

**Alexandre Farbiarz
Flávia Clemente de Souza
Patrícia Saldanha
Rachel Bertol
Orgs.**

**MÍDIA E COTIDIANO:
novos diálogos e investigações**

LETR**C**APITAL

Conselho Editorial

Série Letra Capital Acadêmica

Ana Elizabeth Lole dos Santos (PUC-Rio)

Beatriz Anselmo Olinto (Unicentro-PR)

Carlos Roberto dos Anjos Candeiro (UFTM)

Claudio Cezar Henriques (UERJ)

Ezilda Maciel da Silva (UNIFESSPA)

João Luiz Pereira Domingues (UFF)

João Medeiros Filho (UCL)

Leonardo Agostini Fernandes (PUC-Rio)

Leonardo Santana da Silva (UFRJ)

Lina Boff (PUC-Rio)

Luciana Marino do Nascimento (UFRJ)

Maria Conceição Monteiro (UERJ)

Maria Luiza Bustamante Pereira de Sá (UERJ)

Michela Rosa di Candia (UFRJ)

Olavo Luppi Silva (UFABC)

Orlando Alves dos Santos Junior (UFRJ)

Pierre Alves Costa (Unicentro-PR)

Rafael Soares Gonçalves (PUC-Rio)

Robert Segal (UFRJ)

Roberto Acízelo Quelha de Souza (UERJ)

Sandro Ornellas (UFBA)

Sergio Azevedo (UENF)

Sérgio Tadeu Gonçalves Muniz (UTFPR)

Waldecir Gonzaga (PUC-Rio)

Alexandre Farbiarz
Flávia Clemente de Souza
Patrícia aldanha
Rachel Bertol
Organizadores

MÍDIA E COTIDIANO:
novos diálogos e investigações

LETRCAPITAL

Copyright © Alexandre Farbiarz, Flávia Clemente de Souza,
Patrícia Saldanha e Rachel Bertol (Orgs.), 2021

*Todos os direitos reservados e protegidos pela Lei nº 9.610, de 19/02/1998.
Nenhuma parte deste livro pode ser reproduzida ou transmitida, sejam quais forem os
meios empregados, sem a autorização prévia e expressa do autor.*

EDITOR João Baptista Pinto
CAPA Luiz Guimarães
PROJETO GRÁFICO/EDITORAÇÃO Luiz Guimarães
REVISÃO Rita Luppi

CIP-BRASIL. CATALOGAÇÃO NA FONTE
SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS, RJ

M573

Mídia e cotidiano [recurso eletrônico] : novos diálogos e investigações / organização
Alexandre Farbiarz ... [et al.]. - 1. ed. - Rio de Janeiro : Letra Capital, 2021.

Recurso digital ; 10 MB

Formato: ebook

Modo de acesso: world wide web

ISBN 978-65-89925-47-7 (recurso eletrônico)

1. Sociedade da informação. 2. Mídia social. 3. Comunicação de massa - Aspectos
sociais. 4. Livros eletrônicos. I. Farbiarz, Alexandre. II. Série.

21-74806

CDD: 303.4833

CDU: 316.77

Camila Donis Hartmann - Bibliotecária - CRB-7/6472

LETRA CAPITAL EDITORA
Tels.: (21) 3553-2236/2215-3781
www.letracapital.com.br

*Este livro foi gestado no ano da pandemia da Covid-19,
um tempo que evidenciou, ainda mais,
a importância das mídias no cotidiano.*

Sumário

Apresentação.....	9
<i>Alexandre Farbiarz, Flávia Clemente de Souza, Patrícia Saldanha e Rachel Bertol</i>	
Prefácio.....	11
<i>Vera Veiga França</i>	
LINHA 1: LINGUAGENS, REPRESENTAÇÕES E PRODUÇÃO DE SENTIDOS	19
Os limites da objetividade jornalística em um cenário de desinformação, desigualdades e distribuição algorítmica de notícias.....	21
<i>Adriana Barsotti</i>	
Ludicidade e cotidiano nos contextos contemporâneos de ensino-aprendizagem.....	39
<i>Alexandre Farbiarz</i>	
Uma pesquisa sem fim: narrativas, representações e imaginários nos múltiplos trânsitos cotidianos da imagem.....	67
<i>Denise Tavares</i>	
A comunicação institucional e suas interfaces diante dos processos de representação no cenário cotidiano mediatizado.....	88
<i>Flávia Clemente de Souza</i>	
Regimes temporais do cotidiano: perspectivas para o debate sobre mídia, catástrofe e historicidade	107
<i>Rachel Bertol</i>	
Narrativas e afetos do cotidiano mediatizado: mídia, imaginário e produção de sentidos na sociedade contemporânea	130
<i>Renata Rezende Ribeiro</i>	

Tecnologias, representações e percursos midiáticos no cotidiano escolar	146
<i>Walcéa Barreto Alves</i>	
LINHA 2: POLÍTICAS, DISCURSOS E SOCIEDADE	169
O cotidiano como arena de luta pelas iniciativas de radiodifusão comunitária.....	171
<i>Adilson Vaz Cabral Filho</i>	
A dissimulação das marcas em tempos de Covid-19: ideologias do capital e resistência no cotidiano pandêmico ..	191
<i>Ana Paula Bragaglia</i>	
Mídia, cotidiano e política: o que os jovens nos ensinam sobre esta relação?	214
<i>Carla Baiense Felix</i>	
O jornalismo confrontado a partir de seus discursos e práticas	232
<i>Larissa Moraes</i>	
Pensando a relação entre mídia e cotidiano com Lukács, Heller, Moretzsohn <i>et al</i>	245
<i>Marco Schneider</i>	
Engajamento, mídia e cotidiano hegemonia em contexto de midiaticização e plataformização	264
<i>Pablo Nabarrete Bastos</i>	
Publicidade Social x Publicidade Sensorial: a disputa pelo ‘comum’ no tempo e no espaço	285
<i>Patrícia Saldanha</i>	
Sobre os Autores	309
Índice Remissivo	317
Índice Onomástico	325

Apresentação

Alexandre Farbiarz
Flávia Clemente de Souza
Patrícia Saldanha
Rachel Bertol

Ao aceitar o desafio de organizar esta coletânea, com artigos sobre as pesquisas desenvolvidas pelos 14 professores pertencentes ao quadro permanente do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense (PPGMC/UFF), imaginamos uma reflexão sobre o somatório de nossas individualidades através de nossas investigações. Como forma de organização, optamos por dividir os autores pelas linhas teóricas do PPGMC/UFF às quais se vinculam: “Linguagens, Representações e Produção de Sentidos” e “Políticas, Discursos e Sociedade”.

O sentido de apostar na heterogeneidade deste livro está ligado à própria noção de cotidiano, nosso marco teórico fundador. Heller, autora que, entre outros, constitui o fio condutor de grande parte das pesquisas do programa, compreende que os cientistas só podem produzir a partir de suas particularidades individuais, por pertencerem à vida cotidiana. No entanto, mesmo o cotidiano tendo como característica ser heterogêneo, é na nossa capacidade de homogeneização que reside o diferencial da obra científica. Nas palavras de Heller, “toda obra significativa volta à cotidianidade e seu efeito sobrevive na cotidianidade dos outros”.

Também não podemos deixar de citar o marco temporal desta coletânea como outro diferencial também ligado à cotidianidade. Nosso gancho vem do lançamento da obra *Pesquisas em Mídia e Cotidiano*, em 2014, que refletia então o momento fundador do nosso programa e de seus caminhos teóricos, assim como do lançamento da obra *Mídia e Cotidiano: uma cartografia de pesquisas*, em 2020, com textos repercutindo os estudos dos grupos de pesquisa do nosso programa. A coletânea atual,

Mídia e Cotidiano: novos diálogos e investigações, permite vislumbrar tanto o amadurecimento trazido pelo passar dos anos, que se soma às novas vozes e reflexões, quanto à identidade de cada um dos pesquisadores, em um espaço que harmoniza o particular e o coletivo.

Por fim, não poderíamos deixar de fazer um agradecimento especial à professora e pesquisadora Vera França, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), que brindou esta edição com um prefácio costurado por nossas trajetórias. Recentemente, Vera França protagonizou a *live* “Pandemia, Cotidiano e Mídia” onde debateu sobre o conceito de acontecimento que, por acaso, ou não, nos remeteu ao texto “O acontecimento e a mídia” (2012) publicado exatamente no ano da aprovação de nosso programa. Esses e outros acasos da vida cotidiana, em ambos os tempos atravessados pelo avanço da ciência, demarcaram eixo que corporificou a unidade do PPGMC por meio da tessitura de nossas pesquisas individuais sensivelmente articuladas por França.

Esperamos trazer a vocês um livro que, como nas pinturas impressionistas, traga a visão de um todo homogêneo, mas permita discernir cada pincelada de cor.

Prefácio

Vera Veiga França

Escrever um prefácio traz um componente de grande satisfação, mas também o peso de uma responsabilidade. O/a “prefaciador/a” é um mestre de cerimônia, e ocupar esse lugar de anunciador é gratificante, pois nos torna parte do acontecimento e nos coloca em interlocução direta com seus personagens. Ao mesmo tempo, é preciso acertar o tom, estar em sintonia com o/s enquadramento/s colocado/s pela obra e, sobretudo, estabelecer um diálogo com sua proposta.

Foi com essa responsabilidade que fiz a leitura dos capítulos que se seguem, e busquei apreender tanto uma visão de conjunto quanto a particularidade das diferentes contribuições.

O Programa, as Linhas e as pesquisas

O Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense (UFF) define como área de concentração a relação entre discursos midiáticos e práticas sociais – e essa escolha já estabelece um lugar de entrada, que é o “entre”, a dinâmica das relações. Trata-se de estudos da mídia, naturalmente – pois a Comunicação, em nossos tempos, tem na esfera midiática seu *locus* central de produção de sentidos, cristalização das representações, vértice das conversações. Atentos, porém, à inserção da mídia no seu tecido constituidor, que são as relações sociais vividas em nosso dia a dia.

Coerente com o nome do programa, uma perspectiva central atravessa as duas Linhas de Pesquisa e o trabalho dos pesquisadores, que é a noção de cotidiano, conforme trabalhada por autores como Agnes Heller, Henri Lefebvre, Karel Kosik e Michel Maffesoli. Heller, sobretudo, e sua ideia de suspensão do cotidiano, está presente em inúmeros trabalhos. O artigo de Marco Schneider faz um importante resgate das bases lukacsianas

do pensamento de Heller, através das articulações entre universal, singular e particular na constituição do conhecimento cotidiano, e destaca a quase convocação da filósofa: a estrutura da vida cotidiana está assentada em uma dinâmica alienante, mas é possível uma “suspensão”. E é nessa suspensão – não propriamente do cotidiano, que é nosso espaço de vida, mas de suas estruturas alienantes – que apostam e apontam os trabalhos dos pesquisadores.

Duas perguntas então se colocam diante desse posicionamento que orienta o programa: que cotidiano é esse, que é tomado como terreno de alienação? E que mecanismos seriam esses, que possibilitariam sua suspensão? Heller e Schneider elencam vários elementos facilitadores de ações irrefletidas, do velamento da realidade, tais como a praticidade, a necessidade de respostas imediatas, a espontaneidade, a cristalização de estereótipos e preconceitos que atravessam o cotidiano. Porém, assim como apontado por alguns trabalhos (Ana Paula Bragaglia, Patrícia Saldanha), essas estruturas alienantes estão ligadas sobretudo ao capitalismo e à necessidade de ocultação de suas estruturas de funcionamento; à sociedade de consumo, que impregna modos de vida; ao individualismo reinante, estimulando a construção de subjetividades hedonistas e narcísicas; ao neoliberalismo, que nos coloca como empreendedores solitários de um mundo desprovido de um “nós”.

A suspensão do cotidiano, por sua vez, se daria através do pensamento crítico, de práticas reflexivas e reveladoras, de uma educação para a autonomia – e estes devem ser as ferramentas e o compromisso dos projetos educacionais de um país que se quer livre; da formação de comunicadores atuando em prol da construção de uma sociedade marcada pela justiça social.

No campo dos estudos comunicacionais, o cotidiano é pensado sobretudo através da interpenetração da mídia (da maneira como ele perpassa a mídia e é atravessado por ela) – e aqui trata-se das diferentes mídias: jornalismo, publicidade, radiodifusão, produção audiovisual, tecnologias digitais. Vivemos um cenário de midiaticização e uma plataformização, nos lembra o artigo de Pablo Nabarrete: a lógica midiática molda sociabilidades (Fausto Neto, José Luiz Braga); a plataformização é sua

estrutura material, a base tecnológica que reorienta e condiciona nossas interações no mundo.

As duas linhas de pesquisa do programa dialogam sobre vários aspectos comuns, compartilham parte da bibliografia, entrelaçam temáticas. Mas ganham especificidade naquilo que constitui seu ponto de inflexão, ou o lugar de onde partem as perguntas. Assim como em outros programas da área, essa divisão poderia ser classificada, grosso modo, em ênfase na linguagem, ênfase no social (que são, diga-se de passagem, os dois eixos que, em seu cruzamento, configuram os processos comunicativos). Porém, cada programa responde à sua maneira a essa disjunção, em função do leque de pesquisas e dos pesquisadores/as que agrega.

A *Linha 1 – Linguagens, representações e produção de sentidos* –, teria como ponto de ancoragem o terreno do simbólico. Adriana Barsotti se preocupa com a questão da representação, os limites da objetividade, os efeitos da distribuição algorítmica das notícias, a presença da desinformação e da mentira no jornalismo. E pergunta: relatar fatos é suficiente?! Flávia Clemente trata da comunicação institucional, destaca o duplo agendamento – aquele promovido pela mídia na sociedade (hipótese da *agenda setting*), mas também o outro, mais invisível, promovido pelas fontes da mídia (empresas e sua comunicação institucional). E destaca a importância de desvelar as mediações.

A perspectiva educacional é acionada pelas reflexões de Farbiarz e Barreto Alves. Alexandre Farbiarz remete à sua própria experiência didática e, lembrando Paulo Freire, propõe uma dinâmica interacional impregnada pelo lúdico como caminho para maior envolvimento dos alunos e estímulo ao pensamento crítico. Walcéa Alves pesquisa as representações construídas pelos jovens sobre a comunicação digital; seu uso cotidiano seria da ordem das táticas, conforme Certeau? Favorecendo a interatividade, também estaria (esse uso) estimulando a reflexividade crítica e a dialogicidade propugnada por Freire?

Representações, fabulações, imaginário, subjetividades, historicidades são conceitos tratados por Tavares, Ribeiro e Bertol. Denise Tavares, analisando audiovisuais, percorre dois caminhos: juventude e suicídio, e meio ambiente. Do ponto

de vista da forma, defende o método poético e a atenção aos processos criativos e à experimentação de linguagens. No tratamento das duas temáticas, e debruçando-se sobre audiovisuais biográficos latino-americanos, indaga sobre a presença da história e da ideologia permeando os imaginários. Renata Rezende Ribeiro acentua o papel das mídias na construção do imaginário contemporâneo e analisa as narrativas catárticas e a presença da morte. Ao mesmo tempo, junto com Maffesoli, destaca a nobreza da vida cotidiana como terreno onde se elabora o conhecimento do social. E Raquel Bertol envereda pelos caminhos do tempo, da historicidade, percebendo as crises e as catástrofes – onde o presentismo incorpora a preocupação com o Antropoceno e as condições de sobrevivência da espécie humana. Diante da ameaça das distopias, heterotopias e heterocronias (Foucault) se colocam como possibilidades de espaços-outros e novas capacidades de definir o presente (Rancière).

Na *Linha 2 – Políticas, discursos e sociedade* – se destacam alguns artigos de fundamentação teórica e predomina um enfoque sociopolítico, de crítica ao capitalismo e ao individualismo, bem como de ênfase em formas de resistência. Marco Schneider, como mencionado acima, discute as contribuições de Lukács e Heller no tratamento da alienação e, através de Moretzsohn, defende um jornalismo crítico e uma objetividade no tratamento dos fatos “para além dos fatos”. Já Larissa Morais aponta um cenário de crise do jornalismo, sua atuação produzindo e reproduzindo relações de poder, porém seu compromisso – atuando na construção da realidade – de ultrapassar o senso comum e se fazer vetor de reflexividade.

Pablo Nabarrete Bastos também desenvolve uma reflexão de cunho mais teórico, explorando o conceito de engajamento para além de uma compreensão genérica e em articulação com os conceitos de hegemonia e contra-hegemonia. Acionando Gramsci e uma literatura gramsciana, destaca, através do conceito de plataformização, a importância de atentar para as bases materiais da hegemonia.

Um cenário de descaso com a radiodifusão – enfrentando entraves políticos e econômicos, e sofrendo a concorrência das tecnologias de uso individual – é denunciado por Adilson Vaz

Cabral Filho. E a publicidade é tratada em artigos de Bragaglia e Saldanha. Ana Paula Bragaglia critica o individualismo contemporâneo, vivido em um contexto de espetacularização e exacerbação do consumo. A publicidade das marcas encena um compromisso social ao mesmo tempo que oculta os efeitos da concentração de capital, acentuando a alienação cotidiana. Na mesma direção, Patrícia Saldanha discute a reorganização da publicidade na atual fase do capitalismo, os mecanismos de promoção de um consumo sem culpa, o desenvolvimento de experiências sinestésicas que estão na base de uma publicidade sensorial. Ações contra-hegemônicas se fazem necessárias, mas estas supõem o desenvolvimento de metodologias de resistência e maior aproximação e compreensão do contexto de vida das pessoas.

Diante da alienação da vida cotidiana, a atuação das forças hegemônicas, as tendências individualistas e individualizantes, urge suscitar uma educação para a cidadania. Carla Baiense Felix discute as relações entre letramento digital e democracia, competência midiática e participação política, e atenta para o lugar da juventude – conectada, mas não necessariamente sensibilizada para maior participação cívica. O letramento digital “é causa necessária, mas não suficiente” para ativar a cidadania, mostram estudos; o aprendizado da cidadania supõe ações mais profundas e mais sensíveis, em diálogo com as condições socioculturais em que vive a juventude (e diferentes grupos de nossa sociedade).

Diálogo e afinidades

O diálogo com o trabalho de colegas, como disse no início, é sempre prazeroso. E mais ainda quando descobrimos afinidades e nos percebemos juntos na mesma direção. Também no meu caso, e no trabalho do grupo de pesquisa do qual faço parte (GRIS – Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade¹), a relação mídia-vida cotidiana é ponto de partida e, nos parece, marca o diferencial da Comunicação. Cabe aos estudos comuni-

¹ A propósito de nosso trabalho, consultar <http://www.fafich.ufmg.br/gris/> e também <https://grislab.com.br/>.

cacionais dar a ver a dinâmica de construção diária da sociedade através das nossas múltiplas práticas interativas, penetradas cada vez mais pelas tecnológicas comunicacionais, alimentadas pelas representações e quadros de sentidos elaborados nesse vai e vem entre grande mídia, redes sociais e a dinâmicas dos diferentes grupos que compõem nossa sociedade.

Porém a afinidade não se deu apenas nesse vértice das interações, mas também e sobretudo no tipo de compromisso que marca os trabalhos. Nos últimos anos (décadas, na verdade), talvez pela ilusão da calma e de uma sociedade pacificada, os estudos comunicacionais abandonaram o viés crítico e se permitiram aninhar-se no terreno do subjetivo, nas particularidades, na configuração das formas e nas sinuosidades da estética. Não que esse caminho fosse desimportante – longe disso. É no particular que experimentamos nossas conquistas e nossas agruras; são os afetos que cimentam nossas escolhas e ações. Porém as forças estruturais que governam nossa vida a ultrapassam e penetram de forma nem sempre visível as interações comunicativas das quais participamos. Esquecendo tais dinâmicas e enveredando por outros caminhos e conceitos, os estudos comunicacionais abandonaram os conceitos de ideologia, alienação, forças materiais, formações históricas.

No entanto, nada como o choque do real forçando nossa porta; o desgoverno ao qual estamos submetidos, os retrocessos políticos, o negacionismo, a necropolítica, a adesão cega a líderes obscurantistas vieram evidenciar a dimensão decisiva que permeia o terreno das representações, atravessa os imaginários, ordena os discursos e configura nossas interações comunicativas – que é a ideologia. O contexto atual (brasileiro e mundial) estimula a constatação de que não podemos falar em linguagem, em comunicação, em construção de sentidos negligenciando a presença da ideologia. Desde Marx², passando por diferentes formulações, a ligação entre as ideias, as representações e as relações de dominação se mostrou inequívoca. Podemos tomar

² “Os pensamentos dominantes são apenas a expressão ideal das relações dominantes concebidas sob a forma de ideias e, portanto, a expressão das relações que fazem de uma classe a classe dominante; dizendo de outro modo, são as ideias do seu domínio” (MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **A ideologia alemã I**. Lisboa: Presença, 1980. 4. ed., p. 56).

a ideologia como falsa consciência, reificação do real (Lukács), construção da hegemonia (Gramsci) ou, à moda althusseriana, representação das relações imaginárias dos indivíduos com suas verdadeiras condições de existência. Por diferentes caminhos, o conceito nos revela que os discursos, as representações não são inocentes, mas tradução e projeção de relações de força.

Estar atento a essa dinâmica e acionar processos de conscientização, convocar práticas contra-hegemônicas e movimentos de resistência no terreno do simbólico e no campo discursivo é tarefa que cabe aos comunicadores e aos pesquisadores da Comunicação.

O investimento dos professores do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense segue essa linha. Os artigos desta coletânea, indicadores do trabalho de pesquisa e de formação desenvolvido pelo programa, são muito bem-vindos no seio da comunidade de nossa área.

Belo Horizonte, 20 de setembro de 2021.

LINHA 1:
LINGUAGENS, REPRESENTAÇÕES
E PRODUÇÃO DE SENTIDOS

Os limites da objetividade jornalística em um cenário de desinformação, desigualdades e distribuição algorítmica de notícias

Adriana Barsotti

Introdução

Historicamente, o jornalismo profissional se consolidou com base no *ethos* de emanar “a verdade”. Nos EUA, o jornalismo de informação surge na primeira década do século XIX, quando os jornais começam a se massificar e abandonam o paradigma do jornalismo de opinião, que até então prevalecia nas redações. Primeiras páginas não eram ocupadas com manchetes tampouco chamadas para notícias, conceito que só passa a existir no jornalismo moderno (SCHUDSON, 1988). No Brasil, o processo de transformação do jornalismo de opinião para o de informação acontece quase um século mais tarde, com as primeiras manchetes surgindo com alguma regularidade entre 1905 e 1906 (BARSOTTI, 2017).

Na segunda década do século XXI, nota-se que esse lugar de fala do jornalismo de “emanar a verdade” encontra-se ameaçado. No Brasil, o desgaste ficou mais exposto nas eleições presidenciais de 2018, que resultaram na eleição de Jair Bolsonaro, na esteira do mesmo fenômeno que já havia sido observado no pleito presidencial americano, em 2016: o das chamadas *fake news*. Prefiro adotar em minhas pesquisas, assim como outros autores, o termo desinformação (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017) por entender que *fake news* não contribuem para o campo de estudos sobre o jornalismo. Quem as fabrica se apropria das técnicas consolidadas pelo jornalismo profissional para enganar intencionalmente o público.

Durante a pandemia do novo coronavírus, o problema foi agravado, levando a Unesco a lançar a cartilha *Desinfodemia: decifrar a desinformação sobre a Covid-19* (POSETTI; BONT-

CHEVA, 2020). “Não estamos apenas lutando contra uma epidemia; estamos lutando contra uma infodemia”, alertou o diretor-geral da Organização Mundial de Saúde (OMS), Tedros Adhanom Ghebreyesus (GALHARDI, 2020). O fenômeno não é novo, mas o consumo cada vez maior de notícias pelas redes sociais – no Brasil, ele ultrapassou o da TV aberta na pandemia – acelera a disseminação da desinformação. Pode parecer contraditório, mas, no mesmo país, 84% das pessoas dizem estar preocupadas com as chamadas *fake news* (DIGITAL NEWS REPORT, 2020).

Nesse contexto de desinformação, o jornalismo parece querer resgatar seu lugar de fala de emanar “a verdade”. No dia 15 de janeiro de 2021, a Agência Lupa, de *fact-checking*, publicou, pela primeira vez, uma checagem usando o verbo “mentir”. Intitulado “Em *live* no pior dia de Manaus, Bolsonaro mente sobre Covid-19 no Brasil”, o texto informava que o ministro da Saúde, Eduardo Pazuello, e que o presidente da República, Jair Bolsonaro, fizeram uma transmissão ao vivo na qual repetiram informações falsas sobre a Covid-19. Entre elas, a de que existiria um “tratamento precoce” contra a doença. Naquela semana, Manaus registrara o maior número de novas internações por Covid-19 desde o início da pandemia, em março. A falta de oxigênio levou à transferência de mais de 30 pacientes para outros estados e a previsão era de enviar pelo menos outros 200.

