conceituais prévias a fim de assimilá-las no universo pesquisado, o que nos leva a destacar certas contradições epistemológicas.

Nesse sentido, encontramo-nos em um momento de maturidade acadêmica no qual não basta dizer que a mulher é uma informante privilegiada em pesquisas de recepção. Devemos nos perguntar por que a mulher é uma informante privilegiada? Por que escolher um universo feminino? Qual são as estruturas cotidianas que fazem um sexo ser mais “aberto” ou mais capaz de participar de uma pesquisa? Há provas empíricas de que outras categorias identitárias são mais importantes? Mulheres e homens são construções de gênero, o qual se subscreve em nossas relações sociais. Nesse sentido, é pertinente que nossa área de estudos se empenhe em fugir das dimensões essencialistas que decretam feminilidade e masculinidade como categorias acabadas, ou essencialmente naturais. Principalmente quando falamos de identidades, é preciso ater-se ao caráter processual, dinâmico e interseccional da conduta humana.

Além disso, na esteira dos estudos de gênero, identificamos que a grande lacuna das pesquisas em recepção e consumo midiático se refere ainda, como na década anterior, às temáticas das homossexualidades e masculinidades. O cenário nos permite dizer que essas questões estão permeadas em maior ou menor grau pela falta de diversidade na eleição de objetos empíricos. A escolha por análises voltadas à televisão e mais precisamente às telenovelas cerceia a eleição dos tópicos e categorias a serem estudadas, pautando tanto a escolha de um público a ser pesquisado, na maioria mulheres, quanto temáticas que envolvam esse público, as quais geralmente são delimitadas pelos próprios enredos das telenovelas. Há uma gama de problematizações que está sendo deixada de lado em diferentes meios e gêneros no campo da Comunicação. Isso não significa, no entanto, o esgotamento de uma ampla tradição de pesquisas de recepção e consumo midiático que estudam telenovelas, mas a necessidade de problematizar

mais a fundo suas tramas no que diz respeito a estudos de gênero. É fundamental ir além do questionamento sobre representações e identidades construídas nas narrativas, de forma a se produzir uma crítica epistemológica que colabore para a desconstrução de essencialismos e binariedades propostos em seus enredos.

Assim, é importante destacar que a escolha dos objetos empíricos interfere amplamente nas lacunas das discussões teórico-metodológicas acionadas pelas pesquisas. De alguma forma, ainda estamos dizendo, enquanto campo de estudos, que certos produtos midiáticos são essencialmente femininos, mas não estamos discutindo o que vem a conformar essa feminilidade e sua naturalização, assim como estamos tratando esses produtos como fora da esfera das masculinidades, deixando de discutir importantes questões que levam à construção histórica e assimétrica em relações de gênero. Para avançar esses paradigmas já amplamente refletidos desde a década de 1970 em estudos de gênero, os estudos de recepção e de consumo midiático necessitam ampliar seu horizonte de discussão e suas escolhas empíricas tanto de objetos, ou formas de olhar para esses objetos, quanto de temáticas que necessitam de empreendimentos mais apurados e refinados teoricamente.

É sabido que, no desenvolvimento de pesquisas acadêmicas, somos levados a tomar certas decisões que asseguram a produção dos relatórios em determinado tempo-espaço. No entanto, revisitando esses 25 anos de pesquisa de estado da arte, verificamos certa comodidade de reprodução de quadros teóricos conceituais formadores nas pesquisas, como os próprios estudos culturais latino-americanos, deixando de lado muitas vezes a possibilidade de produzir novos olhares e conceitos no enfrentamento entre teorias e empiria. Como apontaram John e Costa (2014), as pesquisas de recepção ainda convocam, de certo modo, o modelo binário tão criticado por outras disciplinas sociais. Dessa forma, há uma lacuna de pesquisas que realmente adentrem os meandros das relações de gênero de modo a não subscrever o caráter prescritivo e tendencioso de tratar gêneros apenas como dados demográficos ou constituintes de amostras.

Referências

AVEIRO, G. L. R. T. *Mulheres na revista* TPM: análise discursiva da construção da singularidade feminina. 2015. Dissertação (Mestrado em comunicação e semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2015.

BRAUN, H. G. *As múltiplas prisões femininas*: um estudo sobre os textos e contextos midiáticos no ambiente prisional. 2013. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

BUTLER, J. P. *Problemas de gênero*: Feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

CONNELL, R. W. Políticas da masculinidade. *Educação & Realidade*, Porto Alegre, v. 20, n. 2, p. 185-206, jul./dez. 1995.

CRETAZ, L. *Vilania e homossexualidade*: o personagem Félix Khoury da telenovela *Amor à vida* nas leituras da comunidade LGBT na cidade de São Paulo. 2015. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo) – Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, 2015.

DORNELES, A. P. C. *As relações de gênero presentes nos anúncios publicitários do sabão em pó Omo*. 2014. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2014.

DUMONT, L. M. M. *O imaginário feminino e a opção pela leitura de romances de séries.* 1998. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1998.

ESCOSTEGUY, A. C. Notas para um estado da arte sobre os estudos brasileiros de recepção nos anos 90. In: MACHADO, J.; LEMOS, A.; SÁ, S. P. (Orgs.). *Mídia.BR.* Porto Alegre: Sulina, 2004.

_____. *Comunicação e gênero*: A aventura da pesquisa. Porto Alegre: PUCRS, 2008.

GOMIDE, S. D. V. *Representações das identidades lésbicas na telenovela Senhora do destino*. 2006. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2006.

JACKS, N. (Org.). *Meios e audiências 2*: A consolidação dos estudos de recepção no Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2014.

JACKS, N.; MENEZES, D.; PIEDRAS, E. *Meios e audiências*: A emergência dos estudos de recepção no Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2008.

_____. et al. Jovem e consumo midiático: dados preliminares do estudo piloto e da pesquisa exploratória. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 23., 2014, Belém. Anais... Belém: UFPA, 2014.

JOHN, V. M. *Mundos possíveis e telenovela*: memórias e narrativas melodramáticas de mulheres encarceradas. 2014. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.

_____.; COSTA, F. Mulheres, identidade de gênero e sexualidade: Problemáticas e desafios a partir do recorte de sexo. In: JACKS, N. (Org.). *Meios e audiências 2*: A consolidação dos estudos de recepção no Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2014.

MISKOLCI, R. A teoria *queer* e a sociologia: O desafio de uma analítica da normalização. *Sociologias*, Porto Alegre, v. 11, n. 21, p. 150-82, jan./jun. 2009.

OLIVEIRA, J. A. *A construção discursiva e a recepção da homoafetividade na teledramaturgia brasileira*: consumo, representação e identidade homossexual. 2014. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo, 2014.

PISCITELLI, A. Gênero − a história de um conceito. In: ALMEIDA, H. B.; SZWKO, J. *Diferenças, igualdade*. São Paulo: Berlendis & Vertecchia, 2009.

QUEIROZ, M. M. A. *Eu não quero ser a mulher saliente! Eu prefiro ser a Isabella Swan!*: apropriações das identidades femininas por crianças na recepção midiática. 2013. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2013.

RODRIGUES, B. M. *Sem maneiras de conquistar seu homem*: apropriações do discurso sobre a mulher na revista *TPM*. 2013. Dissertação (Mestrado em comunicação) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

RONSINI, V. *Cotidiano rural e recepção de televisão*: o caso Três Barras. 1993. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1993.

SANTOS, E. R. *Estudo de recepção em comunicação*: as representações do feminino no mundo do trabalho das teleoperadoras. 2011. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

SANTOS, F. B. *Masculinidade em anúncio(s)*: recepção publicitária e identidade de gênero. 2012. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2012.

SCHMITZ, D. M. *Vivendo um projeto em família*: consumo midiático, beleza feminina e o sonho juvenil de ser modelo profissional. 2013. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

SCOTT, J. W. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. *Educação & Realidade*, Porto Alegre, v. 16, n. 2, p. 5-22, jul./dez, 1990.

SIFUENTES, L. *Telenovela e a identidade feminina de jovens de classe popular*. 2010. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria, 2010.

_____. *"Todo mundo fala mal, mas todo mundo vê"*: estudo comparativo do consumo de telenovela por mulheres de diferentes classes. 2014. Tese (Doutorado em Comunicação) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.

SILVA, R. C. *Feminino velado*: a recepção da telenovela por mães e filhas das classes populares. 2011. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria, 2011.

TOALDO, M. M.; JACKS, N. A. Consumo midiático: uma especificidade do consumo cultural, uma antessala para os estudos de recepção. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 22., 2013, Salvador. *Anais...* Salvador: UFBA, 2013.

TONON, J. B. *Recepção de telenovelas – identidade e representação da homossexualidade*: um estudo de caso da novela Mulheres Apaixonadas. 2005. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Paulista, Bauru, 2005.

TRINDADE, W. D. *Os efeitos de personagens LGBTs de telenovelas na formação de opinião dos telespectadores sobre a homossexualidade*. 2010. Dissertação (Mestrado em comunicação) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2010.

WOTTRICH, L. H. *Envelhecer com* Passione: a telenovela na vida de idosas das classes populares. 2011. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria, 2011.

 DOI: 10.11606/issn.2238-7714.no.2017.131586

A altura das falas na "realidade" e na ficção audiovisual: reflexões sobre representação e representatividade[1]

Mariana Queen Nwabasili
Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais (PPGMPA) da Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP) e bolsista CNPq.
E-mail: mariana.nwabasili@usp.br

Resumo: O artigo tem como intenção analisar as associações comumente feitas entre representação e representatividade, que supõem que a representatividade entre produtores leva necessariamente à representação positiva de determinados grupos e minorias sociais em obras faccionais, ou que toda e qualquer representação ficcional levam à representatividade positiva (no sentido de diversidade, identificação, aceitação e reconhecimento) de determinados grupos sociais nessas obras. Para isso, são propostas reflexões sobre as (não) falas das personagens protagonistas do vídeo *Angry black woman* (2014) e do filme *Vênus negra* (2010), este último do diretor franco-tunisiano Abdellatif Kechiche.