Em editorial publicado no mesmo dia, a Agência Lupa explicou as razões pelas quais passaria a utilizar a palavra mentira. O texto – “Apontaremos mentiras quando as virmos” – indica que, por mais que erros ditos por personalidades e políticos pudessem se assemelhar a mentiras, a agência não utilizava a expressão, preferindo até o momento optar pela etiqueta “falsa”. “Decidimos mudar. Até esta sexta-feira, portanto, ao classificar uma fala como falsa, nós, na Lupa, jamais havíamos afirmado que alguém mentira. Mas o ano e a realidade pandêmica nos obrigam a reavaliar esta posição” (APONTAREMOS, 2021). À época, o país atingira a marca de 200 mil mortos, ficando atrás apenas dos EUA, em números absolutos. “A overdose de notícias e de checagens sobre o assunto nos permite dizer que, em território nacional, há – sim – quem minta deliberadamente sobre a

pandemia e seus efeitos e que é hora de falar claramente sobre isso” (APONTAREMOS, 2021).

A atitude da Agência Lupa foi acompanhada por outros veículos de imprensa, embora não o tenham declarado em seus editoriais. No dia 18 de janeiro, o *GI*, site das Organizações Globo, publicou a notícia “Pazuello mente ao afirmar que ministério nunca recomendou ‘tratamento precoce’ para Covid” (PAZUELLO, 2021). No mesmo dia, o *UOL Notícias* publicou título parecido: “Pazuello mente ao dizer que Saúde nunca indicou remédios contra a Covid-19 (MOTTA, 2021)”. Tais títulos contrastam com alguns bem mais suaves publicados meses antes, como “Decotelli oficializa saída do MEC após inconsistências no currículo”, estampado no *UOL*, sobre mentiras inseridas no Currículo Lattes do então ministro da Educação, Carlos Alberto Decotelli, que ficou apenas cinco dias no cargo (ARAÚJO; ANDRADE, 2020). Entre elas, a de que era doutor pela Universidade Nacional de Rosário, na Argentina, informação desmentida pelo próprio reitor da instituição.

À primeira vista, pode parecer sutil a mudança dos sites jornalísticos em suas abordagens sobre a “falsidade”, “veracidade” e “mentira” envolvendo notícias sobre autoridades e a pandemia do novo coronavírus. Entretanto, isso traz questionamentos profundos em relação às teorias e práticas consolidadas no jornalismo, mais especificamente no que concerne à objetividade jornalística (TUCHMAN, 1978, 1999; SCHUDSON, 2010). Se a objetividade ajudou a construir e consolidar as práticas jornalísticas, agora se revela limitante como ferramenta para o jornalismo traduzir e interpretar a realidade, partindo da premissa que a atividade é produtora de conhecimento (PARK, 1972) e uma forma de interpretação do mundo que nos cerca. Qual a saída para os impasses gerados pela objetividade jornalística? É possível conciliar o discurso do imaginário profissional construído em torno da neutralidade, da prática de “ouvir os dois lados” em um contexto de negacionismo da ciência e da afronta aos direitos humanos?

A pesquisa também leva em conta dois aspectos contemporâneos que influenciam as práticas jornalísticas, da produção à recepção pelo público. Um deles é a distribuição algorítmica

de notícias. No mundo, 51% da população acessam notícias pelas redes sociais e mecanismos de buscas (DIGITAL NEWS REPORT, 2020) onde são os algoritmos que determinam o regime de visibilidade dos conteúdos jornalísticos, em um jogo de mostrar e ocultar segundo as preferências individuais dos usuários e que vão ao encontro de interesses comerciais das plataformas (BARSOTTI, 2018). É bom lembrar que, por aqui, 25% estão excluídos desse regime já seletivo de acesso às notícias por não terem sequer acesso à Internet. O outro aspecto é a desigualdade racial nas redações, ressaltado pelo movimento Black Lives Matter, que ganhou as ruas nos EUA com a morte do negro George Floyd, asfixiado por um policial branco, em maio de 2020. Jornalistas de redações tradicionais se revoltaram contra as coberturas de seus veículos, expondo mais uma fissura no jornalismo profissional contemporâneo.

As transformações contemporâneas no jornalismo são um tema central de minhas pesquisas há dez anos. No mestrado, estava interessada em saber se a Internet havia alterado as funções dos jornalistas, entre elas a de *gatekeeper* (WHITE, 1999). Cheguei à conclusão de que o jornalista *online* continuava atuando para filtrar as notícias, mas notei uma ruptura. Os profissionais estavam agindo como “mobilizadores da audiência”, estimulando seu público a se manifestar sobre o noticiário e transformando resultados de enquetes em notícias. O ano era 2011. Ao se distanciarem de “observadores neutros” da realidade, mito consolidado no imaginário da cultura profissional, ali já era possível observar que eles estavam colocando em xeque a questão da objetividade.

No doutorado, com a tese “Primeira página: do grito no papel ao silêncio no jornalismo em rede”, analisei dois momentos emblemáticos do jornalismo impresso: o auge dos jornais, com suas manchetes sendo literalmente gritadas nas ruas pelos vendedores de jornais, e o cenário contemporâneo, em que se verifica uma queda na audiência de suas *home pages* – substitutas das primeiras páginas – frente ao aumento do consumo de notícias pelas redes sociais. Uma das hipóteses, parcialmente confirmada, era que os algoritmos das plataformas limitavam o poder de atuação do jornalismo. Por que usei o *parcialmente*? Porque verifiquei que os próprios jornalistas estavam criando nas redes sociais

uma agenda dissonante daquela proposta por seus veículos em suas primeiras páginas e *home pages*, na tentativa de engajar seu público. Com o uso de *emojis* e de perguntas diretas, buscavam maior aproximação e diálogo com os usuários em um contexto já fértil para a desinformação. Portanto, mais uma vez, surge de forma latente o afastamento das técnicas da objetividade.

O consumo contemporâneo de notícias e os algoritmos

Não é possível discutir o papel do jornalismo no contexto atual sem considerar os hábitos de consumo contemporâneos dos internautas. No Brasil, pela primeira vez, as mídias sociais ultrapassaram a TV, em 2020, como principal fonte de notícia durante a pandemia de Covid-19 (DIGITAL NEWS REPORT, 2020). Interessante observar que o Brasil ficou na contramão da tendência mundial. Nos 40 países pesquisados, a TV aberta foi a principal fonte de informação da população mundial em 2020. No mundo, um número cada vez menor de leitores escolhe ir diretamente aos *sites* jornalísticos para se informarem: apenas 28% mantêm o hábito (DIGITAL NEWS REPORT, 2020). Outros 26% acessam notícias encontradas nas redes sociais e 25%, pelos mecanismos de busca. Ou seja, mais da metade da população não têm acesso às fontes primárias de notícias.

O problema é que esses 51% que acessam notícias pelas redes sociais ou pelo Google estão sujeitos à seleção algorítmica dessas plataformas de tecnologia. Bell (2015) expressou sua preocupação com o fato de o Facebook ter se tornado “a primeira página do mundo”, sem, contudo, ter compromisso com a defesa do interesse público, que deve ser um dos ideais do jornalismo. A inquietação de Bell refere-se ao fato de que, naquela rede social, o jornalismo é regido por algoritmos: notícias são mostradas ou ocultadas dos usuários de acordo com suas preferências individuais reveladas em seu histórico de navegação, e não segundo critérios de relevância jornalística.

No Google, também há a seleção algorítmica nos resultados. Ao oferecer o resultado para uma busca, a plataforma leva em

conta 57 itens, tais como o local de onde o acesso foi feito, o navegador que o internauta está usando e os termos que já havia pesquisado anteriormente. Ou seja, não existe uma lista padrão de relevância para os temas, mas uma relação de resultados específica para aquele usuário (PARISER, 2012).

O consumo de notícias no Brasil revela um paradoxo. Apesar de os brasileiros consumirem mais notícias pelas redes sociais do que por qualquer outro meio de comunicação, são os cidadãos que mais se preocupam com a desinformação que circula abundantemente justamente por meio dessas plataformas. O país lidera o *ranking* entre as 40 nações pesquisadas pelo Reuters Institute nesse quesito: nada menos que 84% se disseram preocupados com o tema.

Em meio às conclusões das pesquisas realizadas durante a pandemia, surge um dado preocupante e que coloca ainda mais em xeque a questão da objetividade jornalística. No Brasil, 51% disseram preferir notícias “sem ponto de vista”, o que estaria mais próximo das chamadas notícias “objetivas” tal como as conhecemos. Mas 43% declararam preferir o consumo de notícias que “expressem seus pontos de vista”, no maior índice entre os nove países pesquisados pelo Reuters Institute – além do Brasil, EUA, Alemanha, Japão, Espanha, Reino Unido, Dinamarca, Itália e França (DIGITAL NEWS REPORT, 2020).

A própria inclusão da pergunta na pesquisa já revela uma quebra de paradigmas dentro do jornalismo em relação a cânones consolidados pela profissão e expõe os efeitos dos algoritmos sobre a distribuição das notícias. Diferentemente dos valores-notícia, como a relevância social, o interesse público e a atualidade, os algoritmos cruzam as preferências individuais dos internautas e reduzem o espaço para a diversidade de pontos de vista necessária ao jornalismo. A escolha do que será mostrado ao leitor nos seus resultados de busca ou no seu *feed* de notícias do Facebook (e também de outras redes sociais) depende de fatores como a popularidade que um *post* alcança, leituras prévias do usuário e do comportamento de seus amigos na rede. Talvez resida justamente nesses novos hábitos de consumo proporcionados pelas redes sociais o maior desejo por leituras que se aproximem dos pontos de vista dos leitores e que não necessariamente

expressam as escolhas editoriais que norteiam os jornalistas ao atuarem como *gatekeepers* (WHITE, 1999) na escolha do que será notícia e por quê.

O jornalismo e o racismo

O ano de 2020 expôs ao público uma questão latente, porém silenciada nas redações: o racismo. O movimento Black Lives Matter, iniciado após a morte de George Floyd por um policial branco, não ganhou corpo apenas nas ruas, mas entre os jornalistas. O Black Lives Matter começou nos Estados Unidos, mas acabou tendo impacto no mundo todo, inclusive no Brasil. Entre os casos que geraram repercussão nacional, se destacaram o do adolescente João Pedro Mattos, de 14 anos, alvejado com um tiro nas costas em São Gonçalo, em maio de 2020, vítima da violência policial. Na véspera do Dia da Consciência Negra, em 2020, um homem negro foi espancado e morto por dois homens brancos em um supermercado Carrefour em Porto Alegre, no Rio Grande do Sul. O espancamento de João Alberto Silveira Freitas, de 40 anos, foi filmado, assim como a morte de George Floyd, gerando protestos contra a multinacional.

O fato é que, para além das ruas, o Black Lives Matter levantou uma onda de indignação de jornalistas de diversas redações americanas contra seus chefes, principalmente depois da publicação de uma coluna escrita por um senador americano pedindo a mobilização dos militares nos protestos contra os negros, o que gerou a demissão do editor de opinião do *New York Times*. O editor-chefe do jornal *Philadelphia Inquirer* também renunciou após a indignação causada pela manchete “Os edifícios também importam”, numa contraposição ao lema do movimento “Vidas negras importam” (LEÃO, 2020).

No Brasil, onde 57% da população declara-se não branca, todos os diretores de redação dos veículos de imprensa de maior audiência são brancos (ROBERTSON; SELVA; NIELSEN, 2021). A falta de diversidade nas redações se reflete nas coberturas, cada vez mais criticadas. Até mesmo em datas óbvias, como o Dia da Consciência Negra, essa realidade se evidencia. Em 2019, pautas sobre o tema tiveram pouca representatividade.

Entre os dez jornais com maior circulação média, segundo o Instituto Verificador de Circulação (IVC), *O Estado de São Paulo*, *Extra*, *O Tempo*, *Super Notícia* e *Daqui* não apresentaram qualquer menção à data na capa de suas edições impressas (KIKUTI; NICOLETTI, 2019).

Questões cruciais se impuseram ao jornalismo no ano de 2020 e suas consequências certamente provocarão rupturas e descontinuidades na profissão (FOUCAULT, 2015). As hipóteses são a de que a objetividade jornalística não está mais dando conta de explicar um mundo em que prevalecem as desigualdades, a desinformação e más intenções deliberadamente propagadas por autoridades, agora expressas muito claramente na incorporação da palavra “mentira” ao vocabulário da imprensa. Como garantir uma cobertura equânime em um mundo cada vez mais desigual? Como abrir espaço para a exposição dos “dois lados” quando alguns deles podem atentar contra os direitos humanos mais fundamentais? É possível combater a desinformação com as técnicas da objetividade jornalística frente às mediações algorítmicas? Para quem o jornalismo profissional está falando quando suas pautas pouco contemplam a população não branca, que compõe a maioria da nossa população? Não bastassem os impasses jornalísticos aqui apontados, somam-se a eles os algoritmos das redes sociais, já mencionados. Eles tornam-se mais um elemento limitador do alcance do jornalismo e de sua missão de interpretar o mundo que nos cerca.

As origens da objetividade jornalística

Para remontar às origens da objetividade jornalística, é preciso situar o contexto histórico em que ela surgiu, nos EUA, por volta de 1830. Até então, a imprensa era caracterizada pelo jornalismo político-literário, marcado pela expressão de opinião. Havia pouco do que hoje chamamos de reportagem (SCHUDSON, 1988, p. 148). Foi a partir das primeiras décadas do século XIX que os jornais passaram a valorizar mais os fatos do que as opiniões, dando origem ao chamado jornalismo de informação. O marco desse novo jornalismo nos EUA foi inaugurado pela *penny press*, os jornais que custavam 1 centavo. Os

periódicos queriam ampliar seu público, tornando-se atraentes para a nova classe média alfabetizada que se formava nos EUA.

Embora o termo *penny press* chame a atenção para o preço dos jornais, este é apenas um de seus aspectos. Na forma de apresentar as informações, foram inúmeras as mudanças, entre elas o *lead*, a pirâmide invertida, a entrevista, e a primeira página preenchida com notícias. Na estrutura interna dos jornais, as mudanças também foram marcantes. A *penny press* introduziu a divisão do trabalho nas redações, com a contratação de repórteres em tempo integral e a separação da redação dos demais departamentos. Habermas nota a especialização do trabalho nas redações:

A atividade redacional já tinha, sob a pressão da transmissão de notícias de um modo tecnicamente mais avançado, se especializado de uma atividade literária para uma atividade jornalística: a seleção do material se torna mais importante do que o artigo de fundo; a elaboração e a avaliação das notícias, a sua revisão e preparação se torna prioritária. (HABERMAS, 2003, p. 218)

Os jornais passam a buscar o relato dos fatos com precisão, proclamando seu apartidarismo para não correrem o risco de afastarem anunciantes. Ao mesmo tempo, ampliam seu público com notícias do cotidiano, principalmente de crimes. Foi essa imprensa popular nos EUA que inventou o conceito moderno de “notícia”. No fim do século XIX, Schudson afirma que os repórteres se enxergavam como cientistas, acreditavam revelar dados sobre a vida política e econômica de forma “realista”. O autor cita as memórias de Julius Chambers, que trabalhou como editor-executivo no *New York Herald* e no *New York World*. Sobre seu aprendizado no jornalismo nos anos 1870, Chambers recorda:

Fatos; fatos; nada além de fatos. Tanta ervilha em tantas porções; tanto melão em tantos galões [...]. O índice de palavras proibidas era muito extenso e o mau uso delas, quando escapavam ao olho afiado do revisor e iam para a impressão, era punido com suspensão sem remuneração durante uma semana, ou demissão imediata. Era um

sistema rígido, rigidamente imposto. (CHAMBERS *apud* SCHUDSON, 2010, p. 95)

Entre as lembranças de jornalistas da época, Schudson também recorre às de Theodore Dreiser no *Chicago Tribune*, em 1892. Dreiser conta que havia um cartaz na redação que dizia: “QUEM OU O QUÊ? COMO? QUANDO? ONDE?”. Tal fórmula compõem o *lead*, primeiro parágrafo das notícias, e passou a ser padrão no jornalismo desde o século XIX, nos EUA. Não foi surpresa para Dreiser quando se mudou para Nova York e encontrou mensagens parecidas afixadas na redação do *New York World*:

Olhei em volta da grande sala, enquanto esperava com paciência e animação, e vi colados nas paredes, em intervalos, cartazes impressos em que se lia: Precisão! Precisão! Precisão! Quem? O quê? Onde? Quando? Como? [...] Eu sabia o que aqueles cartazes significavam: a ordem apropriada para se iniciar uma notícia de jornal. (DREISER *apud* SCHUDSON, 2010, p. 97)

O ideal da objetividade jornalística tem claras inspirações na doutrina positivista. Os jornalistas “acreditavam que fatos não eram declarações humanas a respeito do mundo, mas aspectos do próprio mundo” (SCHUDSON, 2010, p.16). Entretanto, ela adquiriria novos contornos a partir de 1920.

As suspeitas sobre a objetividade

Após a I Guerra Mundial, os jornalistas já estavam convencidos que não bastava apenas reportar os fatos. “O mundo que reportavam era algo que os partidos interessados tinham construído para que a imprensa relatasse” (SCHUDSON, 2010, p. 17). O empirismo ingênuo deu lugar à desconfiança, levando os jornalistas a suspeitarem dos fatos. De certa maneira, a propaganda de guerra mostrou aos jornalistas como os fatos podem ser criados, apresentados sob diversos ângulos e manipulados.

Posteriormente, o surgimento das relações públicas provocou um novo deslocamento no conceito de objetividade. A atividade desempenhada por eles promovia como notícia um fato ou acontecimento que, de outra maneira, só seriam publi-

cados como matéria paga nos jornais (AMARAL, 1996). Note-se também que, desde 1920, a filosofia, a história, as ciências sociais e a psicanálise vêm demonstrando que os homens “conhecem, veem e escutam o mundo através de filtros socialmente construídos” (SCHUDSON, 2010, p. 16).

Apesar de todo o contexto de desconfiança na crença incondicional nos fatos, a objetividade jornalística, no entanto, persiste na cultura profissional, mas agora como um método. Para Schudson, nesse cenário de desconfiança na racionalidade, a objetividade passa a ser uma estratégia na atividade profissional.

O ideal da objetividade, entendido como declarações consensualmente validadas sobre o mundo, com base numa separação radical entre fatos e valores, passa a se estabelecer. Contudo, ele surge não tanto como uma extensão do empirismo ingênuo e da crença nos fatos, mas como uma reação contra o ceticismo [...] Não representava, enfim, a expressão final de uma crença nos fatos, mas a imposição de um método projetado para um mundo no qual nem mesmo os fatos poderiam ser confiáveis. (SCHUDSON, 2010, p. 144)

Gaye Tuchman (1999) classifica a objetividade jornalística como “um ritual estratégico” que os jornalistas usam para se defender dos erros e críticas a seu trabalho. Ela elencou alguns desses procedimentos estratégicos utilizados nas rotinas produtivas dos jornalistas para alcançar a objetividade: apresentar “os dois lados” de uma notícia, relacionando as diferentes versões para o fato; a apresentação de provas auxiliares que confirmem uma afirmação; o uso das aspas de tal maneira que opiniões são apresentadas como prova suplementar; a técnica da pirâmide invertida utilizada no *lead*, segundo a qual os fatos mais relevantes devem constar do primeiro parágrafo da notícia, com “o quem, o quando, o onde, o porquê e o como”.

Ou seja, a objetividade jornalística surgiu justamente diante da inevitabilidade da subjetividade no jornalismo. Para Tuchman (1978), o que prevalece no jornalismo é a construção social da realidade (*newsmaking*). Nesta pesquisa, os conceitos de “mentira”, “verdade”, “neutralidade” e “imparcialidade” são levados em conta dentro dessa perspectiva de construção discursiva.

siva, que enxerga o jornalismo como um dispositivo discursivo circunscrito e perpassado por diversas instâncias de poder que concorrem para a produção da notícia.

Nos anos 1960, Schudson nota que a objetividade no jornalismo, até então considerada como um antídoto para a parcialidade, torna-se suspeita. Para o teórico, a reportagem “objetiva” reproduzia uma visão da realidade social que se recusava a examinar as estruturas básicas do poder e do privilégio. Duas condições favoreceram nos EUA a crítica ao jornalismo. Primeiro, houve uma ampliação da administração da notícia pelo governo, e uma crescente conscientização a respeito disso, como na Guerra Fria e na Guerra do Vietnã. A segunda foi o surgimento, na década de 1960, de uma “cultura de oposição”. Essa cultura adversária, ou crítica, negava ao governo o nível de confiança que ele esperava e garantia um público para um jornalismo mais agressivo e mais cético.

Duas tradições no jornalismo se posicionaram contra a objetividade a partir dos anos 1960 – a tradição literária e a tradição *muckraking* (jornalismo investigativo). O jornalismo literário valorizou a percepção do repórter: a observação tornou-se mais importante que o mero relato dos fatos. A segunda tradição a se expandir na década de 1960 foi o jornalismo investigativo, principalmente a partir da investigação do *Washington Post* no caso Watergate.

No Brasil, o processo de consolidação do jornal como grande empresa foi mais tardio, como relata Sodré (1999). Foi na virada do século XIX para o XX que os pequenos jornais, até então empreendimentos individuais, transformam-se em empresas jornalísticas, com equipamentos necessários para as grandes tiragens. Todavia, os jornais brasileiros viviam um paradoxo: já haviam se firmado como empresas, mas ainda serviam a interesses políticos.

Nota Barbosa (2007, p. 132) que “os anos 1910 são configurados na literatura como o momento em que o jornalismo queria se autoconstruir como lugar de poder”. Barbosa resgata falas de jornalistas fundadoras de um passado mítico da profissão no Brasil. Os depoimentos revelam os alicerces sobre os quais o grupo construiu o ideal da profissão. Entre eles, o da objetividade, responsável pela criação de uma imparcialidade mítica que conferiria maior poder simbólico ao profis-

sional que pretende ser o “tradutor do mundo para o público” (BARBOSA, 2007, p. 81).

Não é de hoje, portanto, que a objetividade jornalística vem sofrendo críticas e sendo contestada como prática jornalística. Logo após a eleição de Jair Bolsonaro para a Presidência da República, Moraes (2018) publicou artigo na *Revista Piauí* intitulado “A imprensa precisa fazer autocrítica”. No texto, ela critica a suavidade do vocabulário utilizado na cobertura da campanha presidencial, em que algumas vezes declarações criminosas do presidente foram chamadas de “polêmicas”.

Mas os acontecimentos de 2020 ajudaram a acelerar esses questionamentos e a provocar reflexões sobre a eficácia da objetividade. Em painel sobre desigualdade e o papel do jornalismo, realizado no Congresso da Abraji¹, em 2020, o professor Jeff Jarvis, da New York City University, disse ter chegado à conclusão de que “a objetividade jornalística é racista”, tendo em vista que são os padrões heteronormativos que prevalecem nas redações. Portanto, recomendar que os jornalistas sigam as diretrizes da objetividade seria pedir a eles que se silenciem sobre a diversidade. Ele também criticou a escolha de palavras e expressões imprecisas diante da busca por neutralidade. “Os jornalistas optam por usar uma linguagem mais vaga com a intenção de tornar o trabalho mais objetivo. Quando se usa uma abordagem direta, parece que iremos soar ativistas. É preciso admitir que somos ativistas”, declarou Jarvis (GILBERTINI; REAL, 2020).

Jornalismo e cotidiano

A partir de Heller (1992), Barbosa (2005) nota as conexões entre a vida cotidiana e o jornalismo. A imprensa de massa ajudou a construir a consciência que temos da universalidade da nossa existência. Para Heller, o homem, em sua relação com a comunidade, forma a consciência sobre o “nós” enquanto afirma sua consciência sobre o “eu”. Pelas páginas de jornais, se deu o encontro do “nós” com o “eu”. A sociedade passou a se ver refletida e se encontrar com ela mesma, sustenta Barbosa (2005).

¹ Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo.

Para Heller, a vida cotidiana é a substância social da História. Os grandes acontecimentos históricos serão consolidados como tal devido ao posterior efeito que tais eventos tiverem no cotidiano. Se esses eventos emergem no cotidiano nos noticiários que consumimos, a mídia teria, portanto, um papel central na construção dessas narrativas que serão futuramente memoráveis.

Os sujeitos, no entanto, não se encontram numa relação de passividade no consumo da mídia, já apontaram os teóricos dos estudos culturais. Eles podem reconhecer-se na produção de sentidos evocados pelos meios de comunicação ou podem resistir a eles e até mesmo recusá-los. Para França (2006), o sujeito da comunicação é relacional: ele afeta e é afetado pelo outro por meio da mediação dos produtos significantes com os quais lida em sua experiência cotidiana. Esse sujeito “surge aberto ao acontecimento, ao imprevisível” (FRANÇA, 2006, p. 85).

É justamente para o lugar das resistências que se volta o olhar de Certeau (2003). A partir de *Vigiar e Punir*, de Foucault, ele reflete sobre as táticas “microbianas” que se contrapõem aos poderes disciplinares no cotidiano. “Se é verdade que por toda a parte se estende e se precisa a rede da ‘vigilância’, mais urgente ainda é descobrir como é que uma sociedade inteira não se reduz a ela” (CERTEAU, 2003, p. 41). Certeau indaga: “Que procedimentos populares (também minúsculos e cotidianos) jogam com os mecanismos da disciplina e não se conformam com ela, a não ser para alterá-los?”. O teórico prossegue: “Enfim, que ‘maneiras de fazer’ formam a contrapartida, do lado dos consumidores (ou ‘dominados’) dos processos mudos que organizam a ordenação sociopolítica” (CERTEAU, 2003, p. 41).

Ao refletir sobre o projeto modernizador na América Latina, Martín-Barbero (1998) sublinha padronizações, mas também as resistências que gera. Em relação às novas tecnologias da comunicação, ele ressalta que apagam memórias e ameaçam as identidades, ao “transtornarem o sentido do tempo e a percepção do espaço” (MARTÍN-BARBERO, 1998, p. 55-56). O paradigma informacional, regido pelo conceito de fluxos – entendido como a interconexão e circulação constante de veículos, pessoas e informação – “regula o caos urbano”: “O cidadão experimenta a ambígua modernização que, sob o paradigma do fluxo, vivem

nossas cidades e suas formas de habitá-las, de padecer nelas e resistir” (MARTÍN-BARBERO, 1998, p. 59). É, portanto, sobre coesões e dissonâncias que habitamos e resistimos, em uma experiência cotidiana intermediada pelas mídias.

Esse apagamento de memórias e identidades precisa ser revertido, sustenta Kilomba (2020). Em *Memórias da plantação*, ela reflete como os negros vivem uma experiência atemporal nos episódios de racismo cotidiano que datam da colonização. “Todo o processo alcança um estado de *descolonização*; isto é, internamente, não se existe mais como a/o ‘Outra/o’, mas como o eu”, defende a autora. “Somos eu, somos sujeito, somos quem descreve, somos quem narra, somos autoras/es e autoridade da nossa própria realidade. Assim, regresso ao início deste livro: torna-mo-nos sujeito” (KILOMBA, 2020, p. 238). Não à toa, ganham cada vez mais força as mídias comunitárias (CUSTÓDIO, 2014), canais de comunicação surgidos nas favelas nos quais os editores privilegiam as pautas que são de interesse de seu público. É importante notar que tais veículos já vêm se afastando declaradamente das técnicas da objetividade jornalística por considerá-las excludentes.

Considerações finais

É preciso encontrar saídas para o impasse em que se encontra o jornalismo. Se nossa experiência cotidiana é intermediada pelas mídias, elas precisam se reencontrar com o seu público. Do contrário, a experiência do sujeito, que hoje é relacional, passará a ser unilateral, no caminho único da resistência. Será possível ao jornalismo combater a desinformação se é perpassado pelas mediações algorítmicas das plataformas das redes sociais e dos mecanismos de busca? Como escapar das armadilhas criadas pela objetividade jornalística? A suposta equanimidade que teria sido garantida pela estratégia de “ouvir os dois lados” nas narrativas jornalísticas mostra-se cada vez mais injusta. “Equilibrar” hoje significa desorientar o leitor. Não é mais tolerável negociantistas e racistas ocuparem “o mesmo espaço” que a ciência e os defensores dos direitos humanos no noticiário. Do contrário, o jornalismo se distanciará cada vez mais do que defendeu Park

(1972, p. 183) ao afirmar que as notícias servem para “orientar o homem e a sociedade num mundo real”.

Incorporar a palavra “mentira” no noticiário para classificar informações falsas disseminadas intencionalmente por autoridades pode ser um primeiro passo para o jornalismo tentar recuperar seu lugar de “emanar a verdade”. Mas ainda é insuficiente diante de tantos desafios aqui expostos.

Referências

AMARAL, Luiz. **A objetividade jornalística**. Porto Alegre: Sagra-Luzzatto, 1996.

APONTAREMOS mentiras quando as virmos. **Agência Lupa**, Rio de Janeiro, 15 jan. 2021. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2021/01/15/editorial-mentiras-covid/>. Acesso em: 20 jan. 2021.

ARAÚJO, Carla; ANDRADE, Hanrrikson. Decotelli oficializa saída do MEC após inconsistências no currículo. **UOL**, São Paulo, 30 jun. 2020. Disponível em: <https://educacao.uol.com.br/noticias/2020/06/30/apos-enfeitar-curriculo-decotelli-cai-antes-mesmo-de-tomar-posse.htm>. Acesso em: 30 jun. 2020.

BARBOSA, Marialva. O que a história pode legar aos estudos de jornalismo. **Revista Contracampo**, Niterói, n. 12, p. 51-62, 2005. Disponível em: <http://www.contracampo.uff.br/index.php/revista/article/view/558>. Acesso em: 5 jan. 2017.

BARBOSA, Marialva. **História cultural da imprensa: Brasil, 1900-2000**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

BARSOTTI, Adriana. **Primeira página: do grito no papel ao silêncio no jornalismo em rede**. Tese (doutorado em Comunicação Social), Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

BARSOTTI, Adriana. Da manchete ao *post*: a formação de múltiplas agendas nas redes sociais. **Revista Contracampo**, Niterói, v. 37, n. 1, p. 168-191, 2018. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/17641>. Acesso em: 20 mar. 2020.

BELL, Emily. The rise of mobile and social news – and what it means for journalism. **Digital News Report 2015**. Oxford, p. 88-91, 2015. Disponível em: <http://www.digitalnewsreport.org/essays/2015/the-rise-of-mobile-and-social-news/>. Acesso em: 20 nov. 2016.

CUSTÓDIO, Leonardo. Tipos de midiativismo de favela. **Favelas at LSE**. 2014. Disponível em: http://eprints.lse.ac.uk/60663/1/Tipos%20de%20midiativismo%20de%20favela%20_%20Favelas%20at%20LSE.pdf. Acesso em: 24 jan. 2021.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. Artes de fazer. Petrópolis (RJ): Vozes, 2003.

DIGITAL NEWS REPORT 2020. Disponível em: <https://www.digitalnews-report.org/survey/2020/foreword-2020/>. Acesso em: 20 dez. 2020.

FOUCAULT, Michel. **Arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2015.

FRANÇA, Vera. Sujeito da comunicação, sujeitos em comunicação. *In*: FRANÇA, Vera; GUIMARÃES, César (org.) **Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

GALHARDI, Raul. Infodemia: Brasil é terreno fértil para a disseminação de notícias falsas. **UOL**, São Paulo, 6 out. 2020. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/noticias/redacao/2020/10/06/infodemia-brasil-e-terreno-fertil-para-a-disseminacao-de-noticias-falsas.htm>. Acesso em: 30 jun. 2020.

GILBERTINI, Thuany; REAL, Nayani. “Jornalistas não têm respostas exatas para conter mentiras”, diz Jeff Jarvis. **Congresso da Abraji**, São Paulo, 13 set. 2020. Disponível em: <http://congressoabraji.blogspot.com/2020/09/jornalistas-nao-tem-respostas-exatas.html>. Acesso em: 24 jan. 2021.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

HELLER, Agnes. **O cotidiano e a história**. São Paulo: Paz e Terra, 1992.

KIKUTI, Alessandra; NICOLETTI, Janara. Falta de diversidade nas redações esconde racismo estrutural do jornalismo e dificulta o debate sobre desigualdade entre negros e brancos. **Observatório da Imprensa**, 27 nov. 2019. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/equidade-racial/falta-de-diversidade-nas-redacoes-esconde-racismo-estrutural-do-jornalismo-e-dificulta-o-debate-sobre-desigualdade-entre-negros-e-brancos/>. Acesso em: 30 jun. 2021.

KILOMBA, Grada. **Memórias da plantação: episódios de racismo cotidiano**. Rio de Janeiro: Cobogó, 2020.

LEÃO, Sinval de Itacarambi. Black Lives Matter mexe com a cobertura da pauta do racismo nos EUA. **Portal Imprensa**, São Paulo, 9 jun. 2020. Disponível em: https://portalimprensa.com.br/noticias/ultimas_noticias/83641/black+lives+matter+mexe+com+a+cobertura+da+pauta+do+racismo+nos+eua. Acesso em: 25 jan. 2021.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Cidade virtual: novos cenários da comunicação. **Comunicação & Educação**, São Paulo, n. 11, p. 53-67, 1998. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/36340/39060>. Acesso em: 25 fev. 2017.

MORAES, Fabiana. A imprensa precisa fazer autocrítica. **Revista Piauí**, São Paulo, 14 out. 2018. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/imprensa-precisa-fazer-autocritica/>. Acesso em: 20 jan. 2021.

MOTTA, Anais. Pazuello mente ao dizer que Saúde nunca indicou remédios

contra a Covid-19. **UOL**, São Paulo, 18 jan. 2021. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/saude/ultimas-noticias/redacao/2021/01/18/pazuello-mente-ao-dizer-que-saude-nunca-indicou-remedios-contra-a-covid-19.htm>. Acesso em: 20 jan. 2021.

PARISER, Eli. **O filtro invisível**: o que a Internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PARK, Robert. A notícia como forma de conhecimento. *In*: STEINBERG, Charles. S. (org.). **Meios de comunicação de massa**. São Paulo: Cultrix, 1972, p. 168-184.

PAZUELLO mente ao afirmar que ministério nunca recomendou ‘tratamento precoce’ para Covid. **G1**, São Paulo, 18 jan. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2021/01/18/pazuello-diz-agora-que-ministerio-orienta-atendimento-precoce-e-nao-tratamento-precoce.ghtml>. Acesso em: 18 jan. 2021.

POSETTI, Julie; BONTCHEVA, Katina. **Desinfodemia**: decifrar a desinformação sobre a Covid-19. Unesco, 10 abr. 2020. Disponível em: <https://pt.unesco.org/covid19/desinfodemic>. Acesso em: 30 jun. 2020.

ROBERTSON, Craig; SELVA; Meera; NIELSEN, Rasmus. **Race and leadership in the news media 2021**: evidence from five markets. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 21 mar. 2021. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/race-and-leadership-news-media-2021-evidence-five-markets>. Acesso em: 30 jun. 2021.

SCHUDSON, Michael. The profession of journalism in the United States. *In*: HATCH, Nathan O. (org.) **The professions in American history**. Notre Dame: University of Notre Dame Press, 1988.

SCHUDSON, Michael. **Descobrimos a notícia**: uma história social dos jornais nos Estados Unidos. Petrópolis (RJ): Vozes, 2010.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

TUCHMAN, Gaye. **Making News**: a study in the construction of reality. New York: Free Press, 1978.

TUCHMAN, Gaye. A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas. *In*: TRAQUINA, Nelson (org.) **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Vega, 1999, p. 74-90.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information disorder**: toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. Estrasburgo: Conselho Europeu, 2017.

WHITE, David. O *gatekeeper*: uma análise de caso na seleção de notícias. *In*: TRAQUINA, Nelson (org.) **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Vega, 1999, p. 142-151.

Ludicidade e cotidiano nos contextos contemporâneos de ensino-aprendizagem

Alexandre Farbiarz

*Caminante, son tus huellas
el camino y nada más;
Caminante, no hay camino,
se hace camino al andar.
Al andar se hace el camino,
y al volver la vista atrás
se ve la senda que nunca
se ha de volver a pisar.
Caminante no hay camino
sino estelas en la mar.*

Antônio Machado, poeta espanhol¹

Introdução

Como relatar uma pesquisa atual, em curso, que é reflexo, consequência, sucedânea de tantas outras pesquisas sem remeter a cada uma delas, sem traçar um pequeno *déjà-vu* acadêmico? Não há como. Então, me perdoem de forma adiantada por este pequeno passeio em algum lugar do passado, por esta pequena viagem ao tempo de Gutenberg, e algumas outras que iremos traçar juntos.

Forçosamente, nossa primeira viagem retorna aos primeiros anos do novo milênio, mais precisamente entre 2003 e 2007, período em que realizei meu doutorado em Design na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Devo lembrar que meus primeiros anos desta longínqua empreitada foram algo turbulentos. Meu projeto de pesquisa inicialmente tinha por objetivo investigar os sentidos imanentes do *ebook reader device* ao agregarem sentidos aos livros digitais, os *eBooks*.

¹ Muito obrigado, Pat, pela carinhosa indicação desse maravilhoso poema que em muito resume meu percurso acadêmico, de vida, de tudo. Acredito também que resume muitos dos caminhos que traçamos todos nós nesta vereda que chamamos de vida, e que nela estando, cismamos de complicar o que nada mais deveria ser do que seguir as estrelas no mar.

Acredito que à época talvez eu nem tivesse tanta clareza de meu objetivo de pesquisa!

Lembro que em meados da minha jornada doutoral me deparei com um fato triste e doloroso, e que certamente também o é para tantos e tantos que, como eu, enfrentaram e enfrentam a mesma jornada acadêmica: ninguém mais além de mim, exceto minha orientadora Vera Nojima, por extrema compaixão, talvez, tinha o menor interesse no que estava eu a pesquisar... Após uma pequena maratona de dois dias intensivos na Bienal do Livro em São Paulo, entrevistando editores, gerentes comerciais, diretores de diversas áreas, pude perceber que o mercado editorial brasileiro, à época, não tinha o menor interesse em publicar, vender, editar ou mesmo conversar sobre os *eBooks* ou sobre os *ebook reader devices*. Contudo, após uns dois meses da mais pura depressão e desalento, minha orientadora, gentil orientadora, me trouxe à luz, e comecei então a jornada que hoje me trouxe aqui!

Muito sabiamente, minha orientadora me propôs mudar meu objeto de pesquisa para um curso em desenvolvimento em nosso grupo de pesquisa à época. Aqui cabe uma pequena analepse, um *flashback*, se preferirem, para um ano e pouco antes. Naquele momento, eu havia recém-ingressado no doutorado quando outro professor do nosso laboratório, Luiz Antonio Coelho, me convidou para supervisionar seu recém-criado núcleo de pesquisas: Núcleo de Estudos da Leitura (NEL). À época, éramos somente quatro pesquisadores, mas em pouco tempo nossas fileiras foram adensando, inclusive com a breve chegada, a convite pelo mesmo professor de minha amada Jackeline, para a supervisão acadêmica do grupo. Pouco tempo depois nosso núcleo passou a ser denominado Núcleo de Estudos do Design do Livro e logo após, Núcleo de Estudos do Design da Leitura.

O início da jornada

O curso começou a ser elaborado em 2003 por outro grupo de pesquisadores, e em 2004 ganhou nova roupagem e objetivo, sendo como um “porta-voz” de nossas pesquisas e das concepções sobre Livro desenvolvidas em nossas reuniões. Em nossa primeira tentativa, montamos um curso sobre Livro e Design

de Livro absolutamente igual a tantos outros cursos que conhecemos. Nós nos demos conta de que, como designers, apesar de estarmos preparados para desenvolver os mais diversos tipos de produtos nos mais diversos tipos de suportes – conjugando forma e conteúdo –, havíamos ignorado esta questão quando propusemos um produto educacional eletrônico.

Naquele momento, percebemos que estávamos reproduzindo as práticas de ensino que participaram de nossa formação. Demo (2000), por exemplo, destaca que a profissão de professor é a que envelhece mais rapidamente, dentre as profissões modernas, pois é ele quem lida “mais de perto com a lógica do conhecimento”. Assim, buscamos os recursos para criar uma nova estrutura para o curso que, além do conteúdo, privilegiasse a formação por competências e habilidades. A partir destas premissas, foi desenvolvida a terceira fase do curso – agora já denominado Dodecaedria – com base matricial de navegação e distribuição de conteúdos. A intenção era formular uma proposta de navegação não linear, hipertextual, na qual o educando tivesse liberdade de escolha de quais conteúdos, e em que ordem deveriam ser lidos.

Na minha tese, “O(s) lugar(es) do design(er) na construção de um curso a distância on-line” (FARBIARZ, 2007), fiz o relato e a discussão deste curso e das estruturas discursivas nele presentes. O nome do curso surgiu a partir da representação geométrica de um dodecaedro, sólido platônico de 12 faces pentagonais. Como estávamos trabalhando com uma matriz de cinco temas e cinco abordagens, com cinco personagens e cinco gabinetes associados a cinco subtemas, escolher o pentágono, enquanto figura geométrica metafórica do curso, foi uma consequência natural.

O que nos interessa aqui, contudo, é entender como essa pesquisa frutificou nas outras subseqüentes, correto? Pois, o curso Dodecaedria

[...] apresenta uma narrativa fantástica situada em gabinetes de uma misteriosa biblioteca. Os gabinetes, em forma de pentágonos, se unem para formar a face de um dodecaedro gigantesco. Cada gabinete tem múltiplas faces que são reveladas ao aluno enquanto um universo de possibilidades de leituras e releituras, dando forma a Dodecaedria. Cada plano desta biblioteca fantástica apresenta múltiplas formas

de produção de sentidos. [...] Então, unificar a narrativa com os propósitos didáticos da busca pelo conhecimento passou a constituir a nossa meta. Elaboramos uma narrativa lúdica, que denominamos FIMP – Ficção Interativa Multiparticipativa – na qual elementos narrativos e lúdicos se misturavam com os propósitos didáticos do curso. O aluno deveria percorrer os ambientes do espaço virtual em busca de conteúdos realizando atividades. (FARBIARZ, 2007, p. 26-27)

Figura 1 – Planta baixa da Bibliotheca.



Fonte: ilustração de Ricardo Artur Pereira de Carvalho.

Figura 2 – Mapa de inventário de Dodecaedria.



Fonte: produção cooperativa dos pesquisadores do NEL.

A Ficção Interativa Multiparticipativa (FIMP) tem a estrutura de um jogo, parte RPG, parte jogo eletrônico. A inclusão dessa proposta teve como principais estratégias didáticas incluir um público-alvo de faixa etária mais baixa e promover uma ligação intertextual entre os diversos conteúdos do curso.

Percebemos, durante o desenvolvimento das pesquisas e discussões que resultaram no curso a distância Dodecaedria, que a visualidade e a navegação também devem referenciar-se aos objetivos do curso, assim como as competências, conteúdos e avaliações. No desenvolvimento de um curso de educação a distância online sobre biologia celular, por exemplo, seria incoerente elaborar o cenário e a FIMP no âmbito de uma biblioteca. Talvez fosse mais adequado outro cenário, como um corpo humano, em que as personagens explorassem os conteúdos e desenvolvessem suas competências navegando em um minissubmarino, apropriando-se de algumas referências cinematográficas.

Os elementos visuais e os recursos hipermediáticos, usados em cada contexto específico de troca de conhecimentos, precisam

propiciar ao educando um ambiente significativo que estimule e reforce a aquisição das competências e habilidades específicas, de acordo com os objetivos pedagógicos dessa mesma relação discursiva.

Toda a proposta acadêmica, os conteúdos, a narrativa, a mecânica do jogo, foram desenvolvidos quando adentramos a quarta fase de elaboração do curso. Infelizmente, à época, a Coordenação Central de Educação a Distância (CCEAD) que é o órgão responsável por coordenar, apoiar e promover atividades de educação a distância na PUC-Rio, nos informou que não haveria condições técnicas de produzir um curso naquele momento. A tecnologia que o curso demandava, ao que parecia, ainda não estava disponível na CCEAD.

Aqui cabe ressaltar algumas das lições aprendidas com as experiências vividas nessa etapa do meu percurso e que busco repassar aos meus orientandos: nem sempre o que vislumbramos como objeto ou objetivo encontra eco fora da nossa pesquisa. Daí a importância de um bom enquadramento da pesquisa e de diretrizes coerentes, assim como de estar sempre atento à fronteira entre o sonho e a realidade da pesquisa.

Mais alguns passos...

Em 2008, um após concluir o doutorado, credenciei o grupo de pesquisas no diretório de Grupos de Pesquisas do CNPq e procurei avançar com as investigações e produções na graduação em Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense (UFF), com o projeto de Iniciação Científica “Comunicação Visual em Ambientes Virtuais de Aprendizagem” e o de monitoria, “O lúdico-interativo no percurso do conhecimento”. A partir de 2009, as pesquisas continuaram no projeto de Iniciação Científica “*Edutainment*: um percurso lúdico para a aprendizagem online” e no projeto de monitoria “Laboratório de Design Editorial”, que foram palco de pesquisas de campo e pesquisas teóricas no uso de NTIDCs em sala de aula (COUTINHO; FARBIARZ, 2010), assim como o projeto de Extensão “Discursos em Contextos Ciber culturais”, que envolveu bolsistas na pesquisa e elaboração de objetos de aprendizagem digitais e no levanta-

mento de conteúdos e acervo de imagens para a elaboração do curso-jogo.

As pesquisas buscavam compreender como se dão os processos discursivos em ambientes de ensino-aprendizagem contemporâneos, aliando verbal e extraverbal à educação por competências (PERRENOUD, 1999) e ao lúdico. Especialmente, a partir do meu doutorado, eu buscava trazer para o meu cotidiano escolar as minhas reflexões sobre as relações entre os interlocutores nos processos discursivos, a necessidade de compreensão dialógica dos repertórios e o impacto que os contextos discursivos, a forma e o suporte têm na produção de sentidos (FARBIARZ, 2014). Foi este exercício reflexivo, aliado à prática na interlocução com a sala de aula, que sedimentou o terreno para a nova etapa do meu percurso.

No percurso do jogo

Foi em março de 2011 que uma oportunidade concreta de continuidade da proposta do curso Dodecaedria surgiu, com o Edital N° 01/2011 NEAMI/PROGRAD/UFF – Edital N°15/2010 – DED/CAPES, para seleção de projetos para a criação de disciplinas a distância para cursos presenciais na UFF a partir das existentes no currículo de cursos presenciais. Desde o meu doutorado eu vinha desenvolvendo, com a inestimável ajuda de bolsistas de graduação, o que eu denominava de Curso-Jogo. Assim, naquele momento, pude elaborar um projeto que tinha como propósito criar uma disciplina a distância em Produção Gráfica Impressa para o curso de graduação em Comunicação Social. Eu escolhi justamente essa disciplina, optativa do curso, por já tê-la ministrado diversas vezes com quórum de educandos muito baixo. Meu pressuposto era de que, se o projeto lograsse êxito com uma disciplina que interessava tão pouco aos educandos do curso, certamente seria eficaz com qualquer outra disciplina!

Eu pretendia produzir um objeto pedagógico para ser utilizado como disciplina 60h a distância no formato de um jogo educativo de exploração de ambiente virtual 3D experimentado na primeira pessoa em ambiente fechado *multiplayer*, bastante inspirado na minha experiência com o Dodecaedria. Mas meu

principal objetivo era desenvolver uma metodologia projetual na elaboração de modelos de cursos a distância que incorporassem o caráter lúdico-narrativo das TDICs no uso de *games* como base para projetos didático-pedagógicos. Assim, o projeto buscava fomentar um campo de estudo interdisciplinar sobre as relações entre discurso, entretenimento, TDICs e Educação. Apesar do apoio do edital, e da disponibilização de recursos técnicos do NEAMI, estes não foram suficientes para produzir completamente o jogo. Mas diversos objetos de aprendizagem desenvolvidos foram sendo utilizados nas disciplinas presenciais, permitindo que fossem avaliados e fomentassem pesquisas.

Eu percebia, a partir de Goulemot (1996), que havia uma dicotomia entre a *fisiologia* e o *momento da leitura* do educando em seu cotidiano de sala de aula. Os jovens não se adequavam mais ao espaço formal da sala de aula, e os sentidos que produziam a partir de suas *bibliotecas* urgiam por novas formas de interação e comunicação entre educadores e educandos. O lúdico, em suas variadas formas midiáticas, invadia o espaço de relações, criando barreiras e conflitos quando rechaçado enquanto entretenimento. Foi no meio deste campo de batalha que eu realizava experimentações e desenvolvia reflexões na aplicação dos elementos materiais e conceituais da minha pesquisa.

Contudo, foi a partir de 2012, com o projeto “O lúdico-interativo no percurso do conhecimento”, pelo Edital FAPERJ N.º 08/2012 – Programa de Apoio à Produção de Material Didático para Atividades de Ensino e/ou Pesquisa –, que eu pude começar a dar forma ao curso-jogo, que passou a ser chamado de Projeto Gutenberg.

A proposta era desenvolver o protótipo de um *serious game* online, possibilitando a educandos e educadores um canal de comunicação que, para além de entreter, possibilitasse novas formas de linguagem e de estratégias pedagógicas, potencializando competências e habilidades necessárias aos educandos na sua relação com o cotidiano.

O objeto de aprendizagem desenvolvido tinha como pano de fundo principal os processos tipográficos desenvolvidos por Gutenberg no século XV, a serem explorados como desafios pelo educando imerso em uma narrativa lúdico-interativa. Nele,

os educandos participariam como cientistas aventureiros de um futuro utópico, viajando no tempo para um simulacro de mosteiro alemão típico do século XIV (Figura 3). A narrativa propunha mistérios que instigariam os educandos a interagir com o ambiente e suas situações para investigar processos de produção gráfica do século XV, realizando atividades, acessando conteúdos textuais, visuais e audiovisuais, e ainda pequenos jogos temáticos.

Figura 3 – Simulacro do mosteiro medieval alemão.



Fonte: autor. Modelagem 3D de Gabriel do Amaral Batista.

O jogo se enquadra categoricamente no que podemos chamar Aventura Exploratória Inventariante, conforme espaços do ambiente virtual são acessados a partir de cumprimento de demandas em espaços anteriores, e envolve os jogadores por participação *Fish Tank* (com variáveis escaláveis) e *Sand Box* (com liberdade direcionada de trânsito) para coleta de informações. (FARBIARZ; XAVIER; FARBIARZ, 2019, p. 252)

O que sustentava minha proposta, e sustenta até hoje, parte da compreensão de Paulo Freire (2020 [1970]), quando ele afirma que na educação tradicional os conteúdos didáticos são transmitidos de forma descontextualizada à realidade do educando e não propõem uma reflexão por parte dos educadores. Ele também afirma que a relação entre educador e educandos é essencialmente narradora, em que o primeiro relata suas experiências e vivências ao segundo.