Palavras-chave: Fala; Mulher negra; Representação; Representatividade; Ficção audiovisual.

The height of the speeches at the 'reality' and in audiovisual fiction: reflections about representation and representativeness

Abstract: This article intends to analyze the associations commonly made between representation and representativeness, which argues that representativeness between producers necessarily leads to a positive representation of certain groups and social minorities in factional works, or that any and all fictional representation leads to a positive representation (focusing on diversity, identification, acceptance, and recognition) about certain social groups in these works. For this, we propose reflections about the speeches of the protagonists on the video *Angry black woman* (2014) and on the movie *Vênus negra* (2010), the latter one directed by the Franco-Tunisian Abdellatif Kechiche.

Keywords: Speech; Black woman; Representation; Representativeness; Audiovisual fiction.

[1] A primeira versão deste artigo foi elaborada para apresentação de comunicação oral na sessão temática "Gênero e raça no audiovisual: linguagens, produções e tecnologias" da V Semana de Reflexões sobre Negritude, Gênero e Raça (Sernegra): decolonialidade e antirracismo, realizada entre os dias 20 e 23 de novembro de 2016 no Instituto Federal de Brasília, no Distrito Federal.

Em grupos de discussões sobre representação étnica e de gênero em obras audiovisuais, frequentemente deparamos com um debate subjacente em etnia a respeito da legitimidade de fala de determinados sujeitos sobre determinadas minorias sociais. Afinal, quem pode falar de quem? Pessoas brancas podem criar formas de representação dos não brancos em filmes e novelas? Spike Lee pode fazer mais filmes sobre a escravização de negros nos Estados Unidos do que Quentin Tarantino? Esses são alguns dos questionamentos lançados nesses espaços de debate.

A nosso ver, essas discussões, apesar de muito salutares, subvertem, ou melhor, associam de forma acrítica os conceitos de representação e representatividade, dando margem à suposição de que a representatividade (presença pela diversidade) de minorias sociais entre produtores de obras ficcionais e audiovisuais propicia representação mais legítima, aceitável e necessariamente positiva desses grupos e minorias sociais nessas obras. A intenção deste artigo é, então, complexificar essa percepção nos âmbitos teórico e analítico a partir de reflexões sobre o vídeo *Angry black woman* (2014) e o filme *Vênus negra* (2010), este último do diretor franco-tunisiano Abdellatif Kechiche. Para nós, essas obras exemplificam ou representam o complexo jogo de vozes, falas e discursos presentes nas interações sociais extradiegéticas, ou seja, na realidade vivida por nós, na qual o cinema se baseia, reflete e refrata[2].

Considerando o cinema como uma das formas de linguagem de nossa sociedade, e partindo da ideia de que as linguagens são compostas por signos (que não se restringem ao verbal), temos como base primeira do conceito de representação o *representâmen* peirciano. Para Charles Peirce (1977), um signo é um "*representâmen* com um interpretante mental" (PEIRCE, 1977, grifos do autor).

Numa perspectiva teórica mais simples, e com a qual vamos dialogar mais diretamente aqui, Mayra Gomes (2010) escreve que a linguagem (verbal, no caso) é mediadora de nossa relação com a realidade. Sob esse prisma, diz que as nomeações das "coisas" do mundo, por meio de palavras (um dos tipos de signos), levam à apresentação de uma imagem das "coisas", ganhando, assim, o status de representação do mundo. Esse caminho de representação incorre, na verdade, em uma nova apresentação (ou seja, uma reapresentação) das "coisas" do mundo por meio das nomeações (formas de ordenação do mundo), na qual algum aspecto daquilo que é nomeado pode ser acrescentado ou mesmo sublimado. Assim, a representação (verbal, inclusive) constroi o mundo (e o torna perceptível e/ou possível) a partir de suas ordenações simbólicas (GOMES, 2010).

Ocorre que nas discussões sobre legitimidade de fala ou de representação muitos debatedores associam as escolhas para fazer determinadas representações ficcionais (ou seja, as escolhas pelo uso combinado de determinados signos ou, sob outra perspectiva teórica, por determinadas ordenações simbólicas para retratar personagens fictícios que têm sempre, em algum grau, base em pessoas reais) aos lugares sociais de autores e cineastas. A nosso ver, os lugares sociais desses produtores parecem ser comumente associados à ideia de representatividade no sentido de que o grupo de origem dos sujeitos sociais é suposta e idealmente representado, ou deveria ser, por eles quando estão em meio a outros grupos. Essa visão, porém, negligencia detalhes muito importantes: os autores empíricos não correspondem aos autores que se constroem nas obras (obviamente, se acreditamos que as ficções têm a ver com a realidade vivida por nós, consideramos que o autor empírico e o que se constrói na obra estão em relação[3]); as pessoas em geral não necessariamente se identificam com os lugares sociais a elas relegados discursivamente e, sendo assim, podem não querer representá-los, não querer falar por eles e/ou não querer, deliberada e conscientemente, falar a partir deles; e que mesmo nossa relação com a realidade na qual vivemos se dá de forma

[2] Enquanto a ideia do cinema como reflexo da realidade para nós parece ter base na definição aristotélica de que a arte poética é a mímese da vida e, considerando ainda que a ideia do cinema como reflexo da realidade está presente, por exemplo, em escritos de teóricos do cinema no Brasil, como Maria Dora Mourão (2006), a dimensão do cinema como também capaz de refratar a realidade, ou seja, mostrar algo diferente dela, deslocado com relação a ela ou mesmo traduzido a partir da absorção de suas imagens e discursos, ocorre para nós a partir dos escritos de autores como Valentin Volochínov (BAKTHIN; VOLOCHÍNOV, 2004) e Mary Ann Doane (2002).

[3] Não esquecemos do conceito de "escrevivência" cunhado pela escritora Conceição Evaristo, nem da forma e força da escrita da perspectiva do "quarto de despejo" de Carolina Maria de Jesus, tampouco negligenciamos a influência das experiências de um "olhar de dentro" (SHOHAT; STAM, 2006) das experiências nas produções cinematográficas, como o olhar da cineasta negra Viviane Araújo afirmado em entrevista para a autora deste artigo em 2014 (https://goo.gl/x91Mxx). Porém, fazemos ponderações sobre o essencialismo e a experiência para a geração de conhecimento. Bell Hooks considera a influência da experiência social e racial dos sujeitos na produção de conhecimento e inferências reflexivas como uma "posição de privilégio" para percepções de certos temas e entendimentos de questões da realidade, mas não como a "única, nem muitas vezes, a mais importante [forma] a partir da qual o conhecimento é possível" (HOOKS, 2013: 124).

mediada, necessariamente por meio de representações que fazem da ideia de uma realidade originária e pura (uma “realidade mais real” a ser retratada e respeitada em representações ficcionais) algo inalcançável, impossível, inexistente.

Antes de continuarmos, duas ressalvas importantes devem ser feitas e lidas como se estivessem negritadas: (1) ao usarmos como parte de nossos embasamentos teóricos a ideia de representação como reapresentação e constituição da realidade, não excluímos a percepção de que “a despeito de que não existe uma verdade absoluta, nenhuma verdade distante da representação e da disseminação, ainda existem verdades contingentes, qualificadas a partir de certas perspectivas, que informam a visão de mundo de certas comunidades” (SHOHAT; STAM, 2006: 263), ou seja, obviamente, as escolhas pelas formas de representação ficcionais que refletem e refratam a realidade indicam as perspectivas ideológicas de certas comunidades, posto também que as próprias representações que constituem a realidade vivida por nós têm significações ideológicas; (2) ao complexificarmos a relação entre representação ficcional positiva (ou representação ficcional aceita pelos representados) e representatividade social entre produtores das obras, não estamos diminuindo a importância das ações afirmativas, como as cotas voltadas às minorias sociais, raciais e de gênero, já que defendemos essas políticas e apreciamos seus efeitos em curto e longo prazo, mas estamos problematizando o fato de que a representatividade social por si só, sem comprometimento político-ideológico com identificações específicas, ou com a implosão e reconfiguração dos padrões institucionalizados de valorização cultural (FRASER, 2007), sem um comprometimento com um sentido específico de reconhecimento[4] relacionado à paridade de participação (FRASER, 2007) e sem empatia para com determinados lugares e grupos sociais a serem aceitos como internamente heterogêneos impossibilitará um novo regime de visibilidade, representação e reconhecimento das minorias sociais em obras ficcionais e/ou fora delas.

[4] Usamos o conceito de reconhecimento na perspectiva de Nancy Fraser (2007), que o associa a uma ideia de justiça pela paridade de participação; um reconhecimento que se dá por tornar todos os atores sociais pares (em igualdade de posição) nos debates sociais e políticos. Essas ideias serão retomadas nas considerações finais deste artigo.

É Stuart Hall (2000) quem rasura a definição de identidade atribuída pelo senso comum, que vincula esse conceito a uma origem comum entre diferentes indivíduos. Isso não basta para falar de identidade e não evidencia a forma complexa como ela se dá no processo de vivência dos sujeitos sociais. O autor ainda define identificação especificamente como um processo em construção e em constante transformação, no qual é possível, por vezes, abandonar determinadas identidades e adotar outras, que podem, inclusive, ser incongruentes entre si. Nessa perspectiva, a identidade tem muito menos a ver com a origem do sujeito ou como uma essência social e/ou cultural. Ela está muito mais relacionada ao que esse sujeito irá se tornar, às identidades que ele assume e/ou decide por abandonar ao longo da vida.

Ainda assim, pensando sobre essas questões, por vezes ficamos em um impasse: existiriam identidades e identificações essencialmente certas e outras erradas para os pertencentes a minorias sociais, ditos subalternos (cunhados como tal)? Essas identidades e identificações resultariam em discursos ou representações certas ou erradas dos subalternos sobre si mesmos em ficções em geral? Sejamos mais diretos e, por um momento, um pouco dicotômicos (pois sabemos que as raças sociológicas do mundo não se restringem a negros e brancos): um cineasta negro faria necessariamente um filme sobre uma personagem que represente positivamente os negros? Caso a resposta seja sim, o grau de representação da realidade representada na obra ficcional seria assumido, ou a defesa, na própria obra e em seus diálogos de disseminação, seria de um comprometimento para com uma acuidade mimética relacionada a uma “realidade pura”, a uma “realidade verdadeira” sobre as negritudes possíveis? Por outro lado, um cineasta branco que retrata um negro benevolente ou protagonista em seu filme é necessariamente identificado com a negritude apesar de branco? Ao dar a uma atriz ou a um ator negro um papel de protagonista em um filme, esse cineasta

branco está garantindo uma representatividade positiva ou legítima aos negros pela representação audiovisual? Afinal, um cineasta branco pode se identificar com a negritude e, por isso, fazer filmes que alcancem alguma complexidade das vivências negras?

Concordamos com Ella Shohat e Robert Stam (2006) quando escrevem sobre o fato de que há que se considerar que existe um “olhar de dentro” de determinadas questões sociais, raciais e de gênero que influencia o alcance da complexidade de determinadas realidades. Mas será que esse “olhar de dentro” garante que tal alcance seja materializado em uma obra ficcional, por exemplo, já que há quem se aliene ou não se identifique com os lugares sociais que nos interpelam nos quais somos colocados e aos quais nascemos diretamente vinculados?

Mais do que respostas diretas a todas essas perguntas, o que queremos destacar é que é necessário ver os sujeitos como complexos e heterogêneos em meio aos discursos, como resultados dos discursos, e consequentemente passíveis de várias maneiras de cunhar suas identidades a partir de um processo de identificação que está em constante transformação. O problema é que, com relação a certos sujeitos sociais, existem expectativas de fala que, mesmo quando são expectativas positivas, reafirmam lugares sociais e de fala relegados mais a uns do que a outros sujeitos.

Tendo em vista que somos resultados dos discursos sociais (HALL, 2000) e que nascemos alienados nos discursos (FOUCAULT apud BORGES, 2016), a não identificação de diversos negros com as negritudes possíveis e de mulheres com quaisquer dos feminismos não pode ser associada apenas a um processo individual e subjetivo descolado do social e do cultural quanto às identidades e identificações. Como nos espaços de discussões políticas costumamos escutar “mas há negros racistas”, “mas há mulheres machistas” e, de outro lado, “mas não se pode culpar os oprimidos pela opressão que sofrem e reproduzem”, avaliamos que a ideia de Hall ao colocar os sujeitos como resultados de discursos torna possível entender também que, devido às estruturas de disseminação dos discursos, os ditos subalternos podem se identificar com representações criadas não por suas próprias vozes, mas pelas vozes/falas mais altas e mais “transparentes” na sociedade, por vezes vozes/falas de seus opressores, por muitas vezes vozes/falas dos eternos imperialistas e colonialistas, lembrando das perspectivas críticas de Gayatri Spivak (2010).

Spivak (2010) nos ajuda a pensar sobre processos de diferenciação e hierarquização de culturas que levam à legitimação de determinadas falas, que associaremos aqui aos discursos, mas não necessariamente à ideia de “vozes”[5], e à deslegitimação de outras.

Considerando que os ditos subalternos foram cunhados como “outros” por investigadores e pesquisadores e que na perspectiva dos ditos subalternos eles são o “eu” e os investigadores são os seus “outros”, a autora indiana propõe uma reflexão sobre como é possível garantir igualdade e legitimidade de fala a um grupo que *a priori* (antes e durante a fala) é colocado em um lugar diferenciado, um lugar de “outro” com relação àqueles que não têm marcas de lugar de fala ou falam de um lugar social tão estabelecido como positivo que chega a ser “transparente” (termo usado por Spivak no sentido de neutralidade).

A conclusão de Spivak (2010) de que, nesse cenário, “o subalterno sexuado não pode falar” tem muita relação com a ideia de que o subalterno não é escutado, ou seja, não tem seu discurso legitimado, posto que esse discurso é mediado por discursos anteriores ao seu próprio, discursos historicamente situados de diferenciação e hierarquização de sujeitos e culturas.

[5] Pensamos que voz e fala não são conceitos e categorias equivalentes. Na maior parte deste artigo, a ideia de voz, para nós, está associada à autodeterminação dos sujeitos quanto a suas questões e culturas. Nesse sentido, nem sempre a voz de alguém irá corresponder à sua fala, pois achamos que esta última ocorre de forma mais circunstancial e é mais submetida às mediações e aos efeitos dos discursos hegemônicos e dos moralismos sociais nos processos de identificação e expressão. Porém, todas as ideias dessa nota são incipientes, requerem mais leitura e estudos sobre os conceitos de voz e fala; algo para um estudo a ser feito em um futuro não distante.

Moralismo antropocêntrico

Uma vez que toda nomeação é uma reapresentação da realidade vivida por nós que acaba por constituir essa realidade, até mesmo as falas dos ditos subalternos sobre si não irão dizer sobre tudo o que eles acreditam ou afirmam estar em suas realidades presumidas como “puras”. Para nós, essa onipresença da representação remete ao que escreve Hall (2000) sobre o fato de que, frente a lugares e discursos sociais que nos interpelam (nos chamam para deles fazer parte), a identificação leva à narrativização do eu, ou seja, se dá a partir de um constante construto de nós sobre nós mesmos.

> As identificações são pontos de apego temporário às posições de sujeito que as práticas discursivas constroem para nós [...] são as posições que o sujeito é obrigado a assumir, embora “sabendo” [...], sempre, que elas [mesmas] são representações [...] e que, assim, elas não podem, nunca, ser ajustadas – idênticas – aos processos de sujeito que nelas são investidos. (HALL, 2000: 112)

No vídeo *Angry black woman* (2014), Porsha O., poetisa negra estadunidense, gorda, com *piercing* no nariz, cabelos longos e trançados, faz uma provocação interessante sobre as expectativas que determinados sujeitos têm a respeito das falas de pessoas que devem se identificar (e se encaixar) com lugares e discursos específicos dentro de seus lugares sociais, raciais e de gênero. As proposições no vídeo parecem se relacionar com a ideia de narrativização do eu.

A poetisa começa a declamação de um texto se colocando como uma *sweet* (doce) garota negra: fala com a voz em tom baixo e terno, as mãos entrelaçadas à frente do peito e o semblante considerado calmo. Com essa postura, diz estar “cansada dos estereótipos de ‘mulher negra zangada/raivosa’ [*angry black woman*]”. Em seguida, a jovem subverte a posição apresentada no início e passa a corresponder justamente ao estereótipo de “*angry black woman*”, proferindo um discurso antirracista e em prol dos direitos humanos que, ao evidenciar desigualdades sociais, raciais e de gênero, parece justificar a forma “*angry*” da expressão que passou a ser adotada. Nesse momento, a poetisa fala com o tom de voz alto e alterado, as mãos gesticulando muito, os dedos em riste e o semblante considerado enraivecido. Ao fim da fala, ela volta ironicamente a representar uma “*sweet*” e mais palatável “*black woman*”. Vejamos um trecho do discurso mostrado no vídeo para que se entenda melhor a proposta:

> Deixe-me dizer que sou uma pessoa muito maravilhosa. Sou doce, inteligente, engraçada, esquisita. Tenho que explicar isso apenas porque estou cansada dos estereótipos de “mulher negra raivosa”. Pois, como podem ver, sou uma mulher negra e não sou raivosa. Inferno. Eu estou puta da vida. Eu estou tão furiosa que estou pronta para quebrar o meu pé no rabo de todo mundo [...] Estou puta da vida com a gentrificação. Irritada pois os ricos são “Robin Hood” e “Robin Hood” virou a porra de um mito. Estou irritada pois a Barbie é padrão de beleza. Enfurecida ao ver que frutas e vegetais são tão caros que fazem com que os pobres não possam comer saudavelmente. Estou enfurecida, porque o governo e a mídia estão sob o controle das mesmas pessoas, sendo essas pessoas as mesmas que detêm o controle de tudo. Estou irritada pois mulheres são estupradas [...] E acredite ou não, eu continuo puta da vida a respeito da escravidão. Sim, eu continuo irrita, pois eu ainda não fui adequadamente reparada. Irritada pois os negros ainda chamam uns aos outros de “crioulos”, e isso me enoja, pois, ao mesmo tempo, meninas vão chamar umas às outras de vadias. Irritada com os homens negros por razões que me faltam tempo suficiente para falar [...] Eu, enquanto mulher negra, posso sofrer racismo, machismo, homofobia, classismo; eu posso ser estuprada, espancada, queimada viva e ninguém, nenhuma alma viva, irá notar a minha ausência no universo, porque eu sou insignificante, porque eu sou uma mulher negra, e, finalmente, como podem ver, eu tenho todo o direito de estar puta da vida.

> Mas, na maioria das vezes, independentemente do que acreditem, eu sou muito, muito doce. (ANGRY, 2014)

O discurso é interessante não só devido a seu conteúdo e à evidência de uma personagem que sente, reivindica e, portanto, identifica-se com as tantas mazelas relegadas a muitos dos ditos subalternos negros ao se autointitular insignificante, mas também porque ele reflete/imita, em seu discurso/formato, o processo de narrativização do eu que ocorre durante a identificação dos sujeitos com determinados grupos e discursos na realidade vivida por nós.