Em lugar de comunicar-se, o educador faz comunicados e depósitos que os educandos, meras incidências, recebem pacientemente, memorizam e repetem. [...] Educador e educandos se arquivam na medida em que, nesta destorcida visão da educação, não há criatividade, não há transformação, não há saber. Só existe saber na invenção, na reinvenção, na busca inquieta, impaciente, permanente, que os homens fazem no mundo, com o mundo e com os outros. (FREIRE, 2020 [1970], p. 33)

Esses fatores, em conjunto, tornam a aprendizagem desinteressante e sem maior significância para os educandos que, por sua vez, são considerados, segundo o modelo de “Educação Bancária” discutido por Freire, como meros “recipientes”. Desse modo, para fortalecer o vínculo do educando com a aprendizagem é necessário outro modelo de educação. Freire propõe a “Educação Libertadora/Problematizadora” como o modelo ideal a ser utilizado para a formação de educandos-cidadãos. De acordo com esta concepção, “[...] o educador já não é o que apenas educa, mas o que, enquanto educa, é educado, em diálogo com o educando que, ao ser educado também educa” (FREIRE, 2020 [1970], p. 38). Em sua visão, o ato de educar é recíproco e dual, e se fundamenta essencialmente através do diálogo, e não da imposição.

O modelo de Educação Problematizadora possui caráter altamente reflexivo, questionador e busca a inserção crítica dos educandos na realidade. Freire afirma que “[...] a educação como prática da liberdade, ao contrário daquela que é prática da dominação, implica na negação do homem abstrato, isolado, solto, desligado do mundo, assim também na negação do mundo como uma realidade ausente dos homens” (FREIRE, 2020 [1970], p. 40). Sendo assim, a Educação Libertadora permite que o educando construa seu próprio conhecimento e reflita sobre o mundo ao qual pertence, não apenas como um mero observador, mas como um ser atuante, participante e transformador da realidade.

Além disso, nesse tipo de educação, a autonomia do sujeito é respeitada, visto que cada educando tem seu próprio processo de aprendizagem. Antes mesmo de ir para a escola, o jovem já traz consigo seu repertório, seu conjunto de valores, suas vivências, experiências e particularidades que o diferenciam dos outros

jovens. Portanto, é natural que o aprendizado ocorra de forma distinta para cada um e não seja uma transmissão de valores e conhecimentos de um (educador) para muitos (educandos), como ocorre na Educação Bancária.

Minha hipótese é a de que o *game*, utilizado como ferramenta interativa de construção de conhecimento, aprimora o processo de ensino-aprendizagem, aproximando o educador do universo simbólico do educando ao agregar o caráter lúdico e ampliar seu envolvimento com os conteúdos propostos. Lynn Alves (2009, p. 141) afirma que “[...] o contato com os jogos possibilita aos jovens habilidades fundamentais para o sucesso do processo de ensino-aprendizagem na medida em que proporcionam habilidades e competências para que se mantenham ‘vivos’ na sociedade e no mundo do trabalho”. Eu também me apoio na pedagogia construcionista que “[...] fundamenta-se na ideia de que as pessoas aprendem através da manipulação ativa de novos conhecimentos em detrimento de ter informações ‘depositadas’ em suas cabeças” (PASSARELLI, 2007, p. 28).

O jogo deve ser percebido como uma possível, e boa, ferramenta de troca entre educandos e educadores, tendo em vista sua natureza interativa. Nele, o educando não é um receptor passivo de informações, configurando-se como uma ferramenta de apoio ao processo de ensino-aprendizagem. O *game* não deve ser entendido simplesmente como uma forma divertida de aprendizagem, pois ele tem o potencial de desenvolver habilidades e competências do educando. Lynn Alves (2009, p. 141) afirma que,

Os *games* classificados como de simulação possibilitam aos jogadores experimentar situações que não podem, muitas das vezes, ser concretizadas no cotidiano. Assim, através desses jogos é possível criar novas formas de vida, gerir sistemas econômicos, constituir famílias, enfim, simular a realidade, antecipar e planejar ações, desenvolver estratégias, projetar conteúdos afetivos, culturais e sociais [...]

O Projeto Gutenberg se estendeu até 2017, quando foi encerrado, dando lugar às pesquisas mais recentes na mesma área. Embora, mais uma vez, não tenha sido possível desenvolver tecnicamente o projeto do *serious game*, tanto os objetos de apren-

dizagem quanto as reflexões oriundas do seu desenvolvimento (FARBIARZ; XAVIER; FARBIARZ, 2019) foram essenciais tanto como sustentação do meu projeto de pesquisa ora em curso, quanto de sua aplicação em sala de aula.

Conhecimento e interação

A partir de 2017, após a aposentadoria do professor Ildo Nascimento, assumi a disciplina Linguagens Visuais e Gráficas, obrigatória de primeiro período do curso de Jornalismo da UFF, que tem como objetivo programático transmitir conhecimentos iniciais sobre elementos básicos de sistemas gráfico-visuais.

Nesse momento, eu percebi a oportunidade de aplicar os conhecimentos adquiridos e os recursos pedagógicos desenvolvidos na prática. O contato com calouros, recém-chegados de um ensino médio normalmente de abordagem tradicional, traria à tona no ensino superior as questões amplamente discutidas sobre o desinteresse discente e a “competição” entre as novas mídias e o espaço escolar.

Buscando materializar o Projeto Gutenberg, sucedâneo do curso Dodecaedria, recorri aos parceiros e amigos do LINC-Design da PUC-Rio, Guilherme de Almeida Xavier, Cynthia Macedo Dias e Jackeline Lima Farbiarz, além de alguns de meus orientandos no PPGMC à época, Leandro Marlon Barbosa Assis e Débora Ribeiro Gonçalves².

Partimos do currículo do curso de Jornalismo da UFF, que indica que as disciplinas da área gráfica que compõem a ênfase em Design Editorial – dentre as sete diferentes áreas de ênfase que os estudantes têm à sua disposição –, foram estabelecidas por uma visão de que “nos últimos anos os estudos de Comunicação evoluíram na direção de entender a linguagem e a teoria das mídias não apenas como campo de atuação, mas como lugar de conhecimento” (UFF, 2016, p. 2). Sem dúvida, a criação do

² Destaco que, além dessa inestimável parceria na construção do projeto, e sua constante avaliação e discussão, que rendeu-nos diversos artigos publicados, contei com a inesquecível contribuição de dezenas de alunos de graduação ao longo dos anos, nas mais diversas etapas e atribuições que, salvo algum lapso de registro ou alguma atualização em andamento, são mencionados no site do projeto: <https://educamidias.wixsite.com/meusite-1/participantes>.

Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano em 2013 teve influência nessa visão.

Partindo dessa premissa, o “Projeto *Commercium et Cognitionis*” (CetC) busca associar tecnologia e prática docente de forma lúdica, desenvolvendo ferramentas que valorizem o conteúdo didático e a interação, auxiliando e estimulando o aprendizado. Diante da clara inserção dos jovens urbanos em uma cultura contemporânea altamente imagética e tecnológica (KELLNER, 2001), a primeira estratégia pedagógica adotada foi a inserção das TDICs, por meio do celular, como ferramenta interativa de cunho pedagógico. A segunda foi o uso da gamificação como esteio do projeto pedagógico da disciplina. Importante esclarecer que a gamificação se constitui no uso de elementos de jogos em outras situações, com foco em desenvolver a motivação e o engajamento dos participantes (DETERDING, 2011). Ao mesmo tempo, o uso de jogos e práticas lúdicas como recursos pedagógicos pode ser um caminho para formar pessoas ao mesmo tempo íntimas e críticas das TDICs (GEE, 2007). Nesse sentido, Bíró (2014) afirma que a gamificação, ao projetar itinerários flexíveis atendendo a diferentes estilos de aprendizagem, aproxima-se de concepções relacionadas ao construtivismo.

Assim, as pesquisas que sustentam este projeto entendem que a aceleração do fluxo de informações (LIPOVETSKY, 2004), a partir da cultura de mídia (KELLNER, 2001), oferece informações de maneira rápida e superficial a jovens por vezes sem formação crítica para lidar com elas. Um fenômeno complexo e, neste sentido, a conjugação entre tecnologias digitais, gamificação e Pedagogia Crítica (GIROUX, 2016) apresenta a possibilidade de ensaiar novas formas de interação entre educandos, educadores e conteúdo.

O “Projeto *Commercium et Cognitionis*”, para além de sua aplicação como disciplina, é uma pesquisa experimental de campo que investiga como jovens universitários potencializam e desenvolvem competências necessárias à sua trajetória no ambiente universitário e ao cotidiano extramuros, partindo da ótica da construção dos processos discursivos e sustentando-se nas mídias como elemento central nesses processos. O experimento tem atualmente duas fases, tendo sido realizado até este momento

com cinco turmas em formato presencial pré-pandemia e três turmas em formato remoto até o semestre em curso, em plena pandemia da Covid-19, com um total de 218 educandos.

O projeto busca, por meio de um sistema de regras e mecânicas voltadas para o engajamento e a motivação,

[...] potencializar as competências e habilidades dos educandos para: 1) colaboração, interação e parceria; 2) autonomia na busca por conhecimentos; 3) responsabilidade na construção do percurso do conhecimento; 4) flexibilidade a diferentes estilos de ensino-aprendizagem; e 5) diversidade de formas de expressão. (FARBIARZ *et al.*, 2019, p. 234)

A mecânica básica do jogo consiste de 540 cartas divididas em nove baralhos temáticos dos conteúdos programáticos da disciplina. Cada carta tem impresso um QRCode no seu verso que, por meio da câmera do celular, permite ao educando-jogador acessar um dos conteúdos hospedados no *blog* da disciplina, sejam textos, imagens ou pequenos vídeos, editados, legendados e de livre acesso.

Figura 4 – Acesso a um conteúdo em formato de vídeo.



Fonte: autor.

A cada semana os educandos-jogadores sorteavam duas cartas do tema em curso e recebiam uma missão em grupo: relacionar seus conteúdos com outros externos e realizar uma apresentação

que atendesse à demanda específica daquele tema. A troca de cartas entre os educandos-jogadores era incentivada por algumas mecânicas recompensadas com pontos, assim como diversas outras formas de estímulo à colaboração e parceria entre eles.

Mattar (2009) afirma que os ambientes de ensino-aprendizagem lúdicos proporcionam maior interação entre os próprios educandos, entre eles e os educadores, configurando uma forma de aprendizado colaborativo e cooperativo. Segundo ele, “essa interação também desenvolve o senso crítico e a capacidade de trabalhar em equipe e, muitas vezes, cria a sensação de pertencer a uma comunidade. [...] Tudo isso, é claro, contribui para o aprendizado” (MATTAR, 2009, p. 116).

Pedagogicamente, pretendo que a articulação entre educandos-jogadores e diferentes gêneros de informação, com um objetivo comum, traga sentido aos conteúdos acessados e estimule a pesquisa e a construção de novos conhecimentos para além do jogo, em consonância com os objetivos de autonomia, responsabilidade e flexibilidade.

As missões representam um convite à solução de um desafio pela competência e habilidade do educando-jogador. Como a quantidade de pontos possíveis de acumular nas avaliações das missões é maior do que a quantidade de pontos necessários para contemplar esse quesito da avaliação da disciplina, o educando-jogador tem a possibilidade de escolher quais missões realizar. Essa mecânica atende à teoria do fluxo, essencial no processo gamificado (CSIKSZENTMIHALYI, 2000 [1990]), ao equilibrar o nível de dificuldade da atividade com as possibilidades dos educandos-jogadores. Tal como na Educação Libertadora (FREIRE, 2020 [1970]), no jogo o sujeito também pratica seu próprio “processo de descoberta e construção” (ALVES, L., 2009, p. 141).

A cada semana, intercalada às missões, eu ministrava uma aula, oficina ou atividade, buscando articular teoria e prática do conteúdo programático. Finalmente, ao final do semestre letivo, os educandos-jogadores deviam produzir em grupo um trabalho final no formato de uma publicação jornalística, impressa ou digital. Embora com linha editorial livre, as matérias ou mesmo as editorias deveriam estar relacionadas aos conteúdos programáticos da disciplina. Nesse sentido, as missões também têm o

objetivo de desenvolver paulatinamente as competências e habilidades necessárias aos educandos-jogadores para a realização dessa tarefa mais complexa, pois, além do conteúdo da publicação, tanto o projeto gráfico quanto a criatividade são pontuados.

Figura 5 – Trabalho final revista “Nona Arte”.



Fonte: imagem do autor. Elaboração de Lucas Silva Marciano dos Santos, Lucas Wesley Kelly dos Anjos, Matheus de Abreu Taranto.

Os resultados acadêmicos do projeto durante a fase presencial, junto aos educandos, foram cada vez mais animadores, tanto pelo engajamento quanto pelos trabalhos finais apresentados. Pelas respostas ao formulário de pesquisa enviado ao final de cada semestre letivo, respondido por cerca de 40% dos educandos que cursaram a disciplina nesses cinco períodos, foi possível apreender pelas respostas que, na medida em que, para alcançar o objetivo lúdico, foi necessário ao educando-jogador perseguir o objetivo didático, a dedicação ao jogo influenciou positivamente a dedicação acadêmica, estimulando o acesso e o aprendizado significativo sobre os conteúdos, garantindo ao educando-jogador autonomia e independência no processo educacional.

Especialmente, 83,33% dos respondentes dessa fase acreditavam que os conteúdos da disciplina serão importantes para suas vidas acadêmicas e profissional, mesmo estando no primeiro

período do curso. Mas a resposta mais relevante foi a de 66,7% dos respondentes, afirmando que a gamificação teria contribuído para sua melhor compreensão dos conteúdos, participação na disciplina e no desenvolvimento de sua autonomia, ratificando os objetivos iniciais do projeto.

Mas, como esperar pelo inesperado? Como se preparar para vivenciar dois anos – até agora – de ensino remoto, mediado intensa e completamente pelas mídias e tecnologias digitais que, até há pouco tempo, eram percebidas por muitos educadores quase como objetos de fetiche em sala de aula, usadas em práticas de ensino reproduzindo uma pedagogia de “fogos de artifício” (FARBIARZ; FARBIARZ, 2008) que valoriza o recurso em detrimento da formação?

A saga lúdica

Sem dúvida, o pragmatismo da situação antecedeu às preocupações teórico-conceituais: como transformar em totalmente digital um jogo que, mesmo se apoiando fortemente nas mídias e tecnologias digitais, era efetivado no presencial, com mecânicas que dependiam da interação entre os educandos-jogadores, quando a pandemia impunha o total afastamento social e o uso das tecnologias digitais no formato remoto de ensino? Como aponta Santos (2017, p. 2):

Para que o potencial comunicacional e interativo das tecnologias digitais em rede não seja subutilizado em educação é necessário um investimento epistemológico e metodológico em práticas pedagógicas, de ações docentes e de pesquisa que apresentem conceitos e dispositivos que dialoguem com o potencial sócio-técnico da cibercultura. Assim, é importante que no exercício da pesquisa e da formação docente vivenciemos experiências formativas que agreguem o potencial comunicacional das tecnologias com a implicação metodológica e epistemológica das práticas educacionais.

Tendo isso em mente, como no desenvolvimento da primeira fase do projeto, demandei, dessa vez, especial apoio dos meus orientandos Lucas Lopes Albuquerque Bastos, Eloisa Fátima

Figueiredo Semblano Gonçalves e Jader Lúcio da Silva Júnior, na resolução dessas e de outras dificuldades. A primeira delas ia ao encontro das reais possibilidades de acesso dos jovens às mesmas mídias e tecnologias que sustentariam o jogo, seja pelas dificuldades concretas de recursos, seja pela ansiedade imposta por essa nova forma de interação educacional. Nesse sentido, buscamos soluções novamente acessíveis e nos apoiamos na noção proposta por Santos (2009, p. 5.664).

E chamamos de interfaces de comunicação àquelas que contemplam a troca de mensagens entre os interlocutores do grupo ou da comunidade de aprendizagem. Estas podem ser síncronas, isto é, contemplam a comunicação em tempo real (exemplos: chats, webconferências, entre outras). Podem ser assíncronas, isto é, permitem a comunicação em tempos diferentes (exemplos: fóruns, listas de discussão, blogs e wikis entre outras). Nas interfaces síncronas e assíncronas conteúdo e comunicação são elementos imbricados, não podemos conceber os conteúdos apenas como informações para estudo ou material didático construído previamente ou ao longo do processo de ensino-aprendizagem. Ademais, não podemos negar que conteúdos são gerados a partir do momento que os interlocutores produzem sentidos e significados via interfaces síncronas e assíncronas.

Embora com encontros síncronos, todos os conteúdos programáticos e elementos do jogo deveriam estar disponíveis de forma assíncrona, por meio de recursos de baixa tecnologia e fácil acesso. Igualmente, deveria haver espaço para reflexão e produção discursiva midiática dos educandos, em atendimento às competências de responsabilidade e diversidade de formas de expressão.

A segunda grande questão reverberava em torno de uma percepção tanto como educador quanto como pesquisador, amparado nos dois anos e meio de interação com as turmas e nos resultados das pesquisas, de que a motivação e o engajamento poderiam ser melhores. Era perceptível que a proposta didático-pedagógica, apoiada em uma avaliação sistêmica, acabava sendo percebida por alguns educandos, em alguns momentos, como uma proposta tradicional de ensino, resumida à elaboração de

seminários temáticos e um trabalho final que seriam pontuados, apesar de todas as mecânicas gamificadas.

A possibilidade de reverter esse quadro, ainda que não predominante, e ainda ampliar os efeitos positivos do projeto, seria costurando toda a mecânica, em sincronia com a proposta didático-pedagógica, em uma narrativa que promovesse a imersão dos educandos-jogadores agora como educandos-jogadores-personagens.

Nesse sentido, elaboramos a Saga Lúdica do Reino de *Magisterium*, um reino místico situado em tempo e espaço indefinidos. Os educandos-jogadores adentram esse universo ficcional encarnando uma das seis categorias de personagens, os especialistas em comunicação: Papeleiros, Coloristas, Tipógrafos, Gravuristas, Editores ou Impressores. O reino está sendo invadido por um dragão ancestral denominado *Silentium*, que, com sua horda de semivivos, destrói todas as formas de comunicação e interação por onde passa. Cada uma das classes de especialistas tem um papel particular na narrativa, mas todos são os heróis que, munidos dos conhecimentos sobre comunicação, devem encontrar os meios de combater essa grande ameaça.

Figura 6 – Brasão do Reino de *Magisterium*.



Fonte: autor.

A mecânica do jogo segue basicamente a mesma da primeira

fase, contudo diversos elementos foram eliminados, seja por sua complexidade, seja por sua inadequação ao formato remoto, e deram lugar a outras mecânicas mais próprias dos *Role Playing Games* (RPG), como os personagens detentores de habilidade que vão evoluindo na narrativa por meio de distintivos e bonificações (WERBACH; HUNTER, 2012). Segundo Hunicke, LeBlanc e Zubek (2004), inclusive, esses recursos, tão característicos dos jogos, lembram o sistema de notas, distinções e classificações em disciplinas ou provas. Ou seja, conforme os educandos-jogadores-personagens vão realizando as missões e acumulando pontos, se elevam em diferentes Níveis de Sabedoria Mística, sendo que ao alcançarem cada um deles, recebem um diferente feitiço que podem usar, sob certas condições, durante o jogo.

Figura 7 – Penúltimo Nível Místico.



Fonte: autor.

Figura 8 – Feitiço que protege o grupo do jogador de duas notas ruins atribuídas por outros jogadores na avaliação do Trabalho Final.



Fonte: autor.

Além dessa mecânica, os educandos-jogadores-personagens visualizam semanalmente um vídeo de cerca de 5 minutos narrando os eventos em *Magisterium*, os ataques do dragão *Silen-*

tium e a descoberta de alguns conhecimentos – associados ao conteúdo programático da semana – que os heróis especialistas devem usar para combater a ameaça. Em apoio a cada missão, lhes é revelado um feitiço em uma linguagem misteriosa, que os educandos-jogadores-personagens devem decifrar, e que os ajuda a integrar a narrativa e os conteúdos acadêmicos, acessados por meio dos QR Codes, agora distribuídos por meio de páginas pessoais construídas para cada um deles no *blog* da disciplina.

Figura 9 – Segundo Feitiço sobre Cores e Tintas.



Fonte: autor.

Os resultados acadêmicos alcançados até o segundo semestre dessa segunda fase – lembrando que o terceiro semestre ainda está em curso – têm sido bastante animadores. Além de um perceptível crescimento no engajamento e motivação, haja vista que vários educandos optam, inclusive, por apresentar mais missões do que as academicamente necessárias, a associação dos conteúdos programáticos com a narrativa lúdica tem propiciado melhor relação entre a teoria e a prática, ainda que ficcional. A produção de discursos midiáticos digitais pelos educandos tem exacerbado qualquer expectativa neste sentido, com vídeos via YouTube, TikTok, Instagram, seja reproduzindo a narrativa lúdica, seja se apropriando da linguagem jornalística. Além da produção concomitante de *sites*, *blogs* e *podcasts*, por exemplo.

Figura 10 – Jornal de *Magisterium*.



Fonte: Douglas Ribeiro, Beatriz Riscado, Gabriella Gomes.

Figura 11 – Relato estilo TikTok da Sexta Missão



Fonte: Ana Carolina Modesto, Bernardo Pinho, Carolina Maria Gobbeiro.

Os resultados do levantamento dessa fase junto aos educandos comprovam que dentre os respondentes do formulário ao final do semestre letivo, 96% deles acreditam que tiveram bom aproveitamento na disciplina, sendo que 61% preferiram o formato gamificado ao tradicional. Especialmente, passamos de 66,7% dos respondentes da primeira fase para 78% da segunda fase afirmando que a gamificação teria contribuído para sua melhor compreensão dos conteúdos, e passamos dos 83,33% dos respondentes da primeira fase para 100% da segunda fase que acreditavam que os conteúdos da disciplina seriam importantes para suas vidas acadêmicas e profissionais.

Conforme um dos educandos, “as missões me fizeram criar um vínculo ‘profissional’ e pessoal com o meu grupo, algo que seria difícil de acontecer no ensino remoto. Outro ponto importante, é que nós aprendemos os conteúdos de verdade e não só decoramos” (EDUCANDO 1). Nesse sentido, parece ser razoável supor que conseguimos um bom nível de imersão dos educandos a partir da proposta gamificada com a narrativa ficcional. Para Huizinga (2017 [1938]), jogar é um ato voluntário e libertador, uma evasão temporária da vida real, transcendendo as necessidades imediatas da vida e conferindo um sentido a essa ação. Esse conceito, cunhado a *posteriori* por Salen e Zimmerman (2003, 2012 [2003]) como “Círculo Mágico”, propõe que o jogo crie uma delimitação espaço-temporal em torno de si e dos participantes, dentro da qual “as leis e costumes da vida cotidiana perdem validade” (HUIZINGA, 2017 [1938], p. 16).

[...] uma atividade livre, conscientemente tomada como ‘não-séria’ e exterior à vida habitual, mas ao mesmo tempo capaz de absorver o jogador de maneira intensa e total. É uma atividade desligada de todo e qualquer interesse material, com a qual não se pode obter qualquer lucro, praticada dentro de limites espaciais e temporais próprios, segundo uma certa ordem e certas regras. Promove a formação de grupos sociais com tendência a rodearem-se de segredo e a sublinharem sua diferença em relação ao resto do mundo por meio de disfarces ou outros meios semelhantes. (HUIZINGA, 2017 [1938], p. 16)

Em analogia, é possível entender o “Círculo Mágico” como um evento de suspensão do cotidiano (HELLER, 2014 [1970]). Segundo Heller, o cotidiano é o lugar do homem genérico, alienado, inconsciente e centrado no seu “Eu individual-particular”. Mas, em alguns momentos, esse homem pode realizar atividades que o elevem desse cotidiano.

As formas de elevação acima da vida cotidiana que produzem objetivações duradouras são a arte e a ciência. [...] o reflexo artístico e o reflexo científico rompem com a tendência espontânea do pensamento cotidiano, tendência orientada ao Eu individual-particular. A arte realiza tal processo porque, graças à sua essência, é autoconsciência e memória da humanidade; a ciência da sociedade, na medida em que desantropocentrista a ciência da natureza, graças a seu caráter desantropomorfizador. (HELLER, 2014 [1970], p. 26)

Mas o jogo teria essa capacidade de romper com o “pensamento cotidiano”, assim como a arte e a ciência? McLuhan (1969) acredita que sim. Segundo o autor, os jogos propiciariam a suspensão do pensamento rotineiro possibilitando ao sujeito a reflexão crítica sobre seu cotidiano.