Ao representar quase simultaneamente dois estereótipos, o de “*sweet black woman*” e o de “*angry black woman*”, a poetisa (que se constrói como personagem durante a recitação do texto) mostra que: (1) é “possível”, conveniente e deliberadamente, identificar-se e se encaixar em estereótipos (que podemos analisar como lugares construídos dentro dos lugares sociais) diferentes e diametralmente opostos entre si; (2) para ocuparmos lugares sociais com os quais nos identificamos e a partir dos quais queremos falar é necessário movimento voluntário como sujeitos, em ora querer estar, conscientemente, no lugar de “*sweet*”, e em ora querer estar, conscientemente, no lugar de “*angry*”, por exemplo, lugares esses que aos serem ocupados são reafirmados como lugares construídos e consolidados dentro dos lugares e discursos sociais; (3) esse movimento voluntário em direção a lugares e discursos sociais evidencia que a identificação é uma escolha objetiva e consciente e, portanto, um posicionamento/exercício social e também político.

O vídeo também nos faz pensar sobre o que os ditos subalternos podem falar de fato. Ao se colocar, primeiro, como uma “*sweet black woman*” e não falar sobre questões críticas pelas quais passam os negros e mulheres, a poetisa-personagem insinua, ironicamente considerando o resto do texto, que sua fala assim seria legitimada para ser escutada. Mas isso (ser “*sweet*”) não seria o mesmo que silenciá-la? Nesse sentido, ser “*sweet*” é interessante para quem? Os ditos subalternos de fato podem proferir quaisquer tipos de fala que expressem as formas pelas quais se sentem oprimidos, ou falas ovacionadas são relegadas apenas a alguns sujeitos específicos? Obviamente, não estamos incitando discursos de ódio – apesar de aprovarmos os discursos de raiva –, mas refletindo sobre o jogo dos discursos, falas e vozes em nossa sociedade.

Críticos dos discursos cinematográficos eurocêntricos, Ella Shohat e Robert Stam (2006) atentam para aspectos importantes que evidenciam os jogos de discurso em produções audiovisuais quanto à representação de personagens que, mesmo na realidade extradiegética, são associados ao grupo dos ditos subalternos.

Umas das questões importantes apresentadas pelos autores dialoga, a nosso ver, com os escritos de Spivak (2010) sobre a limitação das complexidades dos subalternos quando têm suas realidades traduzidas por aqueles que os constroem e/ou estudam e com as expectativas estereotipadas de fala das mulheres negras (as “outras” dos homens brancos, dos homens negros e das mulheres brancas) refletidas no vídeo *Angry black woman* (2014).

Para Shohat e Stam, cineastas (que, a nosso ver, são autores e também sujeitos sociais) às vezes impõem limitações às complexidades de personagens negras e indígenas, por exemplo, não só para que suas personalidades façam sentido dentro de uma convencionalização das personagens nas diegeses (CANDIDO et al., 1958), mas também para que correspondam, em verdade, à moral cultural do produtor e do potencial espectador do filme.

Os autores se referem a esse mecanismo maniqueísta e de estereotipação como um moralismo antropocêntrico que, mesmo quando associa os subalternos a estereótipos, comportamentos e personalidades consideradas positivas por

certos grupos, reinstitui e não questiona os lugares limitados de fala e de ação dos ditos subalternos nas ficções e fora delas.

> Uma abordagem moralista também evita o questionamento sobre a natureza relativa da "moralidade", esquecendo a pergunta: positiva para quem? Ignora-se o fato de que as pessoas oprimidas podem não só ter uma visão diferente de moralidade, mas até uma visão oposta de um moralismo hipócrita que encobre não apenas injustiças institucionais, mas que em si é opressivo [...] Diante de um quadro de escravidão, por exemplo, não poderia ser admirável – e, portanto, "bom" – mentir, manipular e até matar um dono de escravos? A abordagem da "imagem positiva" presume uma moralidade burguesa intimamente relacionada com a política do *status quo*. O que é visto como "positivo" pelo grupo dominante, por exemplo, os índios que em faroeste servem de espiões para os brancos, pode ser visto como um ato de traição pelo grupo dominado. (SHOHAT; STAM, 2006: 295-296)

Sarah Baartman

As reflexões propostas por Hall (2008), Spivak (2010), Shohat e Stam (2006) ajudam na construção de análises fílmicas que pressupõem atenção sobre os jogos de vozes e falas presentes em obras ficcionais em geral e nas cenas da realidade vivida por nós que inspiram essas obras e são refletidas e refratadas nelas. Afinal, não basta mostrar os ditos subalternos em espaços políticos, podemos colocar as obras audiovisuais entre eles. É preciso também observar o que os ditos subalternos retratados em obras audiovisuais falam, para quem falam, por qual motivo falam, como falam, de onde falam e em que altura falam.

> A tarefa do crítico seria chamar a atenção para as vozes culturais em interação, mas não apenas aquelas ouvidas em "*close-up*" auditivo, mas também aquelas distorcidas ou abafadas pelo texto. O trabalho analítico deveria ser análogo àquele do "mixador" em um estúdio de som, cuja responsabilidade é realizar uma série de operações compensatórias, acentuando o agudo, aprofundando o grave, ampliando a instrumentação e "revelando" as vozes que permanecem latentes ou deslocadas. (SHOHAT; STAM, 2006: 310)

Peguemos como exemplo de análise o caso de Sarah Baartman e do filme que representa parte de sua vida, *Vênus negra* (2010), do diretor franco-tunisiano Abdellatif Kechiche. Primeiro, é necessário contextualizar quem foi essa personagem histórica.

A história de Baartman, ou Vênus Hotentote[6], como foi apelidada, é um exemplo real dos extremos científicos, sociais e culturais da criação, idealização e classificação de mulheres e negros como "seres monstruosos". Pertencente à etnia khoisan, da região sul da África do Sul, Baartman foi levada para a Inglaterra em 1810 pelo africâner Hendrick Cezar, que promoveu a exibição do corpo de Baartman em "shows" no Salão Egípcio de Londres. Na época, os shows de aberrações ("*freak shows*") eram comuns na Europa e Baartman foi associada a esses eventos devido à forma de seu corpo, ou seja, a algumas características físicas dos membros de sua tribo: "diversos relatos de viajantes, desde o século XVII, afirmavam que os homens khoisan tinham apenas um testículo e as mulheres, um 'avental' ou uma saliência genital cuja forma era objeto de muita especulação" (FERREIRA; HAMLIN, 2010: 827).

O modo de exposição de Baartman na Inglaterra chamou a atenção devido, entre outras coisas, à extrema desumanização atribuída ao seu corpo. A propaganda para o show enfatizava que "ela possuía formas grandemente admiradas por seus compatriotas e que sua roupa, muito apertada à sua pele, dava a impressão de que estava nua" (FERREIRA; HAMLIN, 2010: 824).

[6] Jonatas Ferreira e Cynthia Hamlin (2010) explicam que "hotentote" é definido no Oxford Dictionary como "alguém de cultura e intelecto inferior". O "hotentotismo" foi, inclusive, um termo utilizado para justificar as missões civilizadoras que levaram à partilha da África no final do século XIX. O termo serviu à teorização e classificação dos povos, como também contribuiu para o surgimento do conceito de raças humanas.

O caso acabou na justiça e os europeus abolicionistas do período, que se autoproclamaram protetores de Baartman, argumentaram no tribunal que a exibição era indecente e que Baartman estava presa contra sua vontade. Juntamente com a Associação Africana, os abolicionistas tentaram repatriar Baartman para sua terra natal. Questionada em holandês perante o tribunal, ela afirmou que não sofria abuso sexual, que havia ido para Londres por livre e espontânea vontade, que compreendia perfeitamente bem que lhe haviam prometido metade dos lucros e que tinha até dois meninos negros para servirem-na, mas que gostaria de roupas mais quentes (FERREIRA; HAMLIN, 2010). Ao final, a corte decidiu em favor de Hendrick Cezar quando ele apresentou um contrato (possivelmente forjado) da contratação legal de Baartman. “Assim, o show continuou e foi exibido por outras cidades inglesas e irlandesas até 1814, quando Baartman deixou de ser uma novidade e foi para Paris, onde passou a ser exibida pelo criador de animais S. Réaux” (FERREIRA; HAMLIN, 2010: 826).

Em 1815, a nudez de Baartman foi exposta ao olhar de artistas e cientistas. É a partir disso que ilustrações suas passam a constar no livro *História natural dos mamíferos*, de George Cuvier e Saint-Hilaire, no qual Baartman representa uma “espécie natural, dentre inúmeras outras, especialmente de macacos” (FERREIRA; HAMLIN, 2010: 827). Nessa etapa de sua história, Baartman tem inclusive suas genitálias minuciosamente estudadas.

Depois de morta, a moça teve seus órgãos dissecados por George Cuvier, considerado o “pai da anatomia comparada”, sendo que um relatório seu sobre a moça foi apresentado em 1817. Na Academia de Medicina de Paris, ele relata: “Ela tinha, sobretudo, uma maneira de projetar os lábios para frente que parecia com aquela que observamos em orangotangos” e menciona a “enorme protuberância de suas nádegas e a aparência brutal de sua figura” (FERREIRA; HAMLIN, 2010: 828). O corpo dissecado de Baartman foi exibido no *Museé de L’Homme* até 1974, juntamente com o seu esqueleto.

A fala da Vênus

O filme *Vênus negra* (2010) representa a cena do julgamento do senhor de Baartman, ou melhor, do sócio e contratante de Baartman, Hendrick Cezar. A passagem é emblemática para pensarmos sobre a arena social e racial em que vozes, falas e discursos se instalam, entram em conflito, sobrepõem-se e se amalgamam uns aos outros, ganhando os que têm estruturas para serem pronunciados mais altos e diretamente, sem traduções.

Antes de falarmos da cena do julgamento propriamente, é importante descrevermos as primeiras cenas do longa-metragem. As duas sequências de cenas que marcam os primeiros dezenove minutos de filme representam momentos e ambientes pontuais em que o corpo de Baartman foi exposto na Europa.

Primeira cena. Ano de 1815. No centro de um auditório em forma de arena na Real Academia de Medicina de Paris, está coberto por um lençol branco um manequim ainda a ser revelado a nós, espectadores do filme, e à plateia acadêmica intradiegética. Ao lado do manequim encoberto, vemos cartazes explicativos expondo imagens de órgãos sexuais femininos. O pano sobre o manequim é retirado e descobrimos que o boneco reproduz o corpo nu de Sarah Baartman. A câmera focaliza o manequim desde a cabeça até a pélvis, mostrando seios e partes da vagina do protótipo. “Não há nada mais famoso na história natural do que o avental das hotentotes. [...] Tenho a honra de apresentar à Academia os órgãos genitais desta mulher. Preparei de maneira a não deixar dúvida sobre a natureza de seu avental”, diz, em francês, o expositor do manequim, que parece representar George Cuvier no filme.

Depois, a câmera mostra um grande frasco de vidro contendo um líquido que envolve o órgão sexual “real” de Baartman na diegese. O frasco é entregue aos

presentes (homens brancos) para ser examinado, durante as explicações científicas sobre o dito avental hotentote, as nádegas e o formato da cabeça de Baartman. “Para dizer a verdade, nunca vi uma cabeça tão semelhante à de um macaco. O que constatamos e é necessário dizer [...] nenhuma raça de negro é predecessora do povo que deu origem à civilização do antigo Egito, e da qual o mundo inteiro herdou os princípios das leis, das ciências e da religião”, prossegue o expositor para minutos depois ser ovacionado pelas palmas dos presentes no auditório.

Aos sete minutos de filme, somos (nós, espectadores da obra) novamente induzidos a uma expectativa de poder olhar/ver a imagem/representação do corpo de Baartman. “Não é um urso, nem elefante, nem acrobata, não é comedor de fogo. É um ser humano. No entanto, incrivelmente diferente. Ela é um fenômeno do continente africano. Ela é a Vênus Hotentote”, anuncia a personagem Hendrick Cezar nas ruas de Londres em 1810. Minutos depois, Cezar está em cima de um pequeno palco localizado dentro de um ambiente escuro e lotado de pessoas sentadas. Todos ali esperam – como nós na frente da tela – ver o corpo real da Vênus Hotentote, isto é, como Baartman é introduzida por Cezar durante seus *freak shows*. Sobre o palco, atrás de Cezar, há uma espécie de gaiola ou jaula encoberta por um tecido com estampa de pele de animal. A presença de algo sob o pano aumenta a expectativa do público – nós entre eles – que é alimentada pela euforia de Cezar iniciando o “show”: “Obrigada, senhoras e senhores. Vocês vão ver um fenômeno notável. Uma fêmea selvagem do continente negro: a África. Eu sou Hendrick Cezar e a capturei na floresta onde ela andava livremente entre o seu povo, para trazê-la aqui, para mostrá-la a vocês”, diz Cezar. “Mostre para nós! Queremos vê-la”, respondem as pessoas presentes na plateia. Momentos depois, Cezar puxa o pano que encobre a jaula e, assim, revela o corpo vivo de Sarah Baartman no papel da Vênus Hotentote.

Baartman-Vênus está vestindo um collant marrom na forma de macacão bem justo. O figurino do show deixa bem evidente as curvas de seu corpo. Ela também usa colares de miçangas, um pedaço de tecido amarrado na cabeça, como uma coroa de pano, e traz o rosto pintado com alguns traços de conotação tribal na cor preta. Para incitar a feroz Vênus a se movimentar, Cezar diz: “Senhora e senhores, eu sou um dos poucos brancos na África que fala a sua língua. Vou pedir para que ela se levante”, e em seguida começa a urrar para Baartman-Vênus palavras ininteligíveis, mas em tom de ordem. Baartman-Vênus obedece e se levanta. A plateia aplaude.

Fazendo jus à introdução de Cezar, a Vênus-Bartamaan urra enquanto chacoalha as grades da jaula com as mãos. Em um dado momento, Cezar liberta a personagem-moça da jaula, prende-a a uma coleira e, segurando um chicote na outra mão, dá-lhe ordens e incentivos para ações como “acalme-se”, “desfile como uma senhora europeia”, “salte”, “vire-se” etc, tratando-a como um animal selvagem possível de ser domesticado. “Volte para a sua selva! Volte para a sua jaula!”, gritam as pessoas da plateia. A câmera focaliza o semblante sério de Baartman-Vênus entre os urros e silêncios, além de também delinear seu corpo com roupa tão justa.

Minutos depois, Cezar ordena à moça-personagem que mostre suas habilidades musicais, tocando um pequeno instrumento de cordas, com som que lembra o emitido por violinos. O público presente na cena vaia. Em seguida, a ordem é para que Baartman-Vênus dance “a selvagem dança da África”, como diz Cezar. A moça-personagem dança de costas para o público e a câmera focaliza suas nádegas se movimentando rapidamente no ritmo das batidas de um tambor. O público grita em exaltação e excitação. A câmera, mais uma vez, focaliza o semblante de Baartman-Vênus, que se contrasta ao tom de sua interpretação no “show”: Baartman mantém uma expressão facial séria e brava, não expressa contentamento e exitação como parece pedir a performance da personagem Vênus. Ao fim do “show”, todos são convidados a tocar o corpo, mais precisamente

as nádegas, de Baartman-Vênus. Entre hesitação, excitação, estranhamento e diversão, as pessoas tocam o corpo de Baartman-Vênus com dedos rígidos e braços estendidos, marcando ainda mais, de forma negativa e hierárquica, a diferença proposta no filme (como base em fatos históricos) entre os observadores europeus e a observada africana "ficctícia-real" de um show de horrores.

Aos 47 minutos de filme, chegamos à cena do julgamento de Cezar quanto à forma de exposição de Baartman no papel da Vênus Hotentote em seus *freak shows*. Num primeiro momento, o africâner Cezar afirma – em inglês britânico, já que estão na Inglaterra, e não em africâner[7], que é a sua língua materna e aquela pela qual se comunica com Baartman – que Baartman é uma artista, não uma escrava, e que ela recebe para fazer o show, que para ele é uma encenação que está sendo confundida com a realidade. Deixemos que a personagem fale "diretamente":

[7] Língua instituída pelos brancos colonizadores e descendentes de holandeses na África do Sul; também pode ser chamada de africanse ou afrikaans.

> Gostaria de dizer que eu sou temente a Deus e sempre tratei Baartman com respeito, apesar do que esses moralistas têm dito. Sarah Baartman trabalhou para a minha família. Primeiro para o meu irmão, Peter, e depois para mim e para a minha esposa por muitos anos. Ela é uma empregada, e não uma escrava, como foi dito aqui. Ela é paga. Baartman alimentou duas das minhas crianças. Sempre a considerei como membro da família... Esse tipo de exibição é comum na Cidade do Cabo, e são muito populares entre os soldados britânicos. A senhora Baartman se apresentava lá. Meu amigo e sócio, Alexander Dunlop, aqui presente e médico e membro oficial da marinha britânica; ele a viu dançar e quis que eu a trouxesse para Londres. Foi a confiança que ela tinha em mim e na minha integridade, pois ela me conhece há muito tempo, que a convenceram a participar dessa aventura. Ela se apresentava maravilhosamente e com entusiasmo como muitos aqui puderam ver. Se forem honestos, confirmarão ... Ela é paga pelo seu trabalho. Ela é paga. Nós temos um contrato. Ela é minha sócia. É um show. Surpreende-me que pessoas cultas como vocês não conseguem ver as coisas em perspectiva. Com todo o respeito, estamos no século 19... Seria ingênuo achar que eu poderia capturar uma selvagem no Cabo. A senhorita Sarah Baartman é uma mulher livre e uma artista. (VÊNUS, 2010)

Num segundo momento, outro homem, o advogado de Cezar, também falando inglês britânico, completa a ideia de suposta confusão entre realidade e ficção que estaria sendo feita por aqueles que defendem o fim do espetáculo de exposição da Baartman-Vênus.

> Gostaria de desfazer um mal-entendido que está atrapalhando o debate. É uma coisa admitida na arte, e particularmente no teatro, que sejamos levados a acreditar em uma certa realidade, que sabemos não ser real. O espectador tem prazer e se emociona, ele se permite rir e chorar, tendo consciência da irrealidade da representação. É a cumplicidade com os atores que provoca o prazer do espetáculo. É porque a maioria da plateia tem consciência disso que o show se tornou tão popular. Os que acusam o meu cliente confundem representação com realidade. Acham que a senhorita Baartman é uma escrava, mas ela não é. O fato de participar do show e simular essa situação de escravidão é a prova de sua total liberdade. As boas almas que se levantam e dizem que estão dando assistência a ela a consideram como imatura, porque querem que ela seja assim. (VÊNUS, 2010)

Nesse ponto da sequência de cenas, chama a atenção o fato de que, mesmo antes de a própria Baartman ser chamada a falar no tribunal, são vozes brancas e, em sua maioria, de homens que falam sobre a questão como um todo, tanto para defender o "show" em que africana aparece como selvagem quanto para exigir sua dignidade fora do espetáculo de horror. Também chama atenção o argumento de soberania da representação artística em detrimento do destaque de sua relação com a realidade social dos espectadores e com conflitos ideológicos,

sociais e políticos impregnados nas escolhas para a representação – argumento que é comumente utilizado na realidade vivida por nós.