Qualquer jogo, como qualquer meio de informação, é uma extensão do indivíduo ou do grupo. O seu efeito sobre o grupo ou sobre o indivíduo se traduz pela reconfiguração daquelas partes do grupo ou do indivíduo que não são

prolongadas ou estendidas. Uma obra de arte não tem existência ou função fora dos efeitos que produz sobre os observadores. E a arte, como os jogos, as artes populares ou qualquer outro meio de comunicação, tem o poder de impor seus próprios pressupostos, reordenando a comunidade humana por meio de novas relações e atitudes. (MCLUHAN, 1969, p. 272)

O jogo, portanto, como um evento de suspensão do cotidiano, por meio de suas regras e mecânicas, propicia um espaço privilegiado de reflexão sobre o próprio cotidiano, potencializando o pensamento crítico de seus jogadores. Segundo Huizinga (2017 [1938]), eles se afastam do cotidiano para uma esfera espaço-temporal delimitada pela imersão lúdica onde as leis e os costumes da vida cotidiana são submetidos a esse novo real e, às vezes, mantém tênues fios que os prendem ao real, seja pela materialidade do jogo, do espaço físico onde ele se dá, dos elementos culturais circundantes e mesmo por conta das habilidades e competências prévias do jogador.

Para Vygotsky, [...] os jogos atuam como elementos mediadores entre o conhecimento já cristalizado, construído, presente no nível de desenvolvimento real, e nas possibilidades e potencialidades existentes na Zona de Desenvolvimento Proximal (ZDP). (ALVES, L., 2009, p. 145)

Flora Alves (2015) destaca que as regras de um jogo estabelecem uma lógica de ações que, diante dos desafios propostos à solução pelos jogadores, potencializa seu pensamento crítico e criativo. Heller (2010 [1970]) afirma que a criticidade só é alcançada a partir da suspensão do cotidiano, um afastamento de consciência do homem-genérico dos padrões cristalizados desse mesmo cotidiano, potencializando seus mecanismos de resistência e enfrentamento. Mas Heller não está sozinha em suas proposições. “A consciência da infelicidade supõe a possibilidade de outra coisa (de uma vida diferente) além da existência infeliz” (LEFEBVRE, 1991, p. 216).

Encerrando esta jornada, por ora...

Podemos considerar este projeto como uma possível forma de encarar o desafio de representar informação e conhecimento, nessa realidade sócio-histórica e tecnológica, oportunizando aos educandos a experimentação com formas verbo-visuais (BRAIT, 2013) em diferentes formatos. Jogos permitem o contato com realidades distintas, a ponderação de regras e sua negociação e a representação de causas e consequências dentro de sistemas de relações. Ainda, possibilitam aos jogadores, educandos ou não, o desenvolvimento do seu potencial crítico, por meio da suspensão, ainda que restrita, do seu cotidiano (HELLER, 2014 [1970]).

Assim, agora eu repito minha questão inicial: como relatar uma pesquisa atual, em curso, que é reflexo, consequência, sucedânea de tantas outras pesquisas sem remeter a cada uma delas, sem traçar um pequeno *déjà-vu* acadêmico? A resposta a ela é meu próprio percurso, descrevendo meu processo de formação profissional, somando o pesquisador ao educador e entendendo a universidade como um lugar educativo tal qual defende Josso (1999). Na soma dos projetos, experiências, experimentos, o que compartilho é um entendimento de educador que pressupõe que as práticas de ensino devem ancorar-se em horizontalidade, ludicidade, equilíbrio semântico, interação e parceria... e que pressupõem que a pesquisa é um caminho para a reflexão que deve se constituir na ação (SCHÖN, 2000).

Ainda, que deste meu percurso como ator e autor do meu discurso, em que, como doutorando com foco em sua pesquisa, como pesquisador tentando aplicar suas reflexões em sala de aula, e como educador que tanto aprende quanto ensina, eu percebo que todo educador é um pesquisador de sua práxis e todo pesquisador é um educador em um diferente lugar educativo, resignificando a educação como parte de um novo cotidiano.

A partir dos resultados até agora encontrados na pesquisa, acredito que a integração de jogos e práticas lúdicas com a educação tem uma contribuição importante na formação de jovens no contexto contemporâneo, ao colocá-los em contato com as tecnologias em contextos significativos, promovendo leitura e

produção crítica e colaborativa de conhecimento. Eles serão os futuros profissionais e educadores das próximas gerações, enfrentando, assim, novos desafios e tendo a responsabilidade de se manterem cada vez mais críticos e responsáveis, em conexão com as tecnologias digitais. Eles serão, também, os futuros pesquisadores e educadores de nossa sociedade, ainda que não adentrem uma escola ou universidade ou que se proponham a um curso de pós-graduação. Aquele que educa não é só quem educa na sala de aula. Aquele que vivencia a “Matrix” do cotidiano também pesquisa quando dela pretende escapar. A Educação Libertadora (FREIRE, 2020 [1970]), os jogos narrativos e a Educação Crítica para as Mídias (ASSIS; FARBIARZ, 2018) são possíveis pílulas vermelhas a nos guiar nesse percurso.

Referências

- ALVES, Flora. **Gamification**: como criar experiências de aprendizagem engajadoras. São Paulo: DVS Editora. 2015.
- ALVES, Lynn Rosalina Gama, **Educação a distância**: o estado da arte. São Paulo: Pearson Education do Brasil. 2009.
- ASSIS, Leandro Marlon Barbosa; FARBIARZ, Alexandre. A Educação Crítica para as Mídias: uma proposta síntese para a área de interface. **Esferas**, v. 7, p. 1-12, 2018. Disponível em: <http://portalrevistas.ucb.br/index.php/esf/article/view/9989/6072>.
- BÍRÓ, Gábor István. Didactics 2.0: a pedagogical analysis of gamification theory from a comparative perspective with a special view to the components of learning. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, 141, p. 148-151, 2014.
- BRAIT, Beth. Olhar e ler: verbo-visualidade em perspectiva dialógica. **Bakhtiniana**, São Paulo, v. 8, n. 2, jul./dez. 2013, p. 43-66.
- COUTINHO, Mariana de Souza; FARBIARZ, Alexandre. Redes sociais e educação: uma visão sobre os nativos e imigrantes digitais e o uso de sites colaborativos em processos pedagógicos *In*: Simpósio Hipertexto e Tecnologias na Educação, 3, 2010, Recife. **Anais Eletrônicos**. Recife: NEHTE/ABEHTE, 2010. p. 1-9. Disponível em: <http://www.ufpe.br/nehete/simposio/anais/Anais-Hipertexto-2010/Mariana-Souza-Coutinho&Alexandre%20Farbiarz.pdf>.
- CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. **Flow**: a psicologia do alto desempenho e da felicidade. São Paulo: Objetiva, 2000 [1990].
- DEMO, Pedro. **A tecnologia na Educação e na aprendizagem**. Palestra

ministrada no dia 27/05/2000 no Educador 2000. Congresso Internacional de Educação. 2000.

DETERDING, Sebastian *et al.* Gamification: Toward a definition. **Proceedings of Gamification Workshop**, CHI 2011 Conference on Human Factors in Computing Systems. Vancouver, Canada: ACM, 2011.

FARBIARZ, Alexandre. Relações discursivas em Educação mediadas pelas Novas Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação. *In*: CABRAL FILHO, Adilson Vaz; FARBIARZ, Alexandre; SILVA, Denise Tavares da (org.). **Pesquisas em Mídia e Cotidiano**. Niterói, Rio de Janeiro: Editora da UFF, Rio Book's, 2014, p. 23-45.

FARBIARZ, Alexandre; FARBIARZ, Jackeline Lima. A educação a distância online: a dicotomia no ciberespaço. *In*: **Anais II Simpósio ABCiber** – Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura, São Paulo: PUC-SP. 2008. Disponível em: <http://cencib.org/simposioabciber/PDFs/CC/Alexandre%20%20Farbiarz%20e%20Jackeline%20%20Farbiarz.pdf>. Acesso em: 21 abr. 2019.

FARBIARZ, Alexandre. **O(s) lugar(es) do design(er) na construção de um curso a distância on-line**. Orientadora: Vera Lúcia Moreira Nojima. 2007. Tese de Doutorado (Design) – Programa de Pós-Graduação em Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: http://www2.dbd.puc-rio.br/pergamum/biblioteca/php/mostrateses.php?open=1&arqtese=0313147_07_Indice.html.

FARBIARZ, Alexandre; XAVIER, Guilherme de Almeida; DIAS, Cynthia Macedo; FARBIARZ, Jackeline Lima. A gamificação como processo metodológico na formação crítica contemporânea: uma experiência aliando tecnologia, inovação e ludicidade no Ensino Superior. **Logos**, v. 26, p. 229-244, 2019. Disponível em: <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/45676>.

FARBIARZ, Alexandre; XAVIER, Guilherme de Almeida; FARBIARZ, Jackeline Lima. Novas tecnologias no ensino de graduação em Comunicação. **ECCOM - Educação, Cultura e Comunicação**, v. 10, p. 245-255, 2019. Disponível em: <http://fatea.br/seer3/index.php/ECCOM/article/view/966/964>.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. 17. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2020 [1970].

GEE, James Paul. **What video games have to teach us about learning and literacy**. Londres: Palgrave Macmillan, 2007.

GIROUX, Henry A. Pedagogia crítica, Paulo Freire e a coragem para ser político. **Revista e-Curriculum**, São Paulo, v. 14, n. 1, jan./mar. 2016. p. 296-306. Disponível em: <http://revistas.pucsp.br/index.php/curriculum/article/view/27356>. Acesso em: 5 jan. 2019.

GOULEMOT, Jean Marie. Da leitura como produção de sentidos. *In*: CHARTIER, Roger. **Práticas da leitura**. São Paulo: Estação Liberdade, 1996, p. 107-116.

- HELLER, Agnes. **O cotidiano e a História**. 10. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2014 [1970].
- HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura**. 8. ed., São Paulo: Perspectiva, 2017 [1938].
- HUNICKE, Robin; LEBLANC, Marc; ZUBEK, Robert. MDA: A Formal Approach to Game Design and Game Research. *In: Proceedings of the Challenges in Games*. AI Workshop, Nineteenth National Conference of Artificial Intelligence, 2004.
- JOSSO, Marie-Christine. História de vida e projeto: a história de vida como projeto e as “histórias de vida” a serviço de projetos. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v. 25, n. 2, p. 11-23, jul./dez. 1999.
- KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia – Estudos Culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. São Paulo: EDUSC, 2001.
- LEFEBVRE, Henri. **A vida cotidiana no mundo moderno**. São Paulo: Ática, 1991 [1968].
- LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2004.
- MATTAR, João. Interatividade e aprendizagem. *In: LITTO, Fredric M.; FORMIGA, Marcos (org.) Educação a distância: o estado da Arte*. São Paulo: Pearson Prentice Hall. 2009, p. 112-118.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1969.
- PASSARELLI, Brasilina. **Interfaces Digitais na Educação: @lucin[ações] Consentidas**. São Paulo: Escola do Futuro da USP. 2007.
- PERRENOUD, Philippe. **Construir as Competências desde a escola**. Porto Alegre: Artmed, 1999.
- SALEN, Katie; ZIMMERMAN, Eric. **This is not a game: play in cultural environments**. DIGRA, Utrecht, Level Up Conference Proceedings, 2003.
- SALEN, Katie; ZIMMERMAN, Eric. **Regras do jogo: fundamentos do design de jogos**. v. 1. São Paulo: Bluscher, 2012 [2003].
- SANTOS, Edméa. Educação online para além da EAD: um fenômeno da cibercultura. **Actas do X Congresso Internacional Galego-Português de Psicopedagogia**. Braga: Universidade do Minho, 2009, p. 5658-5671. Disponível em: <https://www.educacion.udc.es/grupos/gipdae/documentos/congreso/xcongreso/pdfs/t12/t12c427.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2020.
- SANTOS, Edméa. Educação online como dispositivo na ciberpesquisa-formação. **Revista Tecnologias na Educação: Tecnologias na Educação**, v. 20, p. 1-9, out. 2017. Disponível em: <http://tecedu.pro.br/ano9-numerovol-20-edicao-tematica-iv/>. Acesso em: 20 jul. 2020.
- SCHÖN, Donald. **Educando o profissional reflexivo: um novo design para o ensino e a aprendizagem**. Porto Alegre: Artmed, 2000.

UFF, Universidade Federal Fluminense. **Curso de Jornalismo - Projeto Pedagógico de Curso (PPC):** Formulário nº 02 – Princípios Norteadores. Niterói: Curso de Jornalismo, 2016.

WERBACH, Kevin; HUNTER, Dan. **For the Win:** how game thinking can revolutionize your business. Pensilvânia, EUA: Wharton Digital Press, 2012.

Uma pesquisa sem fim: narrativas, representações e imaginários nos múltiplos trânsitos cotidianos da imagem

Denise Tavares

*Onde está o real: no céu ou no
Fundo das águas? O infinito, em
nossos sonhos, é tão profundo no
firmamento quanto sob as ondas.
Gaston Bachelard (2018, p. 51)*

Introdução: o tempo-espaço da pesquisa

Em coerência a um cenário midiático atravessado por múltiplas imagens que redesenham nosso imaginário e constituem narrativas que nos tecem e realizam trânsitos que reconfiguram e reestruturam o próprio território “mídia”, a escolha do audiovisual como “objeto de reflexão” (ponto de partida, percurso e, quem sabe, ciclo para novas *viagens*), tornou-se imperativa. Afinal, trata-se de uma decisão de alguém que concorda com o diagnóstico que somos seres construídos historicamente, mergulhados em um espaço que tem procurado mobilizar tempos definidos sob óticas culturais, sociais e artísticas que encontram no diálogo passado-presente as possibilidades de significação e sentido do presente e futuro. Portanto, é sob essas asserções e diretrizes que há pouco mais de dez anos percorro e realizo uma pesquisa sem fim pois, dialeticamente, à medida que encontro respostas às indagações iniciais, novas questões surgem, e redesenham esse *locus*. Assim aqui, para facilitar a identificação do ponto e perspectiva em que estou nessa travessia, recorto esse amplo território a partir dos principais diálogos e objetivos que cada subprojeto estabelece. E o que é interessante nessa saga é compreender como não há uma movimentação linear, ao contrário: certas inquietações vão e voltam, ganham vulto ou quase desaparecem, multiplicam-se em cores ou se tornam opacas, mas sempre têm sido companhias fiéis.

Como lembra Sartre (2012, p. 9), “uma coisa, porém, é apreender imediatamente uma imagem como imagem, outra é formar pensamentos sobre a natureza das imagens em geral”. Ora, para engendrar análises e discussões sobre as imagens, ousou brincar com a lógica da física quântica que garante haver “matéria física” que, simultaneamente, ocupa dois lugares. Para deixar mais claro: pesquisa, há pouco mais de dois anos, aparentemente dois caminhos “temáticos” distintos, ambos discutindo narrativas, representações e imaginários em produções audiovisuais. Um, com foco na relação juventude e suicídio e o outro, no meio ambiente. No primeiro, vida e morte entrelaçadas sob o que talvez seja um dos mais perversos “tabus” da cultura humana: o suicídio, em especial, o das pessoas que, em tese, teriam longa vida pela frente. No outro, também vida e morte se imbricam, já que é praticamente impossível não compreender e enxergar que o homem está deliberada e desvairadamente destruindo o lugar que habita e, nesse movimento, também obscurece, integralmente, a sua possibilidade do viver futuro. Nesses dois percursos, conto com o apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Rio de Janeiro, a FAPERJ¹, o que amplia o prazer e a responsabilidade de desenvolver essas pesquisas.

Esclarecidos, acredito, meus hoje dois “países” de investigação, chamo a atenção neste texto sobre como essa simultaneidade foi sendo construída ao longo do tempo e dos múltiplos cruzamentos ocorridos com as orientações desenvolvidas junto aos discentes do Programa de Pós-Graduação Mídia e Cotidiano. Com alguns, a conversa foi de muitas perguntas comuns, de cumplicidades mais próximas, enquanto com outros mais tateamos junções e margens do que, exatamente, sobrepusemos interrogações. Trata-se de uma situação que é pertinente à nossa larga área da Comunicação e Informação, inserida na ainda mais larga área das Ciências Humanas. Em outras palavras, ser pesquisadora das Ciências Humanas significa, acima de tudo, assumir a instabilidade desafiadora e orgânica da nossa vida em sociedade, continuamente atravessada por disputas narrativas que se traduzem, não raro (e não exclusivamente) no jogo das representações e da fabulação dos imaginários. São embates que, no específico e

¹ Editais Apoio a Grupos Emergentes e APQ1 (Apoio à Pesquisa).

contemporâneo lugar da Comunicação, incorporam os processos acelerados do desenvolvimento tecnológico que impactou as estruturas, as relações e os modos de sentir e reagir dessa mesma e histórica organização social na qual vivemos, dia a dia.

Esses apontamentos são importantes porque desvendam um dos segredos das pesquisas na nossa área: ao contrário do que ocorre nas chamadas ciências duras – as exatas e biológicas – nós, os das humanas, não produzimos ou investigamos em laboratórios fechados: no máximo, os frequentamos vez ou outra. Isto é, nossas investigações focam produções e processos que nos configuram e que configuramos, nos quais não há espaço para verdades únicas e estáveis que possam ser aprisionadas na lógica da ciência objetiva: nossa configuração é encharcada das subjetividades! Portanto, o que nos mobiliza são princípios, estes sim, dependentes sempre de uma escolha. A minha (e tenho certeza que a de todas e todos que participam do PPG Mídia e Cotidiano) está colada às expectativas de participarmos de um movimento tracejado pelo ideal de vivermos em uma sociedade mais equilibrada e justa em todos os seus aspectos econômicos, sociais e culturais. A assertiva é uma generalização que no campo da pesquisa demanda afinamentos. No meu caso, considerando que os princípios desenhados por conceitos também podem ser torcidos, vergados e repaginados, houve alinhamento às investigações que discutem o cenário contemporâneo midiático pela vereda da “Linguagem, representações e produção de sentidos”, que é como definimos a matriz que nos abriga, nós, os professores e pesquisadores da Linha 1 do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano. E abre-se aqui, novamente, uma questão: mas o que é, exatamente, esse pertencimento?

Algum esquematismo é necessário para localizarmos de forma mais simples qual é o escopo das pesquisas, considerando esse pertencimento. Falar em “ser da Linha 1” significa que assumimos a importância do “como”. Sinteticamente, nos interessa discutir como as linguagens das mídias, na sua relação com o tempo-espaco cotidiano, criam e articulam representações que produzem sentidos. Esse arco, nesta pesquisa sem fim que desenvolvo, implica, de imediato, focar as construções narrativas em sintonia ao que coloca Roland Barthes (2011,

p. 19): “[...] a narrativa está presente em todos os tempos, em todos os lugares, em todas as sociedades; a narrativa começa com a própria história da humanidade; não há em parte alguma povo algum sem narrativa; todas as classes, todos os grupos humanos têm suas narrativas [...]”. A amplitude dessa presença, como é fácil deduzir, carrega as variáveis dos tempos e espaços por onde e quando se esparramaram tais narrativas. São entrecruzamentos que, estudados e problematizados, apresentam-se como conhecimento moldado em normas, regras, conceitos, formulações, significantes e significados, sentidos e muitos outros caminhos que podem ser pensados, ecoando Borges, como constituindo um labirinto em que não há um tempo homogêneo e único e sim “[...] infinitas séries de tempos, numa rede crescente e vertiginosa de tempos divergentes, convergentes e paralelos” (BORGES, 2007, p. 92).

Os trânsitos narrativos, claro, não são aleatórios. Marcadas pelos tempos-espacos históricos, as narrativas engendram sistemas de representações que texturizam-se pela subjetividade, essa que é engendrada na cultura ocidental pelos vieses estéticos, éticos e cognitivos, camadas que se embaralham pela teia de crenças e valores que balizam cada vida, cada sujeito histórico. São tantos marcadores que, mais uma vez, é preciso delimitar fronteiras para que não nos percamos: se é uma pesquisa sem fim, cada pouso ou parada deve abrir espaço-tempo para discussões, reflexões e remixagens entre outras posições e movimentos, considerando focos específicos. No nosso caso, a linha divisória para a realização das investigações pretendidas é formada, primeiro, pelo cimento do imaginário social, reconhecendo neste último um conceito polifônico e ambíguo, cuja legitimidade envolve, ainda, debates diversos nas ciências humanas e, segundo, pelas representações. Estas, também em processo contínuo de construção teórica, provocada, em especial, pelas variações semânticas produzidas por várias disciplinas quanto ao significado do que sejam as representações.

Essa multiplicidade implica, no nosso caso, na aderência ao que coloca Henri Lefebvre (2006), para quem a significação filosófica do que seja representação acabou por confundir-la, a partir de Marx e dos marxistas, com ideologia. Tal chave nos interessa

especialmente, já que o “como” – ou, a linguagem – jamais estará alheio ao político. Ou, como se interroga Lefebvre (2006, p. 26 – tradução nossa)², “as representações podem ser distinguidas das memórias, símbolos, mitos e lendas, imaginário, ilusões e erros? Certamente; mas a distinção deve vir delas mesmas e não de uma classificação arbitrária”. No entanto, seria equivocado desenvolver pesquisas que foquem objetos e processos sem levar em conta o que aponta Karel Kosik (1976, p. 15) quanto à representação da coisa em si, ou de o fenômeno ter como qualidade ser “[...] a projeção, na consciência do sujeito, de determinadas condições históricas *petrificadas*” (grifo do autor). Em outras palavras, ainda acionando Kosik (1976, p. 19; grifo do autor), torna-se impositivo lembrar, com o autor, que o “mundo da realidade não é uma variante secularizada do paraíso, de um estado já realizado e fora do tempo; é um processo em curso do qual a humanidade e o indivíduo *realizam* a própria verdade, operam a humanização do homem”. Se está em curso, é obviamente movente, transformável e transformador, como moto perpétuo e, por isso mesmo, a armadilha que qualquer pesquisa carrega, nas ciências humanas em especial, é justamente congelar buscas a partir de “resultados” momentaneamente encontrados.

Todos esses questionamentos nos trazem de volta à eleição de componentes que nos interessam investigar, sempre sem a pretensão do esgotamento. A posição nos levou, não aleatoriamente – como pretendemos discutir daqui a pouco –, aos já citados enredamentos do imaginário, compreendendo neste um vínculo potente com o mundo das imagens, das irrealidades tensionadas, como já dito, pelos sistemas de crenças e valores que o cotidiano consolida, a despeito da aparente imaterialidade intrínseca que constitui o que podemos entender como “imaginário social”. Assim, antes de encerrar esta Introdução, que tem como objetivo principal localizar nossas pesquisas atuais explicitando suas relações com o PPG Mídia e Cotidiano, consideramos relevante demarcar os percursos metodo-

² No original: “¿Las representaciones pueden distinguirse de los recuerdos, de los símbolos, de los mitos y relatos legendarios, de lo imaginario, de las ilusiones y de los errores? Sin duda alguna; pero la distinción debe provenir de ellas mismas y no de una clasificación arbitraria”.

lógicos singulares que nos trouxeram a este lugar. Nele, avulta a tríade “narrativa-representação-imaginário” como matriz das pesquisas desenvolvidas não só por mim, mas com os diálogos e intersecções com os orientandos do programa, além dos envolvimento com outros projetos, seja por contribuições via participação em bancas de dissertações e teses, seja por outros movimentos como projetos de extensão e/ou apresentações em eventos científicos.

Iluminar alguns passos dessa geometria tão delicada, só é possível se, como Octavio Paz, este texto privilegiar o método poético, em que a lógica é estruturada na ideia, muitas vezes, de conjunção/disjunção dos contrários (PAZ, 1979). Esse é um jogo que relativiza conceitos, afinado à pretensão de não paralisar os “objetos” e/ou “processos” em uma configuração definitiva. O método poético revisita a linguagem, enredando-se em novas possibilidades de percepção e interpretação, justamente porque reconhece outros sentidos e possibilidades que a própria linguagem é capaz de gestar. Por isso, compreender e discutir os processos criativos das “obras” torna-se revelador do pesquisador e da pesquisa ao mesmo tempo. Mais que isso: aponta o horizonte de inquietações, de impaciências, de desejos. Dito de outra forma, exige a criatividade singular do desenvolvimento da pesquisa, de modo que traduza, concomitantemente, o olhar rarefeito do observador que nunca vai deixar de estar “dentro” do percurso que desenvolve. Não à toa, portanto, que a pesquisa possa se apresentar na superfície como uma investigação sobre documentário para, ao mesmo tempo, carregar consigo todas as tensões que envolvem a biografia, a ciência, o meio ambiente entre outras múltiplas abordagens.

Resgatando o que falamos há pouco, essa pesquisa sem fim pode ser reconhecida tendo como ponto de partida investigar os documentários biográficos³ no território (imaginado?) latino-americano. A linha que delineava esse percurso interrogava se era possível delimitarmos não mais um subgênero, mas sim

³ Um recorte dessa pesquisa, intitulado “O Outro sou Eu? – Questões em torno da ‘decisão biográfica’ de dez documentaristas brasileiros”, contou com apoio FAPERJ via Edital de Fomento 2012/2013, além de bolsas de iniciação científica do CNPq e FAPERJ.

um gênero específico, dada a farta produção de documentários biográficos e de um imaginário que elegia o “eu” potencializado como chave para observarmos as organizações sociais no cenário midiático contemporâneo. Tal propósito acionou diálogo com projeto de investigação que problematizava se era possível pensarmos em uma nova estratégia de construção biográfica no Instagram⁴ e com outro centrado nas representações e produções de sentido em dois documentários construídos sob a égide do ativismo e militância⁵. A abertura a essas trocas foi desdobrando em múltiplos aspectos a continuidade daquela pesquisa que, para ser mais facilmente comunicada, se autorrotulava por “investigar o documentário”. O fato é que no campo do conhecimento nada é estanque. Outras experiências como a criação da *BITS Ciência*, uma revista eletrônica voltada à popularização da ciência e cuja linha editorial afirmava a importância de se reconhecer que a universidade também é um espaço de produção de conhecimento e não apenas de formação profissional, trouxe outras inquietações. Assim, não ao acaso, ganhou fôlego posicionamento político-acadêmico azeitado pelo diagnóstico da necessidade de produção de material teórico-reflexivo que contemplasse tanto o campo documentário como o da divulgação científica⁶. E assim, de deslocamento em deslocamento, novos sulcos foram constituindo uma rede de olhares

⁴ Refiro-me aqui à dissertação “Dinâmicas Audiovisuais nos encontros com Justin Bieber”, de Raphael Silva Pinto, orientada por mim. Disponível em: <http://www.repositorio.uff.br/jspui/handle/1/3871>.

⁵ Referência à dissertação “Sexualidades e gêneros cambiantes – militância e ativismo nos documentários *Generonautas: jornada por identidades mutantes e De gravata e unha vermelha*”, de Sandra Alesia Pereira da Silva, sob minha orientação. Disponível em: <http://www.repositorio.uff.br/jspui/handle/1/3891>.

⁶ Esse projeto foi contemplado com a Chamada 43/2013 – Ciências Humanas, Sociais e Sociais Aplicadas, do CNPq e com o Auxílio à Pesquisa Básica FAPERJ 2014/1 (APQ1), além de bolsa CNPq de Iniciação Científica. Vale mencionar que esse arco de pesquisa pode contar com diálogos que alargaram muito o horizonte inicial. Destaco, aqui as pesquisas de Iane Filgueiras sobre o “Canal Saúde na Estrada” (Disponível em: <http://www.repositorio.uff.br/jspui/handle/1/3824>); de Willian Dantas, que já abordava as discussões sobre negacionismo (Disponível em: <http://www.repositorio.uff.br/jspui/handle/1/3822>) e a de Alexandre Freitas Campos, um potente estudo sobre as versões da série “Cosmos”, construindo, inclusive, um percurso metodológico muito singular. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/10177>.

que cavaram parcerias inesperadas, mas sempre altamente produtivas⁷.

Enfim, após esses detalhamentos, avaliamos que já é possível adentrar de modo mais particularizado às duas temáticas nas quais estamos neste momento, conforme já colocado. Ambas, de certo modo, recuperam algumas pistas originadas do meu papel de orientadora do trabalho de Priscilla Lamy que focou a série documental *Mi país, nuestro mundo*⁸, da TAL TV, que interligava a questão ambiental na América Latina, juventude e realização documentária, em um projeto atravessado pela comunicação e educação. Refere-se, em especial, a tensionar o desenho de futuro a partir de quem, em tese, vai vivê-lo em todas as suas faces devastadas (ou não) pelas ações do presente. Uma perspectiva em que a relação com a criação, com a imaginação e com a representação novamente emergia como instauradora decisiva da nossa visão e decisão sobre a sociedade desejada. Além desses aspectos, o desenvolvimento dessa pesquisa trouxe o compartilhamento de autores que problematizavam o quanto imaginários únicos sobre juventude e meio ambiente contribuem para a paralisia do senso comum em sua avaliação sobre esses dois “temas” que, claro, convergem para a cristalização equivocada da própria percepção da sociedade atual. É por este – entre outros motivos – que discussões gestadas por preconceitos e ansiedades continuam tão à margem, como é o caso dos suicídios: o dos indivíduos jovens e o do planeta inteiro. E assim chegamos aos projetos de pesquisa atuais que me mobilizam profundamente, principalmente após ter tido o privilégio de compartilhar com

⁷ Impossível não me referir aqui às pesquisas de Max Milliano, primeiro, discutindo a representação da empregada doméstica (Disponível em: <http://www.repositorio.uff.br/jspui/handle/1/3847>) e, agora, focado nos reality shows. Também me trouxeram inquietações essenciais o trabalho do Rodrigo Moraes, que problematizou o campo das representações do cotidiano da banda Metallica no documentário *Some Kind of Monster* (Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/11330>); o de Raquel Terto sobre as produções doc-experimentais do Coletivo Mulheres de Pedra (Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/16047>) e, ainda, confirmando um aspecto circular das inquietações, a pesquisa comovente de Thiago Fraga sobre a representação do homossexual masculino em abordagem interdisciplinar que recupera, mesmo brevemente, as lutas identitárias empreendidas no cenário brasileiro. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/15827>.

⁸ Dissertação intitulada “Protagonismo juvenil: um estudo a partir de *Mi País, Nuestro Mundo*”. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/4358>.

Daniel Alves Scarcello⁹, um jovem pesquisador brilhante, todas as perplexidades que a série *Black Mirror*¹⁰ lhe trouxera quando se deparou com a cotidiana banalidade do mal ali apresentada. Diagnóstico que assume um caráter praticamente visionário em função da situação atual do país (é difícil não dizer).

Interrogação 1: audiovisual e meio ambiente

*Os brancos se dizem inteligentes. Não
o somos menos. Nossos pensamentos
se expandem em todas as direções e
nossas palavras são antigas e muitas.*
Davi Kopenawa (2009)

Sinteticamente, podemos dizer que sob o título “No rastro das sementeiras miúdas: cotidiano, imaginário, protagonismo e experimentações de linguagem no documentário ambiental contemporâneo”, essa vereda da pesquisa atual reconhece o impacto da hipertrofia do real (JAGUARIBE, 2007) no cenário audiovisual contemporâneo e aciona, como hipótese, que tal contexto traz, entre outras questões, desafios estéticos-narrativos pautados pela necessidade latente de manter férteis territórios de esperança, de utopia, de superação das dificuldades e soterramentos cotidianos. Com esse horizonte, a proposta pretende levantar e discutir produções documentárias que colocam como eixo estruturante das suas narrativas a valorização de estratégias de transformações social e cultural, isto é, um sentido de resistência e reversão do que considera “destruições” da vida qualificada presente. Recorta, desse território, a perspectiva de preservação e defesa do meio ambiente. Como se trata de um escopo amplo, a pesquisa se estrutura considerando duas referências centrais para a seleção do *corpus*. Uma, que sejam narrativas documentárias articuladas pela proposta de afirmação de

⁹ Autor da dissertação defendida em fevereiro de 2021 no PPG Mídia e Cotidiano, intitulada “Através do espelho: cotidiano e banalidade do mal em *Black Mirror*”. Disponível em: ppgmídiaecotidiano.uff.br.

¹⁰ Série de ficção científica da TV britânica, criada em 2011 por Charlie Brooker, e depois comprada pela Netflix. Tornou-se um dos fenômenos mundiais de audiência. Teve, até 2019, cinco temporadas.

“novas” tessituras sociais e culturais, cujo protagonismo seja um “sujeito coletivo”. E, outra, que estabeleça diálogos fecundos com o imaginário e o cotidiano do universo rural/camponês latino-americano (demarcando, no entanto, um território específico para o Brasil), investindo, ainda, em experimentações de linguagem. Balizam as abordagens, entre outros autores, Didi-Huberman, Gilbert Durand, Gaston Bachelard, Bruno Latour, Fernão Ramos, Beatriz Jaguaribe, José de Souza Martins, José Eli da Veiga, Leila da Costa Ferreira.

O leque extenso e variado deve-se ao projeto ser configurado por discussões interdisciplinares. Estas ocorrem incorporando um diálogo fecundo com o Romantismo, em especial o alemão e, claro, de como essa “escola de pensamento” foi assumida no Brasil. O que mobiliza esse arranjo é a discussão e compreensão das permanências e transformações que impactam temas, protagonismos e narrativas desses documentários ambientais. A escolha tem como matriz a obra seminal de Michael Löwy e Robert Sayre (2015), reconhecendo contribuições, também, de autores como Safranski (2010), que se debruçou especialmente sobre as origens e impactos do Romantismo na Alemanha; Berlin (2015), que discute o Romantismo em uma perspectiva de contraponto ao Iluminismo e, ainda, Ricupero (2004), que relaciona a escola à ideia de nação no Brasil do século XIX. Reforça-se, ainda, que o cotidiano aqui abordado se define como local-tempo de transformações e permanências do social, conforme a visão crítica de Lefebvre (1991) e Heller (2008) e, em outro “lugar”, pelas movimentações do homem ordinário propostas por Certeau (1994).

Para evidenciar melhor nossa proposta é importante recuperar que, se antes a “guinada subjetiva” (SARLO, 2007) que impactou a narrativa documentária se deu, particularmente, na ampliação da produção biográfica e autobiográfica (TAVARES, 2017), incluindo, sobremaneira, aquelas que se debruçaram sobre as ditaduras militares da América do Sul, agora é possível perceber outra situação. A hipótese nossa é que em aparente sintonia aos retornos dos governos neoliberais nos países latino-americanos avulta a teoria dos Novos Movimentos Sociais (NMS) que afirma estes pretenderem se construir a partir de novas formas de fazer política e novos processos de construção

de identidade. Posicionados fora dos paradigmas de interpretação anteriores sobre os movimentos sociais, os NMS trazem consigo mudanças de atuação que reelaboram a noção de categorias sociais e modificam a visão de conflito e relações, abrindo perguntas sobre quem são os seus sujeitos e como eles se costumam no meio social. O entendimento de quem é o coletivo, como constroem as suas ações e sobre quais discursos e representações se formulam, planejam um território significativo e significante para a delimitação do *corpus* proposto, em recorte daqueles assumidamente envolvidos com as questões ambientais, no espectro do questionamento e resistência ao modelo predominante (ou seja, o agronegócio em sua configuração macro, particularmente no caso brasileiro). Tal imbricamento, a nosso ver, produz obras audiovisuais na expectativa da expressão e comunicação de seus projetos, ideais e críticas.

No entanto, para além de discussões e bibliografias que observam o rural e/ou a natureza com os pés enterrados no chão das cidades, a pesquisa considera imprescindível que a conjunção teórica seja estabelecida incorporando outras coreografias a partir de um novo conceito, o “Buen Vivir”:

O Bem Viver, que surge de visões utópicas, está presente de diversas maneiras na realidade do ainda vigente sistema capitalista – e se nutre da imperiosa necessidade de impulsionar uma vida harmônica entre os seres humanos e deles com a Natureza: uma vida centrada na autossuficiência e na autogestão dos seres humanos vivendo em uma comunidade. (ACOSTA, 2016, p. 47)

Popularizado pelo equatoriano Alberto Acosta¹¹, o “Bem Viver” foi forjado em meio às lutas indígenas e populares desse país latino-americano, mas traduz, de certo modo, propostas similares de outras comunidades dos povos originários que sobreviveram ao massacre amplo e irrestrito praticado desde as invasões

¹¹ É importante destacar que Alberto Acosta foi um dos ideólogos da chamada revolução cidadã que levou Rafael Corrêa à presidência do Equador em 2007. Nesse governo, foi ministro de Energia e Minas e dirigiu a primeira Assembleia Constituinte a reconhecer os direitos da Natureza – Pacha Mama ou Mãe Terra. No entanto, ele rompe com Corrêa por discordar da postura que o então presidente tem em relação às lutas indígenas e ao meio ambiente.

de espanhóis e portugueses nas Américas do Sul e Central até hoje. Nesse sentido, integrar esses princípios ao campo da investigação em curso, significa também aninhar uma série de outros aportes teóricos que problematizam as várias faces do extratrativismo (do predatório ao sustentável), além da abertura às cosmologias e cosmogonias indígenas que, no Brasil, reverberam no espaço midiático por vezes como a de Ailton Krenak (2019, p. 22-23), para quem “a ideia de nós, os humanos, nos descolarmos da terra, vivendo numa abstração civilizatória, é absurda. Ela suprime a diversidade, nega a pluralidade das formas de vida, de existência, de hábito”. Também implica fabular com uma miríade de autores e autoras que, assumindo a pauta de atualizar a tradição crítica do pensamento latino-americano, constituíram o que foi identificado como “giro decolonial” (BALLESTRIN, 2013). Ou, ainda, imergir na crítica da crítica, tecida sob o argumento de que o movimento decolonial reproduz a lógica da dominação eurocêntrica ao excluir a fonte de suas reflexões, como faz Cuzicanqui (2010). São embates e posicionamentos relevantes porque reverberam, no caso do *corpus* da pesquisa, na possibilidade (ou não), de problematizar a radicalidade de cada realização audiovisual, em suas opções narrativas, de linguagem, estéticas e éticas. Um percurso, portanto, carregado de sementes que tateiam, no mínimo, outras epistemologias e, com essa aparente diástase, ampliam suas inquições.

Interrogação 2: juventude e suicídio

*Uma imagem que sai da escuridão vem,
então, ao nosso encontro. Ela surge para que
o que vemos nela possa realmente nos olhar
e, portanto, nos tocar de alguma forma.*

Didi-Huberman (2021, p. 9)

O voleio que nos leva do olhar amplo sobre a devastação ambiental ao universo íntimo do autoaniquilamento do sujeito, como já dissemos, não é arbitrário. Ao contrário, sustenta-se, na compreensão primeva da sagração da vida, observada em sua amplitude condicionante de “fazer sentindo”, compreendendo,

no entanto, que a “luz não é jamais ‘toda’, salvo no paraíso das verdades intangíveis” (DIDI-HUBERMAN, 2021, p. 6). Como se pode deduzir, o nosso movimento, ao final, bebe na fonte apontada por Didi-Huberman. Mas, antes de entrar nas questões que sustentam a proposta, vale lembrar que a investigação que propomos integra a pesquisa “Juventude e suicídio: percursos midiáticos e suas interfaces com a Educação”¹² que enfoca a relação “juventude-suicídio” em seu “trânsito” midiático, isto é, considerando o papel da mídia como produtora de sentidos e elaboradora de representações dessa temática. Busca também analisar e discutir tais percursos/objetos em diálogo com a educação formal. A abordagem envolve cinco pesquisadoras e três doutorandos do PPG Mídia e Cotidiano¹³, e divide-se em três eixos: levantamento e análise das produções midiáticas; identificação dos impactos desse levantamento junto a jovens de escolas públicas do Rio de Janeiro e, ainda, oficinas de caráter formativo para alunos do Curso de Pedagogia da Universidade Federal Fluminense. No recorte que trabalhamos, o foco são as produções audiovisuais do período de 1999-2019, incluindo as que circulam nas mídias sociais, afinadas ao escopo do tema¹⁴.

Esclarecidos esses aspectos, digamos, mais formais, ressaltamos que o percurso da investigação até o momento indicou, entre outros resultados, os seguintes pontos relacionados aos audiovisuais que estão constituindo o *corpus* da pesquisa: recursos dramáticos expressivos na construção narrativa; concentração de diagnóstico em causa médica como justificativa de isenção de “culpa” da vítima e/ou dos familiares, sem que tal certeza anule totalmente tanto esse sentimento como, é claro, a dor da perda e, ainda, discrepância entre os perfis de jovens que mais cometem suicídio no Brasil e as narrativas prevalentes no circuito midiá-

¹² Contemplada com o Edital de Apoio a Grupos Emergentes – FAPERJ/2019.

¹³ As pesquisadoras são Renata Rezende (coordenadora), Carla Baiense; Denise Tavares, Larissa Moraes e Walcéa Alves e os doutorandos são Antonio Carlos Vianna, Diego Cotta e Max Milliano Melo.

¹⁴ A proposta foi intitulada “Construções narrativas e produção de sentidos nos audiovisuais contemporâneos sobre juventude-suicídio (1999-2019)” e tem podido contar com a participação fundamental da graduanda Júlia Cruz, bolsista de Iniciação Científica (CNPq), a quem devo muito dos vários dados levantados, além de reflexões instigantes e, muitas vezes, surpreendentes, confirmando o perfil de pesquisadora da aluna.

tico. Isto é, em relação a este último aspecto, o que se verificou é que a despeito dos dados de pesquisas institucionais apontarem que o índice de suicídios de jovens indígenas é o mais alto no país em relação às outras populações, as produções audiovisuais produzidas sobre o tema acessíveis no território brasileiro estão concentradas em jovens brancos, ignorando, desse modo, a situação de vida dos povos originários. O mesmo ocorre se considerarmos a faixa social: é extremamente reduzida a produção audiovisual, em qualquer formato, sobre o suicídio entre jovens pobres, a despeito das estatísticas também indicarem um crescimento tristemente vigoroso entre essa população. Esse quadro, portanto, contrasta, como colocado, com as produções audiovisuais que circulam nas redes sociais e nos principais *streamings* disponíveis e mais populares no país, já que tais obras circundam, quase exclusivamente, as situações de suicídio que ocorrem nas camadas médias e brancas da sociedade, conforme falamos¹⁵.

Nesse cenário, vale recuperar que a Organização das Nações Unidas (ONU) classifica como jovens pessoas entre a faixa etária de 15 a 24 anos (SOUZA, 2016). Esse grupo compõe a atual geração Z, indivíduos que nasceram na era da Internet e só conhecem a vida com a superexposição de imagens e informações. Para essa faixa etária, o suicídio é a segunda maior causa de mortes, atrás apenas dos acidentes de carro. No caso da América Latina, os indicadores são relevantes porque desvelam um movimento que já se delineava em 2008, conforme os indicadores apresentados pelo “Mapa da Violência: os jovens da América Latina – 2008”¹⁶. Um indicador importante desse estudo é o comparativo das Taxas de Suicídio na População Jovem desses países latino-americanos, que os dividem em três faixas. Na “Alta”, estão: Nicarágua (2005),

¹⁵ Desdobrando esse diagnóstico, a pesquisa já verificou, como rapidamente mencionado, que o fator “depressão” – ou algum aspecto de comprometimento da saúde mental –, particularmente no caso de documentários e/ou séries documentais, é apontado como “causa” de suicídio dos jovens, enquanto séries “inspiradas em fatos reais” ou mesmo em diálogo com a literatura, tendem a destacar o *bullying*, geralmente ocorrido em ambiente escolar, como motivação para o suicídio de jovens.

¹⁶ Produzido conjuntamente pela Rede de Informação Tecnológica Latino-Americana (RITLA), Instituto Sangari e Ministério da Justiça do Brasil, em 2008. Disponível em: https://www.mapadaviolencia.net.br/publicacoes/Mapa_2008_al.pdf. Acesso em: fev. 2021.

14,6; Uruguai (2004), 14,2; Chile (2004), 13,2; Equador (2005), 13,1; El Salvador (2005), 12,5. Já na “Média” temos: Argentina (2004), 12,3; Colômbia (2005), 9,7; Paraguai (2004), 8,1; Panamá (2004), 7,5; Costa Rica (2005), 7,4; Venezuela (2005), 6,2. Finalmente, a “Baixa” reúne: México (2005), 6,0; Cuba (2005), 5,7; Brasil (2005), 4,7; Guatemala (2004), 4,1 e República Dominicana (2004), 1,5.

Como se pode observar, em 2005 o Brasil tinha a terceira menor taxa de suicídio da população jovem, pelo menos contabilizando-se os dados oficiais, pois, como ocorre na quase totalidade dos países, há a subnotificação para suicídio, especialmente de jovens. Mas, saindo desse universo de percentuais, o mapa indica que em números absolutos o Brasil é o país onde mais jovens se matam. Dados de 2016, da Organização Mundial da Saúde, ampliam essa preocupação em relação à situação brasileira, pois mostram que na população entre 15 e 29 anos a taxa de suicídio entre os homens é de 9 para cada 100 mil habitantes, enquanto para mulheres esse número é de 2,4 por 100 mil. No entanto, quando se levantam os perfis étnicos desses jovens que se matam, constata-se que na população indígena a faixa etária de 10 a 19 anos concentra 44,8% dos óbitos. Trata-se, portanto, de um dado aterrador, em especial por sabermos que o genocídio sistemático dos povos originários no Brasil e as condições em que vivem continuam sendo praticamente ignorados pela mídia brasileira.

Ora, de acordo com o Conselho Federal de Medicina e do Ministério da Saúde do Brasil, falar sobre suicídio previne o acontecimento de novos casos, alegando ser obrigação social da mídia abordar o tema de forma responsável e adequada. Muitas perguntas podem ser feitas a partir dessa assertiva: qual é a forma adequada de discutir suicídio? O que está sendo dito atualmente para que a cada 40 segundos uma pessoa cometa suicídio no mundo? O que não está sendo dito para aliviar a angústia e a tensão daqueles que pensam em suicídio? E, no caso particular do Brasil, o que pode ser feito quando a realidade dos seus povos originários é a de massacre e quase total invisibilidade midiática desse genocídio? Enfim, como é simples deduzir, a lista de interrogações poderia continuar quase interminável, mas à pesquisa cabe, especialmente, o papel da mídia como

produtora de sentidos e elaboradora de representações dessa temática. Portanto, os indicadores das áreas médicas e similares nos interessam no sentido de trazerem à tona uma possibilidade de cotejo entre esses dados e os imaginários e sentidos que essas narrativas destacam.

Tem sido, portanto, a partir desse horizonte, que temos destacado as obras audiovisuais produzidas no período 1999-2019, que estão acessíveis ao amplo público brasileiro (ou seja, devem ter legenda ou serem faladas em português) e que trazem em algum nível essa relação juventude/suicídio. O recorte, como já colocado, reconhece o papel do audiovisual na atual sociedade midiaticizada. Assim, concordando com o diagnóstico de que “a digitalização favorece a convergência de redes e plataformas numa linguagem única, forjando a base para a hibridização das infraestruturas de transmissão de dados, imagens e sons” (MORAES, 2006), nossa proposta tem se consolidado trabalhando em duas frentes: levantando, junto a *sites* especializados de cinema e audiovisual os títulos que estrearam entre 1999 e 2019 cuja temática se relaciona à juventude-suicídio e, também, fazendo o mesmo no YouTube e *streaming* (especialmente Netflix), onde há maior acesso a tais produções e às séries de mesmo tema como, por exemplo, *13 Reasons why* (2017), obra cuja repercussão midiática foi ampla, incluindo pesquisas que apontam aumento do índice de suicídio de jovens após a exibição da primeira temporada¹⁷. O quadro, ainda não finalizado, tem apontado que é o universo ficcional que mais tem focado o tema, em abordagens que nem sempre elegem o suicídio como “protagonista”, como ocorre, por exemplo, com a série britânica *My Mad Fat Diary* (2013), disponível na Netflix. No entanto, quando o eixo da narrativa é a morte autoinfligida, prevalece, como já colocado, o diagnóstico de alguma doença mental como situação que leva ao suicídio, bem como problemas com a família, *bullying* ou *cyberbullying* ou, ainda, sofrimento causado por violência física, sexual ou psicológica. Uma característica muito presente nas produções é referente à cor/raça branca. Das 21 obras audiovisuais que já integram

¹⁷ Disponível em: <https://noticias.r7.com/saude/serie-13-reasons-why-levou-aumento-do-suicidio-entre-jovens-31052019>. Acesso em: 25 ago. 2019.

o *corpus* da pesquisa, apenas *Necktie Youth* (2017) conta com o personagem suicida de cor/raça negra.

Enfim, é importante lembrar que as obras audiovisuais fazem escolhas narrativas sobre o que mostrar, isto é, os dados elencados acima apresentam apenas as informações narradas na história, sendo, portanto, dados de representação e capazes de construção de um imaginário sobre juventude e suicídio, em especial porque estamos imersos em uma sociedade altamente midiaticizada. Assim, é possível indicar os padrões narrativos mais usados nessas obras que são acessíveis e/ou populares (ou, ainda, popularizadas pela mídia) quanto ao tema juventude-suicídio, e compará-los com a realidade brasileira e latino-americana. Ou seja, é possível indicar que o imaginário atual sobre este dístico “juventude/suicídio” é formado por produções estadunidenses baseadas (a maioria) em histórias reais, nas quais o personagem suicida é diagnosticado com alguma doença mental e já tratou-a em algum momento da vida, além de ter problemas com a família e sofrer ou ter sofrido algum tipo de violência, sendo a mais comum o *bullying* como violência psicológica. Em todas as obras os personagens suicidas integravam famílias de classe média e não tiveram questões econômicas como um dos fatores que os levaram a cometer o ato mortal contra si mesmo.