Quanto a esse tipo de argumento que quer dissociar a representação artística da realidade vivida por nós, na qual a arte se inspira, dissemina-se e refrata, valem alguns apontamentos com relação à história apresentada no filme e à história de vida da personagem histórica Sarah Baartman. A personagem só se encaixava no papel que representava nos shows de horrores do filme e da realidade em que viveu a personagem histórica devido a seus atributos físicos reais tachados como “monstruosos” na realidade social e cultural dos europeus e africâneres do século 19. Ou seja, Baartman só interpreta seu papel nos shows ficcionais porque seu corpo real havia sido ordenado na realidade vivida por ela como estranho, monstruoso, étnico, o “corpo-outro” e inferior em relação a corpos brancos do período. Ou seja, esse é um bom exemplo de como representação ficcional e realidade se sobrepõem, ou melhor, relacionam-se e se amalgamam para a criação de sentidos e leituras com relação aos “corpos-imagens”[8] dentro e fora das diegeses ficcionais.

[8] Sobre a ideia de “corpo-imagem” e/ou do corpo como signo, ver Nogueira (1998) e Nwabasili (2015).

O conflito das posições ideológicas no tribunal (contra ou a favor da continuidade de Baartman no “show”) evidencia também que grande parte dos presentes associa a interpretação feita por Baartman no show de horrores à interpretação de um papel que poderia ser o dela na realidade social em que vive: o lugar social de “africana selvagem” historicamente colado a corpos como o de Baartman na realidade social dos espectadores dos shows no filme e da Europa do século 19. Afinal, por vezes o que parece estar implícito na voz/fala de quem quer ver Baartman fora do show é que “isso não é ficção, porque ela está interpretando a si mesma”. Isso demonstra que há, de alguma forma, a compreensão e percepção de que, mesmo as vozes/falas brancas que querem defender Baartman, assumem que há lugares marcados para corpos negros na vida social; lugares esses que, por vezes (ou sempre), repetem-se nas representações ficcionais quando convém. E isso também chama a atenção para a estrita relação entre a ordenação dos “corpos-imagens” feita na ficção e àquela estabelecida na realidade vivida por nós.

Segundo Robert Stam (2003), por muitas vezes os atores negros não puderam interpretar “seres humanos” em Hollywood como faziam os brancos, pois eram associados à interpretação do que seria um papel/lugar de negro na vida vivida pelos sujeitos sociais/espectadores. E é com essas questões que os sócios de Baartman, no filme, parecem jogar; com o limiar entre a “realidade real” e a ficção que os shows de horrores, de forma geral, pressupunham: a exploração de atributos físicos de pessoas reais consideradas fora do normal para entreter os “normais” dentro do show ficcional; tudo sob molde de entretenimento, representação descolada da realidade.

Quando Baartman finalmente vai depor na cena do tribunal, ela fala em africâner e tem suas palavras traduzidas simultaneamente para o inglês britânico por um homem branco. Por meio do tradutor, ficamos sabendo que Baartman diz que não se sente chocada com a forma como é exposta no show, que faz isso para juntar dinheiro e porque quer. Deixemos a personagem falar por meio de uma tradução da tradução de suas palavras no filme para o português aqui:

> Sarah Baartman. Eu tenho 25 anos. Nasci em Baartman`s Fonteyn perto do Cabo de Boa Esperança. Meus pais morreram; minha mãe, quando eu era pequena, e meu pai, mais tarde. Eu tenho duas irmãs e dois irmãos. Eles moram na Cidade do Cabo. Meu pai criava gado. Ele era um bom homem. Ele me ensinou a cuidar do gado. Comecei a trabalhar com o Hendrick quando a mulher dele ficou doente. Mr. Peter pediu para eu tomar conta das crianças de Hendrick: Anna, Jan e Jonathan. Anna era um bebê quando cheguei na casa deles. Tive um filho, um garotinho, mas ele morreu. Não, eu não era casada, mas vivia

> com esse homem. Vivemos em Hout Bay por dois anos. Depois da morte da criança, ele se foi. [“Conte como veio para a Inglaterra. Como foi decidido?”, questiona o juiz no filme]. O senhor Hadrick me convidou para trabalhar no ramo do espetáculo. [“E a senhora aceitou?”] Sim. [“Nada a choca na forma como é exibida?”]. Não, nada. [“Nada choca você? Nem a sua roupa?”]. Não. [“A senhora não sofreu nenhuma pressão física ou moral ou maus-tratos?”]. Não. Eu não sou uma escrava. Na vida real, não sou o que sou no palco. Eu atuo. Eu atuo! [Seguem-se sussurros e risos da plateia que assiste ao julgamento no filme]. (VÊNUS, 2010)

A fala traduzida da moça gera surpresa entre os interrogadores e em todos os que assistem ao julgamento. Para nós, a surpresa daqueles que se colocam como defensores de Baartman tem relação com um moralismo antropocêntrico (SHOHAT; STAM, 2006) intradiegético. Os defensores da moça parecem querer forçá-la a falar o que eles consideram o melhor para ela, ou seja, que ela não fale por si. “Ela é uma escrava. Vimos com nossos próprios olhos”; “O senhor a apresenta como uma selvagem que foi capturada”; “É inaceitável, é uma vergonha”; “Você a explora”, dizem diferentes defensores de Baartman durante o julgamento representado no filme (VÊNUS, 2010).

Porém, ao falar por si o que os seus defensores não querem que ela fale, Baartman revela sua identificação com um discurso que, ao menos aos olhos de seus defensores dentro do filme, é opressor, mas que também é um discurso que a interpela de tal forma que faz com que ela passe a aceitá-lo e, aparentemente[9], a acreditar nele, a se identificar com ele a ponto de introjetá-lo à sua fala, falar conscientemente por meio dele, com ele.

Ao mesmo tempo, cabe uma segunda camada de análise nesse sentido: ao ter sua fala traduzida e identificada com um discurso opressor (ao menos na visão dos defensores de Baartman dentro do filme, vale repetir), Baartman de fato fala? Vejamos: (1) em uma cena anterior à do julgamento, um diálogo entre a moça e o seu sócio mostra que ele a influencia e a chantageia emocionalmente para falar que ela está no “show” porque quer e que é objetivamente bem tratada, sendo que este último ponto, em algum grau, durante o filme, não é de todo uma inverdade; (2) como não sabe falar inglês, mas só africâner, que já é o dialeto instituído pelos descendentes de holandeses colonizadores da África do Sul e não a língua materna da etnia de Baartman, a moça tem sua fala diretamente mediada por um tradutor e, assim, ela é “falada” duplamente em outra língua, isto é, em africâner, a língua do colonizador, e em inglês, a língua do país onde seus “shows” eram assistidos e onde o julgamento ocorre. Ao dar uma voz branca, masculina e europeia à fala de Baartman, o filme mostra que a versão da moça sobre sua própria condição é, na verdade, a tradução da tradução de sua realidade (representação da representação da representação) e voz. Então, cabe novamente a pergunta: dentro desse cenário, Baartman de fato pode falar sobre como entendia sua situação?

A nosso ver, o filme torna visível um processo de mediação de falas e identificações que ocorre de forma orgânica nas relações coloniais e imperialistas e nos processos gerais de identificação mediadas por discursos hierarquizados na realidade vivida por nós.

A questão da tradução das línguas nos filmes como obstrução da voz/fala dos subalternos é analisada por Shohat e Stam (2006) para além das construções intradiegéticas das obras. Para os autores, um “cinema eurocêntrico” pode se revelar por meio não só das personagens ou do enredo, mas também da iluminação, dos enquadramentos, do som e, consequentemente, da língua falada nos filmes. É este último aspecto, aqui associado ao volume e à forma das falas das personagens no cinema, que mais nos interessa, uma vez que ao menos no cinema de Hollywood a língua inglesa e as línguas europeias passaram a ser mais “cinematográficas” e universais do que outras.

[9] As mazelas que o tipo de exposição e o estudo de seu corpo causaram a Baartman aparecem no filme como constituidoras da subjetividade da personagem, ou seja, como uma possível tristeza e humilhação que não ganham voz/fala, mas são expressadas no semblante da moça em momentos, como quando calada e sozinha, e também na forma como ocorre o fim de sua vida no filme, em meio a consumo de bebidas alcoólicas, solidão familiar e social, além de falta de saúde e ostracismo “artístico”.

No cinema estadunidense, por exemplo, tornou-se “natural” indígenas ou árabes falarem sobre suas questões em inglês e, por vezes, terem suas línguas maternas ou músicas tradicionais usadas como “ruídos de ambientação” de cenas que mostram as culturas não hegemônicas como “outras”, muitas vezes construídas como culturas perigosas. Essas questões são associadas ao que Shohat e Stam destacam como ponto de escuta (“*point-d’écoute*”), que seria o lugar (forma e altura, a nosso entender) de onde as personagens são escutadas nos filmes junto com as formas como são mostradas pelas imagens e vistas e (não) escutadas na realidade vivida por nós. Assim, “a voz (o som) e a imagem podem ser considerados juntos, dialeticamente e diacriticamente” (SHOHAT; STAM, 2006: 310).

Deixem-nos falar: visibilidade, distribuição e reconhecimento

Neste artigo, propusemos uma análise das representações e falas das personagens do vídeo *Angry black woman* (2014) e do filme *Vênus negra* (2010) como reflexão (no duplo sentido do termo) de ou sobre as associações feitas comumente entre ideias de representação e representatividade sociais e raciais na realidade vivida por nós e nas ficções audiovisuais.