Considerações finais

O propósito deste texto foi apontar as pesquisas que realizamos neste momento como integrante do Grupo de Pesquisa Multis¹⁸, e como elas se vinculam ao Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano. A estratégia que consideramos adequada para enfrentar esta proposta foi inicialmente apresentar e problematizar o percurso de investigação que realizamos até chegar ao momento atual, destacando as principais chaves teóricas e analíticas que nortearam esse caminhar. Em seguida,

¹⁸ Multis – Núcleo de Estudos e Experimentações do Audiovisual e Multimídia, Grupo de Pesquisa liderado por mim e pela professora e pesquisadora Renata Rezende. Sobre o grupo e sua atuação ver Tavares, D. e Rezende, R. “MULTIS – Narrativas e imaginários que nos atravessam e definem” in MORAIS *et al.* (org.) **Mídia e Cotidiano, uma Cartografia de Pesquisas**. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2021.

sob subtítulos distintos, tentamos apresentar as duas situações de pesquisa que vivenciamos hoje, tracejando suas principais fronteiras e inquietações, de modo a revelar suas fissuras onde novos olhares e novos questionamentos possam adentrar de modo a somarmos reflexões e, quem sabe, propostas. Sim, propostas, já que a despeito do nosso trabalho não ser facilmente vinculado a impactos diretos na sociedade que geram mudanças imediatas – seja por formulações de políticas públicas, seja por indicações que adensam atuações político-institucionais –, essas ideias o atravessam continuamente. Portanto, tanto nos múltiplos horizontes em que se articulam a relação do audiovisual com o meio ambiente, quanto nas amplas interrogações que se imiscuem no dístico juventude/suicídio, avaliamos que há nascentes generosas para que muito mais pesquisadores se aproximem e se relacionem, tornando-nos, assim, habitantes de mesmos territórios.

Mas, antes de finalizar, acreditamos que sejam necessárias algumas últimas observações. Primeiro, atentar para o fato do limite de espaço que, claro, impôs escolhas que implicaram em reduções, em momentos esquemáticos e, talvez paradoxalmente, em situações de dispersões. Um contraponto a essas dificuldades seria demarcar que quanto à pesquisa realizada em grupo sobre a relação mídia-juventude-suicídio, a expectativa também é a de contribuir para a produção de dados consistentes sobre as políticas já implementadas sobre a prevenção do suicídio, bem como a identificação de casos exemplares que possam apontar para pesquisas específicas e servirem de referência para o campo. Afinal, em um cenário em que para cada pessoa que consegue se suicidar, mais de 20 tentam se matar sem sucesso uma ou mais vezes (TRIGUEIRO, 2018), não é mais possível silenciar ou ignorar essa realidade. E, para nós, mais do que não ignorar, é premente que também se problematize o papel das produções audiovisuais na conformação de imaginários, narrativas e representações descoladas das questões sociais que nossa pesquisa, por seu caráter interdisciplinar, levanta. Afinal, se “não é possível, ainda, apontar de forma definitiva quem teria ou não razão no debate, o fato é que alguns denominadores comuns sobre o suicídio na sociedade atual parecem persistir” (TAVARES, 2020).

Também é assumindo incômodas permanências que seguimos investigando as representações, narrativas e imaginários que documentários sobre o meio ambiente têm oferecido. Neles, há um sentido e sentimento de urgência que imagens perturbadoras como as do Pantanal e da Amazônia em chamas em 2020, ampliam. Veiculadas inclusive pela mídia hegemônica que até trouxe nesse momento relativa contundência crítica à política ambiental assumida pelo hoje governo de Jair Bolsonaro, essas imagens podem chocar, mas ainda nos parecem insuficientes para trazer à tona um longo processo de disputas da terra que marcam esses territórios, entre outras graves questões. Ao contrário, sobram silêncios. Sob eles, ainda percorrendo circuitos marginais, encontramos essa produção de documentários viabilizados coletivamente que alargam e aprofundam olhares e discursos, demarcando massacres que, raramente, ganham espaço na mídia de massa. Discutir essa produção, como procuramos explicitar neste texto, tem sido o recorte atual da nossa pesquisa sem fim que percorre, há um bom tempo, as resistências na América Latina. Por isso mesmo, a pesquisa em desenvolvimento envolve debater as narrativas e protagonismos que essas produções têm construído. Como apontamos, são filmes fabulados sob a perspectiva de uma certa militância, cujas temáticas, sabemos, envolvem disputas econômicas, sociais e territoriais que não raro buscam desalinhar o senso comum que localiza boa parte dos sujeitos envolvidos no território criminal. Por esta e outras questões consideramos inevitável problematizar o que Maurice-Jean Lefebvre (1976) chama de “visão por detrás” da narrativa, isto é, aquela que não assume explicitamente a condução em primeira pessoa. No horizonte deste debate está o reconhecimento de uma sociedade altamente midiaticizada (HJARVARD, 2014), onde o audiovisual é onipresente e capaz de friccionar – ou não – um imaginário bastante consolidado em relação às disputas de terra e questões ambientais no país.

Concluindo, queremos dizer que na poética do cotidiano, como lembra Bachelard (2018, p. 184), “o fato imaginado é mais importante que o fato real”. Potencializar a possibilidade da visão crítica que aciona os movimentos que colocam como horizonte viabilizar a transformação social considerando essa

asserção, será sempre um risco. Em especial neste instante de profundo desencanto e dor que atravessam os diversos mundos inscritos neste planeta. Mas eis que nas terras áridas podemos repetir que “[...] irrecuperável é cada imagem do presente que se dirige ao presente, sem que este presente se sinta visado por ela” (BENJAMIN, 1983, p. 224). Não será essa, portanto, a estratégia fundamental dessas variadas obras audiovisuais tecidas por breves, mas densas histórias, que nos apresentam singulares fricções cotidianas onde conseguimos observar resilientes táticas de sobrevivência que, de certo modo, sabem-se localizadas ainda longe dos anéis circuncêntricos do poder político institucional?

Referências

- ACOSTA, Alberto. **O Bem Viver** – uma oportunidade para imaginar outros mundos. São Paulo: Autonomia Literária, Elefante, 2016.
- BACHELARD, Gaston. **A água e os sonhos** – Ensaios sobre a imaginação da matéria. 3. ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2018.
- BALLESTRIN, Luciana. América Latina e o giro decolonial. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n 11. Brasília, maio-ago. 2013, p. 89-117.
- BARTHES, Roland. Introdução à análise estrutural da narrativa. *In*: BARTHES, Roland *et al.* **Análise estrutural da narrativa**. Petrópolis (RJ): Vozes, 2011.
- BENJAMIN, Walter. Sobre o conceito da história. *In*: **Textos escolhidos**. São Paulo: Abril Cultural, 1983.
- BERLIN, Isaiah. **Ideias políticas na era romântica** – Ascensão e influência no pensamento moderno. São Paulo: Cia. das Letras, 2009.
- BORGES, Jorge Luis. **Ficções**. 5 reimp., São Paulo: Cia. das Letras, 2007.
- CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano**. 1. Artes de Fazer. 9. ed. Petrópolis (RJ): Vozes, 1994.
- CUSICANQUI, Silvia Rivera. **Ch’ixinakax utxiwa**: una reflexión sobre prácticas y discursos descolonizadores. Buenos Aires: Tinta Limón, 2010.
- DIDI-HUBERMAN, Georges. **Sair da escuridão**. Cadernos de Leitura n. 29. Tradução: Ângela Marques e Ricardo Lessa Filho. Minas Gerais: Editora Chão de Feira, 2021. Disponível para *download* em: <https://chaodafeira.com/catalogo/caderno129/>.
- HELLER, Agnes. **O cotidiano e a História**. 8. ed., 1 reimp. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2008.

- HJARVARD, S. **A midiatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo (RS): Ed. Unisinos, 2014.
- JAGUARIBE, Beatriz. **O choque do real** – estética, mídia e cultura. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.
- KOPENAWA, Davi; ALBERT, Bruce. **A queda do céu** – Palavras de um xamã yanomami. 10 reimp. São Paulo: Cia. das Letras, 2015.
- KOSIK, Karel. **Dialética do concreto**. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.
- KRENAK, Ailton. **Ideias para adiar o fim do mundo**. São Paulo: Cia. das Letras, 2019.
- LEFEBVE, Maurice-Jean. **Estrutura do discurso da poesia e da narrativa**. Coimbra: Livraria Almedina, 1976.
- LEFEBVRE, Henri. **A vida cotidiana no mundo moderno**. São Paulo: Ática, 1991.
- LEFEBVRE, Henri. **La Presencia Y La Ausencia** – Contribución a la teoría de las representaciones. México: FCE, 2006.
- LÖWY, Michael; SAYRE, Robert. **Revolta e melancolia**: o romantismo na contracorrente da modernidade. São Paulo: Boitempo, 2015.
- MORAES, Dênis. A tirania do fugaz: mercantilização cultural e saturação midiática. In: MORAES, Dênis (org.) **Sociedade midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
- PAZ, Octavio. **Conjunções e disjunções**. São Paulo: Perspectiva, 1979.
- SAFRANSKI, Rüdiger. **Romantismo** – uma questão alemã. São Paulo: Estação Liberdade, 2010.
- SARLO, Beatriz. **Tempo passado** – Cultura da memória e guinada subjetiva. São Paulo: Cia. das Letras; Belo Horizonte: UFMG, 2007.
- SARTRE, Jean-Paul. **A imaginação**. Porto Alegre: L&PM, 2012.
- SOUZA, Thais Godoi de. O jovem no Brasil: Orientações da UNESCO sobre as políticas de juventude no Brasil. In: **Reunião Científica da XI Anped Sul**, 2016, Curitiba. Reunião Científica da XI Anped Sul. Curitiba, 2016. p. 1-14.
- TAVARES, Denise. Documentário Biográfico e Protagonismo Feminino. In: HOLANDA, Karla; TEDESCO, Marina. **Feminino e plural** – Mulheres no Cinema Brasileiro. Campinas (SP): Papyrus, 2017.
- TAVARES, Denise. A cerzir um eu estilhaçado: costuras ambíguas sobre o suicídio de jovens a partir de Elena, Garoto Interrompido e Evelyn. In: SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira (org.). **Corpos, imaginários e afetos nas narrativas do eu**. Rio de Janeiro: E-papers, 2020.
- TRIGUEIRO, André. **Viver é a melhor opção**: a prevenção do suicídio no Brasil. São Bernardo do Campo (SP): Correio Fraternal, 2018.

A comunicação institucional e suas interfaces diante dos processos de representação no cenário cotidiano midiaticizado

Flávia Clemente de Souza

Introdução

A comunicação institucional se situa em um espaço de tensão entre a construção do conhecimento acadêmico e a prática profissional, esta última se impondo cada vez mais como produtora dos mais diversos tipos de conteúdo para a sociedade contemporânea, muitas vezes sob a máscara de espontaneidade de causas sociais e pessoas públicas, aspecto que se realça quando consideramos as práticas de assessoria de imprensa, atividade praticamente desconhecida pelos indivíduos que não são profissionais da comunicação.

A partir dessa perspectiva, realizar pesquisas que visem ao entendimento dos processos de representação e construção de imagens, discursos e memórias no cotidiano midiaticizado – no contexto das estratégias de persuasão e ocultação entabuladas pelos planejadores estratégicos – representa um caminho para o incentivo à reflexão crítica que leva à práxis, em busca da consolidação da área como campo de pesquisas diferenciado no âmbito da comunicação. Sua relevância está em descortinar processos que muitas vezes passam despercebidos ao cidadão comum, bombardeado o tempo todo por esses discursos.

Os objetivos de realizar este tipo de pesquisa são a investigação de processos, produções de sentido e a configuração das memórias sociais, com materialidades próprias, a partir de arcabouço teórico constituído a partir de seu caráter trans e interdisciplinar. Tal concepção aciona, para este tipo de investigação, o suporte de teorias da linguagem e do discurso – tais como Michel Pêcheux, Michel Foucault, Eni Orlandi e Dominique Maingueneau, entre outros –, buscando autores e linhas de reflexão que

permitam analisar as estratégias discursivas acionadas pelos objetos empíricos e processos comunicacionais engendrados pela comunicação institucional, além de ter como referência os autores já consolidados do campo.

O arcabouço teórico da pesquisa também se baseia em autores que se debruçaram sobre os estudos em torno da mediação do cotidiano, incluindo as demarcações que esta coloca quanto ao papel da tecnologia (particularmente as tecnologias digitais) em abordagem que parte da perspectiva das relações mídia e cotidiano (especialmente elaboradas a partir da visão de Michel de Certeau) e seu impacto no redesenho das práticas sociais, especialmente no tocante às representações dos papéis sociais. É dessa perspectiva que seus temas se enquadram no âmbito de pesquisas voltadas para a compreensão das linguagens, representações e produção de sentidos, que trata dos discursos e construção de identidade e memória social, decorrentes da relação entre os diferentes agentes sociais e os discursos midiáticos em distintos suportes, alinhados com a proposta da Linha 1 do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense (UFF).

Além do suporte teórico, as reflexões sobre as questões metodológicas e as possibilidades de delineamento de métodos e procedimentos específicos para tratar os objetos empíricos também fazem parte das possibilidades que cercam o tema das pesquisas empreendidas, por se tratarem de recortes e problemáticas muito diversificados, mas que trazem, em comum, a questão sobre a opacidade dos processos de produção discursivos por parte das fontes, em especial das fontes de informação pública, o que tem gerado a necessidade de desenvolvimento de pesquisas subsidiárias mais específicas em busca de trazer mais acuidade às análises.

Neste capítulo, tentaremos configurar teoricamente esse campo – no qual nossas pesquisas se concentram –, assim como delimitar de qual se trata a temática central, a que nos propomos a tentar descortinar por meio de investigações científicas sobre como se dão os processos de produção de sentidos que partem das vozes oficiais da comunicação institucional e não são percebidos pela opinião pública, partindo da concepção paradigmá-

tica produzida por Walter Lippmann, no início do século XX, que vem permeando os estudos nessa área desde então.

2. A comunicação institucional e sua projeção no cotidiano midiaticizado

Nos dias de hoje, as interfaces da comunicação institucional interferem diretamente nos processos de produção das notícias, fazendo parte do cenário midiático contemporâneo e trazendo alto impacto à cotidianidade. Dentro desse universo, as fontes de notícias que configuram-no, em especial quando se caracterizam pelo viés da comunicação pública, se mostram como principal insumo para a produção dos noticiários, sejam impressos, eletrônicos ou digitais. Seu papel é tão importante que é praxe que os repórteres procurem as fontes para se posicionarem quanto aos mais diversos tipos de assuntos, muitas vezes de forma desnecessária do ponto de vista do conteúdo propriamente dito, mas assertiva do ponto de vista do posicionamento para a sociedade.

Na ponta dessa situação comunicacional encontram-se as assessorias de imprensa ou de comunicação, que atuam em uma atividade especializada, cujos processos e práticas são pouco conhecidos do público em geral e até mesmo descaracterizados como atividade central para os que buscam a formação em jornalismo. Considerando o desconhecimento dessa atividade por parte do público em geral, pode-se dizer que seus discursos se encontram apagados, ou opacos. Este apagamento (MAIN-GUENEAU, 1997, p. 44) da produção de sentidos das narrativas produzidas pelos assessores de imprensa ocorre devido à forma de produção clássica do conteúdo jornalístico. A relação de mediação que se estabelece entre as assessorias de imprensa e as redações pode ser classificada como opaca ou apagada, pois o que deve transparecer no noticiário majoritariamente são formações discursivas (COURTINE, 1982) que levem a crer que o contato entre os jornalistas e as fontes se dá de forma direta. O discurso jornalístico se transforma, no curso do tempo, nesse caso, representado como um meio contínuo, como propõe Halbwachs, “que não mudou e que permaneceu o mesmo hoje

como ontem, de maneira que podemos encontrar ontem dentro de hoje” (HALBWACHS, 1990 [1950], p. 120). Em princípio, a relação direta entre fontes e imprensa era comum, no entanto, com o passar de alguns anos, houve a necessidade de começar a estruturar esses processos de mediação, para que o atendimento à imprensa pudesse ocorrer efetivamente. Do ângulo do público final, no entanto, o trabalho do assessor de imprensa é pouco perceptível no produto elaborado pelo jornalismo – já que seus processos se dão basicamente na mediação entre fontes e redações, espelhando um passado que ainda reverbera, fato que justifica que seus processos não sejam de fácil reconhecimento no produto final das redações.

Por outro lado, para as fontes, é praticamente impossível não contar com um serviço estruturado de atendimento à imprensa. Esta relevância pode ser compreendida devido ao método do fazer jornalístico, no qual uma das premissas básicas se constitui em ouvir todas as fontes envolvidas no assunto da notícia ou informação publicada (LAGE, 2005, p. 49), ou, pelo menos, retratar diferentes opiniões sobre um determinado assunto, mesmo que seja somente como atestação formal da visão do outro. Com o conhecimento de quão importantes são seus posicionamentos – quando divulgados pela imprensa –, as fontes se estruturam para produzir narrativas que, quando enviadas às redações, tentem influenciar nos processos de produção de sentido do jornalismo.

Com a contemporaneidade, a necessidade de estruturação se amplia e o foco passa a ser a comunicação institucional, em todas as suas interfaces, considerando que, com as tecnologias digitais, passa a ser necessária a interação direta com a sociedade como um todo, seja por meio de produtos e canais institucionais, seja por meio de redes sociais. O mundo digital torna relevante que os processos de comunicação institucional mediados por plataformas digitais sejam investigados, buscando construir uma cartografia analítica que possa referenciar os estudos que envolvem a compreensão da imagem (no sentido de identidade institucional), os processos da produção comunicacional das instituições e como elas organizam/formam sua própria memória.

Esses processos comunicacionais consideram as pessoas enquanto seres sociais, que estão sujeitos a determinadas condi-

ções de produção, pressupondo que suas vivências e práticas sociais sejam construídas em relação com o cotidiano. O impacto das mídias – sejam as tradicionais, sejam as digitais – sobre a representação da sociedade na contemporaneidade faz com que aquela se caracterize tanto como constituidora quanto como constituinte deste universo contemporâneo determinado pelo cotidiano midiaticizado. Os meios de comunicação social (as mídias) são, ao mesmo tempo, produtos e meios de produção dessa realidade, no entanto, sendo trespassados por discursos anteriores e ocultos, fornecidos pela comunicação institucional, tendo em vista que a mídia e o cotidiano “se representam mutuamente a si mesmos. Isto é, a mídia ressignifica o cotidiano através de representações simbólicas, discursivas e tecnológicas, e, em contrapartida, o cotidiano ressignifica a mídia através das práticas sociais e culturais dos indivíduos e grupos sociais” (CABRAL, 2018, p. 80).

Para superar a aparência de uma voz unívoca, percebendo os diversos interlocutores na formação dos sentidos, se faz necessária a compreensão da realidade concreta, de forma que se complexifique a realidade social:

A distinção entre representação e conceito, entre o mundo da aparência e o mundo da realidade, entre práxis utilitária cotidiana dos homens e a práxis revolucionária da humanidade ou, numa palavra, a ‘cisão do único’, é o modo pelo qual o pensamento capta a ‘coisa em si’. A dialética é o pensamento crítico que se propõe a compreender a ‘coisa em si’ e sistematicamente se pergunta como é possível chegar à compreensão da realidade. (KOSIK, 2002 [1963], p. 20)

Assim, se configura a necessidade de pesquisar a comunicação institucional em interface com o cotidiano, como forma de reflexão dialética para a compreensão de seus impactos nesse novo cotidiano midiaticizado, se descolando somente do mundo da aparência, especialmente a partir da visão teórica de definição do cotidiano dada por alguns autores basilares do PPGMC, tais como Michel de Certeau e Karel Kosik.

3. A necessidade das abordagens teóricas trans e interdisciplinares

O problema que se coloca nos dias de hoje, compreendendo que a comunicação institucional se impõe como instância discursiva, mas também como representação de fontes que se projetam na sociedade e como elementos de visibilidade/ocultamento na sociedade, é superar a divergência entre correntes teóricas e conseguir conciliar visões de autores de diversos campos, para permitir uma reflexão profunda sobre os processos e discursos imanentes dessas fontes.

Como já foi dito, nos interessa, em particular, estudar os impactos da atividade de assessoria de imprensa ou comunicação, que já está consolidada como interface, presente na quase totalidade das apurações, seja transmitindo seus textos, notas oficiais, seja mediando entrevistas e promovendo eventos – caracterizando por dialogar na condição de mídia espontânea¹. A questão problematizada é o aproveitamento praticamente integral das falas oficiais por parte das redações, sem que seja feito um crivo crítico sobre o material que é enviado.

A partir dessa perspectiva analítica, é possível perceber que hoje as instituições promovem um tipo de silenciamento que não passa por formas explícitas de censura nem tampouco pelos interesses particulares de ambos os lados. O silêncio (ORLANDI, 1992) parte da ilusão do sentido único: criou-se um jornalismo que não “ouve o outro lado”, a partir das condições de produção atuais fornecidas aos repórteres, mas com a ilusão de que estão sendo ouvidas todas as partes interessadas no assunto em pauta. A voz oficial se pronuncia pela qualidade de seus conteúdos e facilidade de aproveitamento deles. As fotos publicadas seguem a mesma lógica, trazendo para o terreno do não verbal tipo similar de silenciamento, já que são, em sua maioria, “de divulgação”. As imagens fazem parte dessa estratégia discursiva de silenciamento perverso, que se aproveita do esvaziamento das redações.

¹ Mídia espontânea é o jargão utilizado para caracterizar todas as inserções na mídia que não se dão por meio de conteúdos publicitários/pagos para serem comercializados.

Conforme afirma Orlandi (2010, p. 9), não há neutralidade, nem mesmo no uso mais aparentemente cotidiano dos signos. A entrada no simbólico é irremediável e permanente: estamos comprometidos com os sentidos e com o político. Não temos como não interpretar. Sendo assim, os materiais produzidos de forma profissional e eficiente por parte das assessorias de imprensa, usados sem retoques pelas redações, são de fato peças políticas. Ainda de acordo com Orlandi (2010, p. 21):

Para a AD, não se trata apenas da transmissão de informação, nem da linearidade na disposição dos elementos de comunicação, como se a mensagem resultasse de um processo assim serializado: alguém fala, refere alguma coisa, baseando-se em um código, e o receptor capta a mensagem, decodificando-a. Desse modo, diremos que não se trata de transmissão de informação apenas, pois, no funcionamento da linguagem, que põe em relação sujeitos e sentidos afetados pela língua e pela história, temos um complexo processo de constituição desses sujeitos e produção de sentidos e não meramente transmissão de informação. São processos de identificação do sujeito, de argumentação, de subjetivação, de construção da realidade etc. (ORLANDI, 2010, p. 21).

Para as assessorias, o ganho é evidente: a reprodução de seu discurso. O jornal reproduz literalmente o que a fonte distribui. Para o público, a perda se torna palpável: o valor e a qualidade do bom jornalismo decaem inversamente à quantidade de material aproveitado pelas assessorias.

Por fim, ao considerar a questão da atualidade, não podemos deixar de citar a Internet como um paradigma contemporâneo, para a sociedade, para o jornalismo, e para as práticas da assessoria de imprensa. Devido à carência de profissionais nos jornais, os conteúdos produzidos pelas assessorias – com a facilidade promovida pelo mundo virtual – vão muito além do texto somente. As assessorias preparam materiais em formatos audiovisuais, sonoros, fotográficos e disponibilizam imediatamente, se apropriando das redes, em um processo eficaz, conforme descrito por Lévy (1999) ao analisar os processos de inteligência coletiva. Dessa forma, discorreremos, a seguir, sobre as princi-

pais teorias que dialogam com a ideia de pesquisar as interfaces da comunicação institucional.

3.1 Teoria do agendamento, opinião pública e as fontes no jornalismo

A observação do funcionamento das pautas políticas e, conseqüentemente, públicas, e de seu agendamento na mídia tradicional e, mais recentemente, nas mídias digitais, não é novidade. Na verdade, parte de estudos dos anos 1960, baseados na Teoria do Agendamento (Agenda Setting). De acordo com McCombs e Shaw (1972), em seu artigo que inaugura a ideia do agendamento nos meios de comunicação de massas, “ao escolher e publicar notícias, editores, equipes de redação e *broadcasters* [transmissores de rádio e tv] interpretam um papel importante ao modelar a realidade política” (MCCOMBS; SHAW, 1972, p. 176 [tradução nossa]). Lastreados pelo conceito de opinião pública formulado por Lippmann em diversos estudos anteriores, eles afirmam então que os leitores e espectadores apreendem não somente os assuntos publicados, mas também o quanto de importância esses assuntos devem ganhar com relação ao todo da campanha. Dessa forma, a hipótese inicial dos autores é de que a mídia promove, a partir desses mecanismos, a agenda das campanhas políticas. Para verificá-la, os autores usam como metodologia entrevistar moradores de uma comunidade (Chapel Hill) e comparar sua visão das questões importantes da agenda política às questões publicadas pelos jornais da região, na mesma época. Naquele momento, sem o advento da Internet, o controle sobre os resultados dentro de uma comunidade pequena e com poucos veículos de massa seria bastante expressivo, verificando a afirmativa de que, de fato, a mídia influencia a agenda da sociedade. A Teoria do Agendamento, como é conhecida hoje, não se mostra taxativa, no entanto, ao falar sobre as possibilidades de interferência dos meios de comunicação de massas na opinião política dos eleitores; seu foco se coloca nas escolhas dos assuntos dos jornais. E as pautas dos jornais são baseadas no que seus editores acreditam agradar ao seu público-alvo.