Se tomarmos, num primeiro momento, as obras ficcionais como reflexos convencionalizados e mediados (portanto, nunca estritamente igual) da realidade vivida por nós, com base no que nos mostra o vídeo *Angry black woman* (2014) e com o auxílio dos escritos de Stuart Hall (2000), temos que as identidades são pontos de apego temporário, podendo ser contraditórias entre si e que a identificação é resultado desse processo ativo, consciente, portanto também social e político, mas também é fruto de existência, mediação e volume de diferentes discursos identitários que nos interpelam e nos tornam seus resultados.

A cena do julgamento no filme *Vênus negra* (2010) nos mostra justamente que o lugar social e/ou de experiência social não têm necessariamente influência sobre identidade, fala e processos de identificação e representação dos indivíduos. Afinal, ao abrir a boca – e ter suas palavras traduzidas, vale destacar –, Baartman faz um discurso muito mais associado ao de seus opressores do que àquele discurso que seus defensores julgam que seria coerente que ela falasse segundo sua experiência de origem e contemporânea no filme, assim como as formas de ver/ler corpos como o seu na realidade vivida por ela e por seus defensores na Europa da primeira metade do século 19.

Desse modo, argumentamos que se somos resultados dos discursos, se somos alienados nesses discursos e se consideramos que os discursos são historicamente hierarquizados ou neutralizados, os processos de identificação não correspondem só a escolhas ativas e conscientes dos sujeitos, mas também são resultados de disputas discursivas e ideológicas. Nesse sentido, para nós, muito mais do que corresponder a lugares sociais presumidos, ou associados a origens culturais, ou ainda de experiência dos sujeitos, as identidades são frutos dos discursos que mais têm força/volume para nos tornarem seus resultados, como também para circular e nos interpelar a depender de onde nos dispomos a estar e dos sujeitos que nos dispomos a nos tornar ao longo da vida.

Considerando a expectativa de que os defensores de Baartman têm com relação à sua fala no julgamento do filme e as mediações que levam à fala da personagem que rompe com as expectativas deles, propusemos a pergunta: Baartman pode de fato falar? A pergunta se baseia no que conclui Gayatri Spivak (2010), dizendo que o “subalterno sexuado não pode falar”. Para a autora, a fala emancipatória plena não é possível à mulher pobre, por exemplo, que foi *a priori* cunhada, ou melhor, colocada em posição social e discursiva de dupla subalternidade: primeiro, construída como mulher pela sociedade e, consequentemente, pelo seu próprio grupo de “pobres”, os outros dos “não pobres” e, depois, classificada pelos “não pobres” como “pobre”.

O desafio que evidencia o peso da pergunta que dá título ao texto de Spivak *Pode o subalterno falar?* (2010) e na qual nos baseamos é: Como criar igualdade e legitimidade de fala a um grupo que, *a priori* (antes e durante a fala), é colocado em um lugar diferenciado de fala, em um lugar de “outro” com relação àqueles que não têm marcas de lugar de fala ou falam de um lugar social tão estabelecido como positivo que chega a ser “transparente”?

O vídeo *Angry black woman* (2014) mostra uma alternativa/possibilidade interessante no sentido de superar, ou melhor, subverter esse impasse: é possível aceitar, assumir e se valer do “lugar de outro” que lhe foi relegado ou mesmo do privilégio do lugar da experiência social para poder falar e ser escutado, estar em diálogo. Mas, ainda assim, nem tudo estará garantido, como nos mostra o estranhamento dos defensores de Baartman com sua fala traduzida (mas que, numa primeira camada, usa o africâner, a língua do colonizador, para se fazer ouvir) no julgamento do filme.

Spivak escreve que a sumária criminalização dos britânicos ao ritual hindu *sati* (o suicídio de mulheres sobre o túmulo do esposo morto) durante a colonização: 1) limitou a percepção de uma complexidade ideológica do ritual para os próprios indianos; 2) desconsiderou que, mesmo o ritual reiterando ações a partir da sexualização dos indivíduos, para o sujeito indiano cunhado como mulher, a autoimolação poderia ser compreendida como um “significante excepcional de seu próprio desejo, superando a regra de conduta de uma viúva” (SPIVAK, 2010: 79); e, por fim, 3) redefiniu um lugar da mulher (a “outra” dos homens indianos e britânicos) frágil, ingênua, boa e alijada de seus direitos ao ser “obrigada” a (e não possivelmente querer) se suicidar.

Ao propor que a mulher indiana construída como subalterna, que segue a religião hindu só poderia de fato falar ao ter globalmente reconhecido seu direito à autoimolação, os escritos de Spivak (2010) dialogam com a ideia de moralismo antropocêntrico (SHOHAT; STAM, 2006) e com a análise de que, no vídeo *Angry black woman* (2014), ter um discurso *sweet* ou ser *sweet* equivale, na verdade, ao silenciamento – então ser *sweet* é interessante para quem?

Nesse sentido, reiteramos que a conclusão de Spivak (2010) de que o subalterno não pode falar tem muita relação com a ideia de que o subalterno não é escutado, ou seja, não tem seu discurso legitimado, posto que esse discurso é mediado por discursos anteriores ao seu próprio, isto é, de diferenciação e hierarquização de seres humanos, sujeitos sociais, morais culturas e culturas, os quais são historicamente situados.

Afinal, não é da fala *stricto sensu* que Spivak (2010) trata, mas da fala legitimada em instâncias de poder para conferir a autodeterminação dos ditos subalternos. E, mesmo que então os subalternos pudessem falar em grupos específicos, como entre demais subalternos, por mais que essa fala possa ter vazões emocionais e psicológicas (de dar algum e qualquer lugar ao que precisa ser dito), isso não se configurará de fato como fala emancipatória se não houver lugar de legitimidade e igualdade de escuta e legitimação em âmbito político, local e global.

Ao mesmo tempo, a legitimação do ritual *sati* nos faz pensar que tal debate resvala nas discussões sobre a universalização de direitos humanos ou a do conceito de humano. Desse modo, como garantir, ao mesmo tempo, a igualdade (de fala) humana e a diferença em um mundo com valores culturais e morais diversos e hierarquizados? Até que ponto o ritual *sati* não era uma forma de fala das mulheres indianas identificadas com um discurso ideologicamente neutro e hegemônico de submissão das mulheres a seus maridos literalmente até a morte na Índia antes da colonização britânica? Até que ponto Baartman não poderia real e genuinamente pensar como Cezar Hendrix e se identificar com seu discurso? Para além das questões morais culturais, por que só alguns sujeitos têm suas

vozes sociais (vontades e desejos sociais e internos) tornadas falas, passíveis de entrarem em ampla disputa com demais discursos? O que faz com que algumas vozes/falas tenham lugar no mundo e outras vozes se tonem silenciosas ao ressoar ou coadunar com falas e discursos e moralismos de outros (discursos mais “altos”, estabelecidos e, consequentemente, repetidos)?

Nancy Fraser (2007) nos ajuda a pensar um pouco sobre o que essas questões nos incitam ao escrever sobre a dicotômica defesa da distribuição econômica ou do reconhecimento social para a garantia de igualdade social. Para a filósofa, o reconhecimento não está relacionado à legitimação de certas identidades como possíveis no mundo, mas à garantia de participação de todos os tipos de atores sociais em debates sociais e políticos por meio da paridade de participação. A paridade de participação é o que permitiria que todos os atores sociais se tornassem pares em igualdade para toda e qualquer ação e elaboração na sociedade, sem que haja limitação de participação social devido a hierarquizações sociais, culturais e morais oriundas do que Fraser chama de padrão institucionalizado de valorização cultural.

Pensados nas perguntas propostas acima, interessa-nos a análise de Fraser de que se, por um lado o excesso de predicados associados aos sujeitos é o que leva à padronização institucionalizada de valorização cultural que promove diferenciação e hierarquização social e cultural, por outro às vezes é necessário garantir a diferença para que se alcance a paridade de participação, ou seja, a justiça do reconhecimento. Vejamos:

> No caso em que o não reconhecimento envolve a negação da humanidade comum de alguns participantes, o remédio é o reconhecimento universalista; assim, a primeira e mais fundamental compensação para o *apartheid* sul-africano foi a cidadania universal “não racializada”. Ao contrário, quando o não reconhecimento envolve a negação daquilo que é distinto em alguns participantes, o remédio pode ser o reconhecimento da especificidade; desse modo, muitas feministas argumentam que a superação da subordinação de gênero requer o reconhecimento da capacidade única e distinta de as mulheres darem à luz. Em todo caso, o remédio deve ser moldado para o dano. (FRASER, 2007: 121, grifos da autora e nossos)

Entre as proposições de Fraser, interessa-nos também a ideia de que para que haja paridade de participação é preciso modificar o padrão institucionalizado de valorização cultural. Mas como? Pensamos que talvez por meio da positivação de todas as culturas negativadas discursiva e historicamente.

Nesse sentido, a nosso ver, o cinema, ou melhor, as produções audiovisuais, quando operam não apenas como reflexo convencionalizado, mas também como refração da realidade, têm papel político-dialético na positivação de todas as culturas negativadas discursivamente. A dialética está no desafio de promover a paridade de participação (discursiva e de fala) de diferentes culturas e sujeitos sociais intradiegeticamente e, assim, torná-la uma possibilidade também extradiegeticamente.

O que podemos chamar de “justiça de reconhecimento audiovisual”, no sentido de modificar ou implodir o “padrão institucionalizado de valorização cultural”, não será, para continuarmos na linha de Fraser associada a todo o restante que escrevemos aqui, conseguida apenas por meio de distribuição econômica que leve as minorias sociais, raciais e de gênero a deterem os meios de produção cinematográfica e suponha que só a representatividade de minorias sociais entre produtores levará necessariamente a uma representação positiva dessas minorias nas ficções, como comumente se pensa. Contudo, será conseguida com o empenho em incluir entre produtores audiovisuais sujeitos de minorias sociais, raciais e de gênero que questionem e implodam os discursos hegemônicos

e estejam implicados em redefinir e/ou implodir, dentro e fora das ficções, as padronizações institucionalizadas de valorização culturais e os significados hegemônicos das “imagens-corpos”.

Enquanto discursos e falas hegemônicas puderem ser mais escutados e mais passíveis de interpelar e cunhar identidades de negros, brancos, indígenas e todas as demais etnias e raças sociais dos sujeitos, só a representatividade social entre produtores não irá gerar uma justa paridade de representação e participação (por falas, discursos e “imagens-corpos”) intradiegética e extradiegeticamente.

Assim, considerando que políticas afirmativas como cotas funcionam como uma das principais formas de promoção da paridade de participação na realidade vivida por nós, fazemos a seguinte ressalva: se o que não é representado/ordenado não é dado a ver/existir na realidade mediada, o que não é visto nessa realidade não é passível de ser refletido ou mesmo refratado nas ficções audiovisuais. Além da disputa ideológica dos significados das representações/ordenações que ocorre nas produções ficcionais, há que se considerar o âmbito das transformações sociais da realidade material vivida por nós, o qual está relacionado à necessidade de modificação e implosão dos padrões institucionalizados de valorização cultural reiterados e refratados nas representações ficcionais. Em suma, para falarmos sobre representatividade e representação nas ficções (audiovisuais), precisamos falar da realidade vivida por nós e sobre as suas (não) transformações sociais.

Referências

ANGRY black woman. 3’08’’. *Marcos Ferreira*, Youtube, 21 ago. 2015. Disponível em <https://goo.gl/DHsrJG>. Acesso em: 4 abr. 2017.

BORGES, R. Política, imaginário e representação: uma nova agenda para o século XXI? *Blog da Boitempo*, 2016. Disponível em: <https://goo.gl/Bqnq69>. Acesso em: 31 jul. 2016.

BRAIT, B. *A personagem*. São Paulo: Ática, 1985.

BAKTHIN, M.; VOLOCHÍNOV, V. *Marxismo e filosofia da linguagem*. 11. ed. São Paulo: Hucitec, 2004.

CANDIDO, A. et al. *A personagem de ficção*. São Paulo: Perspectiva, 1958.

CANDIDO, M.; DAFLON, V.; FERES-JÚNIOR, J. Cor e gênero no cinema comercial brasileiro: uma análise dos filmes de maior bilheteria. *Revista do Centro de Pesquisa e Formação*, São Paulo, n. 3, 2016.

DOANE, M. The afterimage, the index, and the accessibility of the present. In: _____. *The emergence of cinematic time*: modernity, contingency, the archive. Cambridge: Harvard University Press, 2002.

ECO, U. *Seis passeios pelos bosques da ficção*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

FANON, F. *Pele negra, máscaras brancas*. Salvador: Edufba, 2008.

FERREIRA, J.; HAMLIN, C. Mulheres, negros e outros monstros: um ensaio sobre corpos não civilizados. *Revista Estudos Feministas*, Florianópolis, v. 18, n. 3, p. 811-836, 2010.

FOUCAULT, M. Sobre a arqueologia das ciências: respostas ao círculo epistemológico. In: _____. *Estruturalismo e teoria da linguagem*. Petrópolis: Vozes, 1971.

FRASER, N. Reconhecimento sem ética? *Lua Nova*, São Paulo, v. 70, p. 101-138, 2007.

GOMES, M. R. Do simbólico ao imaginário. In: _____. *Comunicação e identificação* – ressonâncias no jornalismo. Cotia: Ateliê, 2008.

HALL, S. Quem precisa de identidade? In: HALL, S.; SILVA, T. T. *Identidade e diferença*: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000.

HAMBURGER, E. Violência e pobreza no cinema brasileiro recente: reflexões sobre a ideia de espetáculo. *Novos Estudos*, São Paulo, n. 78, p. 113-128, 2007.

HOOKS, B. *Ensinando a transgredir*: a educação como prática de liberdade. São Paulo: Martins Fontes, 2013.

MORIN, E. *Introdução ao pensamento complexo.* Porto Alegre: Sulina, 2006.

MOURÃO, M. D. A montagem cinematográfica como ato criativo. *Significação* – Revista de Cultura Audiovisual, São Paulo v. 33, n. 25, p. 229-250, 2006.

NOGUEIRA, I. *Significação do corpo negro*. 1998. 143 f. Tese (Doutorado em Psicologia Escolar e do Desenvolvimento Humano) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1998.

NWABASILI, M. Q. Viola Davis: a mulher negra de mentira é real? *Miguel Arcanjo Prado*, 2015. Disponível em: <https://goo.gl/JkA0iT>. Acesso em: 7 jun. 2017.

_____. Além do que se vê: Xicas da Silva e os signos ideológicos. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 39., 2016, São Paulo. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2016. Disponível em: <https://goo.gl/blfwlm>. Acesso em: 7 jun. 2017.

PEIRCE, C. *Semiótica.* São Paulo: Perspectiva, 1977.

RODRIGUES, J. *O negro brasileiro e o cinema*. 4. ed. Rio de Janeiro: Pallas, 2011.

SERELLE, M. The ethics of mediation: aspects of media criticism in Roger Silverstone’s works. *Matrizes*, São Paulo, v. 10, n. 2, 75-90, 2016.

SHOHAT, E.; STAM, R. *Crítica da imagem eurocêntrica*: multiculturalismo e representação. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

SOARES, R. De palavras e imagens: estigmas sociais em discursos audiovisuais. *E-Compós*, Brasília, DF, v. 12, n. 1, 2009.

_____. Estigmas sociais em narrativas audiovisuais: entre a consolidação e transgressão. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 19., 2010, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: PUC, 2010.

SPIVAK, G. et al. *Pode o subalterno falar?* Belo Horizonte: UFMG, 2010.

STAM, R. *Bakthin*: da teoria literária à cultura de massa. São Paulo: Ática, 1992.

_____. *Introdução à teoria do cinema*. Campinas: Papirus, 2003.

STAM, R.; VUGMAN, F. S. *Multiculturalismo tropical*: uma história comparativa da raça na cultura e no cinema brasileiros. São Paulo: Edusp, 2008.

VÊNUS Negra. Direção: Abdellatif Kechiche. Intérpretes: Yashima Torres; Andre Jacobs; Olivier Gourmet; François Marthouret; Elina Löwensohn e outros. Roteiro: Abdellatif Kechiche. Paris: MK2 Productions, 2010. (162 min), son., color. Disponível em: <https://goo.gl/qvhLff>. Acesso em: 26 out. 2015.

XAVIER, I. *O olhar e a cena*: melodrama, Hollywood, Cinema Novo, Nelson Rodrigues. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

XICA da Silva. Direção: Carlos Diegues. Intérpretes: Zezé Motta; Walmor Chagas; Altair Lima; José Wilker; Stepan Nercessian e outros. Roteiro: Antonio Callado, Carlos Diegues e João Felicio dos Santos. São Paulo: Embrafilme, 1976. (116 min), son., color.

NOVOS OLHARES

Volume 6 - Número 1

1º SEMESTRE DE 2017

ENTREVISTA COM DAVID KING DUNAWAY: O DOCUMENTÁRIO RADIOFÔNICO
Daniel Gambaro
Eduardo Vicente

DIANTE DAS PRIMEIRAS EXPERIÊNCIAS DE CRIANÇAS NEGRAS BRASILEIRAS COM O RACISMO: PRÁTICAS PARENTAIS E NARRATIVAS MIDIÁTICAS CONTRAINTUITIVAS
Leandro Leonardo Batista
Francisco Leite

JORNALISMO E SUBJETIVIDADE: A POÉTICA DA GRANDE REPORTAGEM
Renato Essenfelder

SMARTPHONES E USOS DE GÊNERO: UMA ETNOGRAFIA SOBRE MULHERES CONECTADAS
Camila Rodrigues Pereira
Sandra Rubia da Silva

NEM HARDWARE, NEM SOFTWARE: O OLHAR VOLTADO PARA O *PEOPLEWARE* SEGUNDO O PENSAMENTO SISTÊMICO E A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL
Odila de Fátima Passos Barboza
Robson Dias
Victor Márcio Laus Reis Gomes
Maria Cecília Alves Martinez
João José Azevedo Curvello

ANÁLISE DO USO DOS COMENTÁRIOS DOS LEITORES DE JORNAIS POR PARTE DA IMPRENSA – UMA CATEGORIZAÇÃO
Lucas Reino
Thaísa Bueno

CONDIÇÃO DE MORADIA: SENSIBILIDADES DE FRONTEIRA NUMA OCUPAÇÃO EM SÃO PAULO
Frederico Jorge Tavares de Oliveira

O ENVELHECIMENTO NA TELA: O DISCURSO DA VELHICE ATIVA EM PROGRAMAS DE TV E DOCUMENTÁRIOS
Sílvia Góis Dantas

RELAÇÕES DE GÊNERO NOS ESTUDOS DE RECEPÇÃO E CONSUMO MIDIÁTICO: PERSPECTIVAS DE TESES E DISSERTAÇÕES EM COMUNICAÇÃO ENTRE 2010 E 2015
Tainan Pauli Tomazetti
Paula Coruja

A ALTURA DAS FALAS NA "REALIDADE" E NA FICÇÃO AUDIOVISUAL: REFLEXÕES SOBRE REPRESENTAÇÃO E REPRESENTATIVIDADE
Mariana Queen Nwabasili

ISSN: 2238-7714

apoio:

ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

SIBi
SISTEMA INTEGRADO DE BIBLIOTECAS
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

realização:

PPG MPA
Programa de Pós Graduação em
Meios e Processos Audiovisuais