Qualquer produto de mídia se volta para ser consumido por seus leitores, ouvintes, espectadores, internautas. Mesmo

os de veiculação gratuita só conseguem ganhos indiretos (com publicidade e patrocínios) se tiverem público. É, portanto, com base no que quer o público que são feitas as escolhas comerciais e editoriais. Isso já fica bem claro nas discussões do início do século XX sobre o conceito de opinião pública. Para Lippmann (2008 [1922], p. 223), “a existência da força denominada opinião pública é, na média, considerada um fato consumado”. Com isso, ele quer dizer que os estudiosos partem da opinião pública como alguma coisa que já é dada, que eles não precisam entender. Simplesmente existe.

Na vida real ninguém age com base na teoria de que ele pode ter uma opinião pública em toda e qualquer questão pública, embora este fato seja frequentemente escondido enquanto uma pessoa pensa que não há questão pública porque ela não tem uma opinião pública. (LIPPMANN, 2008 [1922], p. 334)

O autor questiona firmemente a ideia de que possamos formar a opinião de outras pessoas, apesar de tentar compreender a partir de que mecanismos se daria a adesão de várias pessoas a uma mesma ideia. Ele afirma que (2008 [1922], p. 58) “nosso marco social consiste daqueles que figuram como pessoas na frase ‘as pessoas estão dizendo’; são as pessoas cuja aprovação nos importa intimamente”, mas por outro lado admite que não há a menor evidência científica que permita uma pessoa argumentar que os homens nascem com hábitos políticos do país no qual eles nascem (LIPPMANN, 2008 [1922], p. 94).

Ainda no início do século passado, a partir do surgimento das técnicas de produção de notícias que permitiram dar maior agilidade à publicação dos jornais, que, algumas vezes, saíam em até três edições diárias para abastecer as pessoas com notícias, uma terceira questão, dessa vez afetando a metodologia do fazer jornalístico, passou a interferir nos processos de produção: a necessidade de ouvir diversas fontes para a construção de suas matérias. Essa atitude pode ser situada entre os procedimentos técnicos criados de forma a fortalecer a visão do jornalismo como reprodutor de informações verídicas, a partir de fins do

século XIX, quando os jornais começaram a se caracterizar como uma indústria lucrativa, primeiramente nos EUA.

O pressuposto da necessidade de “ouvir as fontes” gera também uma transformação no mundo da comunicação institucional – sejam instituições públicas, empresas privadas e pessoas públicas em geral: a necessidade de atender aos jornalistas. É claro que, para todas as fontes, importava conseguir uma imagem positiva junto à opinião pública, aquela projetada pelos editores ao público-alvo dos jornais.

Em princípio, a relação direta entre fontes e imprensa era comum, no entanto, com o passar de alguns anos, houve a necessidade de começar a estruturar esses processos de mediação, para que o atendimento à imprensa pudesse ocorrer efetivamente. Dessa forma, surgiu a atividade de relações públicas, nos EUA, no início do século XX, cuja criação é creditada ao jornalista Ivy Lee (CHAPARRO, 2011, *passim*). No Brasil, por suas especificidades, decorrentes de sua constituição histórica, a atividade se dividiu entre relações públicas e o que denominamos como assessoria de imprensa. A grande inovação de Lee foi a proposta de uma política de comunicação franca e aberta com a imprensa. Ele não só respondia às demandas dos repórteres, mas também notificava a imprensa sobre notícias valiosas das companhias que ele representava.

O que é importante atentar é que, desde seu surgimento, a atividade de relações públicas está ligada à construção de imagem, à visibilidade das fontes e à tentativa de influenciar as pautas dos jornais, para, indiretamente, chegar ao público leitor. Em 1922, Lippmann já destacava a intenção de agendamento das pautas dos jornais:

A enorme prudência em que fatos e impressões precisam ser reportados é muito convincente a todo grupo organizado de pessoas caso desejem assegurar a publicidade ou evitá-la, não podendo tal liberdade de escolha ser deixada ao repórter. É mais seguro contratar um assessor de imprensa que se posiciona entre o grupo e os jornais. Tendo contratado tal agente, a tentação de explorar sua posição estratégica é muito grande. [...] Se a reportagem fosse a simples recuperação de fatos óbvios, o assessor de imprensa seria nada mais que um

secretário. Mas uma vez que, no que diz respeito aos grandes tópicos das notícias, os fatos não são simples, e nem tão óbvios, mas objeto de escolha e opinião, é natural que todos gostariam de fazer sua própria escolha dos fatos para os jornais imprimirem. O homem do publicismo faz isso. E fazendo isso ele certamente evita muitos problemas ao repórter, apresentando-lhe uma imagem clara da situação sem a qual ele não poderia produzir nem o início nem o fim. Mas disso decorre que a imagem que o publicista faz para o repórter é a que ele deseja que o público veja. Ele é o censor e o propagandista, responsável somente perante seus empregadores, e a toda verdade responsável somente na medida em que concorda com a concepção do empregador de seus próprios interesses. (LIPPMANN, 2008 [1922], p. 294)

Ao mesmo tempo em que as relações públicas se desenvolviam na iniciativa privada, os governos também percebiam a importância de transmitir uma imagem consistente para os cidadãos. Somou-se a essa visão a necessidade de responder às demandas da sociedade, uma das principais características dos serviços públicos. E, por fim, os interesses dos políticos, quando governantes, de enaltecer suas figuras públicas. Todos esses fatores, em conjunto, acentuaram a necessidade da criação de aparatos de atendimento à imprensa, por parte dos poderes públicos. Fato que começou a ocorrer, no Brasil, de acordo com diversos autores, a partir de 1910, e se consolidou nos anos 1960, especialmente durante o regime militar. Quando ocorre o golpe militar de 1964, as relações públicas no Brasil apresentam um crescimento vertiginoso. Tanto que Chaparro (2011, p. 11) chama a época de “*boom* brasileiro”. A atividade ganhou tanta importância que a prática da assessoria de imprensa começou a atrair profissionais, inclusive jornalistas, para atuarem nesse mercado.

Outro dado que corrobora para mostrar o valor dado à área pelos militares é que o Brasil foi o primeiro país no mundo a regulamentar a profissão, através da Lei 5.377, de 1967 e do Decreto 63.283, de 1968. Essa situação, no entanto, não foi saudável para as relações públicas no país, já que os profissionais a se formarem na área tiveram sua atuação restrita e passaram a ser encarados

de forma preconceituosa pelas redações, devido à visão de que seriam “barreiras” entre os meios de comunicação e o governo. A partir de então, houve aumento de jornalistas que começaram a atuar na atividade denominada assessoria de imprensa. Essa cisão fez com que o Brasil criasse um modelo único de assessoria de imprensa jornalístico, diferenciado do restante das práticas no mundo. Ao mesmo tempo em que os jornalistas mudavam de posição, aconteceu nos processos jornalísticos o que Chaparro cunhou como uma “revolução das fontes”.

A mistura de competição, tecnologias e a necessidade de informação delinearão um novo patamar em que as assessorias praticamente se tornaram indispensáveis às fontes, que passaram a confiar em seus critérios para se relacionar com as redações. Hoje, a abundância de notícias que chegam às redações faz com que o repórter não tenha tempo de apurar (ou não precise) e cria-se um jornalismo de relatos com base no que as fontes têm a dizer. Não existe mais furo jornalístico. As fontes deixaram de ser pessoas que detinham ou retinham informações. Passaram a ser instituições produtoras ostensivas dos conteúdos da atualidade – fatos, falas, saberes, produtos e serviços com atributos de notícias. Pensam, agem e dizem pelo que noticiam, exercitando aptidões que lhes garantem espaço próprio nos processos jornalísticos, nos quais agem como agentes geradores de notícias, reportagens, entrevistas e até artigos. (CHAPARRO, 2011, p. 19)

As fontes se capacitaram profissionalmente, apropriando-se das técnicas e habilidades do jornalismo. E usam essas habilidades em estratégias e táticas propagandísticas, tirando proveito da credibilidade da linguagem jornalística. As fontes pautam as redações, invertendo o processo clássico do jornalismo. Assim, é preciso, aqui, fazer uma releitura da Teoria do Agendamento, ao colocar uma mediação no processo original: a mídia agenda as pautas sociais, a partir de sua edição, mas as agendas dos meios de comunicação são pautadas – anteriormente – pelas fontes, que se capacitaram para isso. Dessa forma, é possível afirmar que existe um duplo agendamento: das fontes e das redações, antes que as informações selecionadas cheguem ao público.

A chegada da Internet não se mostra um problema para essas fontes, que também estão capacitadas para produzir seus conteúdos para as plataformas digitais, ampliando seus processos de agendamento com a comunicação direta com seus públicos.

No entanto, para o público em geral – aquele que consome as informações –, a relação que se estabelece de mediação entre as assessorias de imprensa e as redações pode ser classificada como opaca, pois o que transparece no noticiário majoritariamente são construções discursivas que ainda levam a crer que o contato entre os jornalistas e as fontes ainda se dá de forma direta. Para os que conhecem os mecanismos de produção da notícia, está subentendido que a informação foi repassada pela assessoria do órgão, mas o fato não é transparente para quem desconhece esses processos.

No Brasil, é hábito que os jornalistas que atuam nas redações se dirijam aos colegas das assessorias de imprensa como se estivessem cumprindo a mesma função social. No entanto, assessores de imprensa trabalham para suas fontes. Não há o compromisso, por exemplo, de ouvir todos os lados de determinado assunto, muito pelo contrário. Poderia ser considerado antiético, por exemplo, um assessor que falasse de problemas enfrentados pela concorrência de seu cliente. Também fica claro que o assessor de imprensa, como fonte, assume o ponto de vista e os argumentos de sua entidade. Cabe às redações o papel de agir criticamente e saber que aquele material que chega diariamente às redações não é a notícia em si, mas sim um *press-release*, que no máximo deve ser tratado como “matéria-prima” para construir uma pauta.

3.2 Comunicação institucional, comunicação pública, fontes de informação pública

Para constituir nosso universo teórico, também é preciso diferenciar conceitualmente o que denominamos comunicação institucional, comunicação pública e fontes de informação pública, sendo estas as principais responsáveis pela emissão dos discursos da comunicação institucional, pelo viés do que se caracteriza como comunicação pública. De acordo com Brandão (2006), “a expressão

comunicação pública é utilizada com múltiplos significados, dependendo do país, do autor e do contexto. Nos últimos anos, vem se transformando em um conceito identificado com o processo de comunicação instaurado entre Estado, Governo e Sociedade Civil”. Portanto, não são somente os órgãos públicos os responsáveis pela comunicação pública e o próprio conceito de comunicação pública ainda se encontra em delineamento. Ainda de acordo com a autora, “em alguns países, a expressão comunicação pública é percebida como uma atividade voltada para a divulgação institucional de qualquer natureza no âmbito da opinião pública, razão pela qual utilizam a expressão comunicação pública”.

O uso da expressão “pública” tem a ver, portanto, com a necessidade cada vez maior que as organizações percebem de manter a opinião pública informada e se relaciona com a comunicação organizacional. Outra interface apontada pela autora é com a comunicação científica, dado que a divulgação de informações de pesquisas também é alvo permanente de interesse público. E, por fim, existe a interface entre o conceito de comunicação pública e a comunicação do Estado. “Nesta acepção, compreende-se a Comunicação Pública como um processo comunicativo das instâncias da sociedade que trabalham com a informação voltada para a cidadania”, afirma Brandão, citando entre elas, os órgãos governamentais e as organizações de Terceiro Setor. Brandão define desta forma a terceira categorização do conceito:

A comunicação governamental pode ser entendida como Comunicação Pública, na medida em que ela é um instrumento de construção da agenda pública e direciona seu trabalho para a prestação de contas, o estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas, o reconhecimento das ações promovidas nos campos políticos, econômico e social, em suma provoca o debate público. Trata-se de uma forma legítima de um governo prestar contas e levar ao conhecimento da opinião pública os projetos, ações, atividades e políticas que realiza e que são de interesse público. (BRANDÃO, 2006)

Em seguida, Brandão norteia a relação entre a comunicação pública e a comunicação política: “Comunicação e política é uma

relação de raiz desde que a imprensa, as técnicas de comunicação e as pesquisas de opinião começaram a influenciar a vida política dos Estados”, e, por fim, coloca as interfaces entre a comunicação pública e as pautas de interesse da sociedade civil organizada. No Brasil, a autora resume o cenário da seguinte forma: o panorama traçado até aqui demonstra que dentre os múltiplos significados da expressão Comunicação Pública é possível encontrar um ponto comum de entendimento que é aquele que diz respeito a um processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para construir a cidadania (BRANDÃO, 2006).

Além das interfaces apontadas por Brandão para o uso do termo comunicação pública do ponto de vista conceitual, temos ainda uma questão central: ao nos referirmos à comunicação pública em níveis de Estado, há ainda uma diferença entre os aparatos de comunicação pública – no caso do Brasil, hoje, representados pela EBC Empresa Brasileira de Comunicação (EBC), que reúne a Agência Brasil, a Rádio MEC e a TV Brasil –, que são veículos de comunicação produzidos nos moldes tradicionais e que dialogam com a sociedade, e o aparato da Secretaria de Comunicação, que engloba as ações das assessorias de comunicação e relações públicas, na interface com as redações – como ponte – e nos seus canais diretos, como *sites*, páginas de redes sociais e outros canais de atendimento à população.

Com a extensão das possibilidades conceituais ainda em delineamento e a ausência de definição teórica assertiva para nos guiarmos, optamos por criar uma terminologia diferenciada, elaborada especificamente para designar o campo de pesquisas de forma mais clara: assim, optamos pela denominação “fontes de informação pública”. O arcabouço que engloba esse termo se compõe de todas as fontes que se inserem nos noticiários tradicionais e/ou possuem espaços próprios nas plataformas digitais (tais como *websites*, *blogs*, páginas de Facebook), do ponto de vista do tipo de informação que elas fornecem.

Quando nos referimos à informação pública, estamos nos referindo especificamente à informação divulgada que diga respeito aos Poderes Executivo, Legislativo ou Judiciário, de forma direta ou indireta, ou a empresas e autarquias públicas

ou de capital misto. Nesse caso, utilizamos o termo público por oposição ao privado, caracterizando-o mais especificamente como recorte no que é designado como comunicação institucional. A importância de diferenciarmos esses conceitos é que, do ponto de vista metodológico, as fontes de informação pública se configuram como os objetos ideais para a coleta de dados empíricos, dado que seguem o preceito da transparência no trato com a comunicação, que visa ao interesse público em primeiro lugar.

4. Por que desenvolver métodos em busca de resultados mais sólidos

A partir da percepção, descrita até aqui, de que a comunicação institucional opera, especialmente quando se trata de contato com a mídia espontânea, de forma opaca ou silenciosa, fica clara a dificuldade em realizar análises e pesquisas na área. Dessa forma, a maior parte dos trabalhos produzidos referem-se a estudos de casos, relatos de boas práticas ou manuais de procedimentos e estratégias. Partindo da premissa de que é necessário estudar metodologias que possibilitem analisar a atuação das assessorias de comunicação do ponto de vista externo, sem a necessidade de saber informações internas desse tipo de atividade que, via de regra, possui limites de confidencialidade que prejudicam os métodos tradicionais etnográficos, que incluem entrevistas com as fontes ou a observação participante, é que surge a proposta de refletir também sobre a metodologia em um processo epistemológico de construção do conhecimento.

A princípio, parece que a melhor escolha seja a coleta de dados públicos (com a intermediação de sistemas, para tornar os processos exequíveis), pois, por meio do produto final publicado por jornalistas e repercutido pelas redes sociais, em comparação com os conteúdos produzidos pelas fontes de informação pública, é possível, ancorados em análises advindas dos quadros de referência teóricos-metodológicos da Linguística, reconhecer – de forma mais assertiva – a presença das fontes na construção dos discursos e narrativas.

A concepção da nossa pesquisa se configura, portanto, pela inserção dos dados coletados de forma contínua em um repositório *online*, cuja base – desenvolvida a partir de metodologias que conjugam os campos teóricos da Matemática e da Linguística – ficará disponível para consultas, promovendo o compartilhamento das informações abertas com demais pesquisadores ou qualquer pessoa interessada em obter os dados coletados, de forma a contribuir para o papel da extensão universitária, aliando-a ao ensino e à pesquisa.

A escolha pelo método estatístico é consequência da importância de observar o papel da frequência e dos resultados quantitativos no banco de dados como forma de corroborar as análises com seus resultados. De acordo com Lakatos e Marconi (2000, p. 93), “os processos estatísticos permitem obter, de conjuntos complexos, representações simples e constatar se essas verificações simplificadas têm relação entre si”. Uma análise estatística permite uma descrição quantitativa do fenômeno em estudo de forma racional. Mas, ainda de acordo com os autores, além de um meio de quantificar, é também “um método de experimentação e prova, pois é método de análise”.

O método quantitativo inclui a coleta de dados – em quantidade suficiente para que se mostrem relevantes em termos linguísticos – e o tratamento deles por meio de estatísticas, comparações e interpretação dos resultados numéricos. No entanto, os números não dão conta de todos os dados analisados. De acordo com Lakatos e Marconi (2000, p. 87), “a mudança das coisas não pode ser indefinidamente quantitativa: transformando-se, em determinado momento sofrem mudança qualitativa. A quantidade se transforma em qualidade”. Sendo assim, a partir dos resultados estatísticos, dados serão analisados em busca da compreensão dos fenômenos por trás dos números encontrados, refinando a estrutura do banco de dados.

O investimento nesse sistema visa a uma construção de longo prazo, que promova a interface ensino, pesquisa e extensão, com resultados palpáveis imediatos, que serão incrementados com o tempo. Dessa perspectiva, surge a proposta de criar um Observatório das Fontes de Informação Pública (OFIP), que tem como característica reunir ensino, pesquisa e extensão, quando

se volta para a comunidade em geral, ao oferecer aos diversos públicos interessados em obter esse tipo de informação/análise um banco de dados em constante crescimento, cujas características de indexação permitam a geração de dados específicos para pesquisas em diversas áreas de conhecimento.

Considerações finais

O trajeto de pesquisa descrito aqui, voltado à compreensão da comunicação institucional em suas múltiplas interfaces, foi o motor para buscar que nossas pesquisas alcançassem mais profundidade, a partir do nosso ingresso no Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC), em 2018. Desde então, com a criação do grupo de pesquisas “Comunicação Institucional e suas Interfaces”, registrado no Diretório de Pesquisas do CNPq, passamos a diversificar os estudos em andamento, partindo para diversas propostas, todas relacionadas à construção de imagem, representação, discursos, produção de sentidos e constituição de memórias sociais, e trespassadas pelos discursos oficiais. Dessa forma, esperamos contribuir com as discussões, primeiramente para configurar a comunicação institucional de fato como um campo teórico e, em segundo lugar, para trazer resultados científicos voltados para a compreensão de como se dá a projeção dos discursos institucionais e suas interferências na vida cotidiana, principalmente a partir dos processos de midiatização cada vez mais potentes na contemporaneidade, em especial a partir da observação das fontes de informação pública.

Referências

- BRANDÃO, Elizabeth. **Usos e significados do conceito de comunicação pública**. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/38942022201012711408495905478367291786.pdf>, 2006. Acesso em: 8 jul. 2018.
- CABRAL, Filipe Mello de Souza. **A pesquisa em Mídia e Cotidiano no contexto da tradição crítica latino-americana de Comunicação**. 2018. 180 f. Dissertação (Mídia e Cotidiano) – Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2018.
- CHAPARRO, Manoel Carlos. Cem anos de assessoria de imprensa. *In*:

- DUARTE, Jorge (org.) **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**: teoria e técnica. 4. ed. rev. e ampl., São Paulo: Atlas, 2011.
- COURTINE, Jean-Jacques. Definition d'orientations théoriques et construction de procédures en analyse du discours. *In: Philosophiques*, v. IX, n. 2, out. 1982, p. 239-264.
- HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Vértice, 1990 [1950].
- KOSIK, Karel. **A dialética do concreto**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002 [1963].
- LAGE, Nilson. **A reportagem**: teoria e técnica de entrevistas e pesquisa jornalística. 5. ed., Rio de Janeiro: Record, 2005.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica**, 3. ed., São Paulo: Atlas, 2000.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Rio de Janeiro: Editora 34. 1999.
- LIPPMANN, Walter. **Opinião pública**. (Coleção Clássicos da Comunicação Social) Petrópolis (RJ): Vozes, 2008 [1922].
- MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em Análise do Discurso**. Campinas: Pontes, Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1997.
- MCCOMBS, Maxwell; SHAW, Donald. The agenda-setting function of mass media. **Public Opinion Quarterly**, v. 36, n. 2, p. 176-187, New York, 1972.
- ORLANDI, Eni. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. 9. ed., Campinas (SP): Pontes Editora, 2010.
- ORLANDI, Eni. **Formas do silêncio**. Campinas (SP): Editora da Unicamp, 1992.

Regimes temporais do cotidiano: perspectivas para o debate sobre mídia, catástrofe e historicidade

Rachel Bertol

Linhas tortas

Quando confrontados com a pergunta sobre por que escolheram um determinado tema ou questão de investigação, os pesquisadores, além das voltas em torno de bibliografias e contextualizações, não raramente fazem referência a uma imagem bastante comum, quase um provérbio: no fim das contas, dizem, não é o pesquisador que escolhe seu objeto, mas este que o escolhe. Lembrar esse “provérbio” como ponto de partida para um artigo sobre nossas pesquisas remete à tarefa de “dar sentido”, como aqui se procura, a um universo particular de pesquisa.

Parte-se, portanto, de uma “matriz genérica” – segundo Heller (1981, p. 86), todo provérbio é exemplo de matriz genérica – para buscar um nexos causal a diferentes escolhas. A “matriz genérica” seria um meio, entre outros, para dar sentido a uma vida, ou seja, “mover os fenômenos, as experiências e similares, para dentro do nosso mundo; [...] transformar o desconhecido em conhecido, o inexplicável em explicável, bem como reforçar ou alterar o mundo por ações significativas de diferentes proveniências” (HELLER, 1981, p. 85). Desse modo, segundo a autora, consegue-se distinguir racionalmente o “presente histórico” da “idade presente-presente” (HELLER, 1981, p. 85). Observar a existência dessas duas camadas de presente (o que nem sempre se consegue) seria um exemplo de reconhecimento das temporalidades heterogêneas que atuam no cotidiano. É a própria “suspensão” do cotidiano que permite esse exercício de percepção temporal, pelo qual podemos “dar sentido” a uma vida; somente assim chegaremos, quem sabe, a ser “condutores” de nossas vidas (HELLER, 2014, p. 60), em uma busca ética pela liberdade.

Cito Agnes Heller (1919-2019), inicialmente, por ser um dos autores mais influentes na construção dos marcos teóricos do PPGMC. Os alunos que passam pelo programa não apenas devem ler seus textos nas disciplinas obrigatórias, como são impactados pela autora húngara, tanto que costumam citá-la com frequência em seus trabalhos. Levando em conta essa preponderância, Heller se torna autora incontornável ainda diante da proposta do grupo de pesquisa que coordeno no PPGMC, o *Tempos: Temporalidades dos Meios Comunicacionais, Linguagem e Cotidiano*, criado em dezembro de 2019 (pouco antes da pandemia).

A ideia das “temporalidades” remete a uma trajetória de pesquisa que começou no mestrado, no início dos anos 2000 (quando realizei um estudo de história da imprensa sobre os sem-terra), mas não se desenrolou nem numa linha reta, nem a partir de uma única temática ou vertente teórica. Além disso, essa trajetória sofreu impacto e inspiração das atividades jornalísticas que exerci antes de mergulhar plenamente na vida acadêmica (faz cinco anos que defendi meu doutorado). Ou seja, da soma de fatos contingentes e intencionais (não sei bem até que ponto), o caminho foi sendo feito.

Portanto, trata-se de fatos e escolhas que nasceram a partir das condições do cotidiano. E o “cotidiano”, justamente, é uma questão central na obra de Heller, autora que, por isso, é tão importante para um programa que busca afirmar de forma original, no campo dos estudos comunicacionais no Brasil, as ligações inextricáveis entre mídia e cotidiano. Muitas são as maneiras de aproximação dessa questão pelos pesquisadores do programa, mas, no caso da proposta do *Tempos*, podemos considerar o cotidiano uma temporalidade específica, atravessada por muitas outras, boa parte conformada pelas mídias. Pensar o cotidiano como temporalidade e dar atenção a esse aspecto (o das temporalidades) no estudo das mídias responde a uma série de questões que se colocam na contemporaneidade.

Assim, este texto não tem como objetivo fazer um panorama e histórico descritivo de todas as minhas pesquisas ou interesses. Trata-se de discutir um tópico caro às minhas investigações atuais. Além de Heller, trago considerações sobre Huyssen, Kellner, Rancière, Didi-Huberman, Foucault, Kittler e Hartog. O texto pode

ser lido como complemento ao artigo do livro anterior do PPGMC (ver BERTOL, 2020). Lá eu abordei interesses mais gerais do grupo de pesquisa com foco no estudo das mídias, sobretudo a partir da perspectiva de Kittler. Além disso, não posso deixar de citar o livro que organizei no ano passado com outros três colegas e que marcou os cinco anos da Rede de Grupos de Pesquisa da Historicidade dos Processos Comunicacionais: o volume *Catástrofes e crises do tempo* (MAIA; BERTOL; VALLE; MANNA, 2020), lançado pela Selo PPGCOM UFMG, apresenta discussões que inspiram alguns dos questionamentos a seguir. A atividade na Rede se liga também à minha participação no grupo de pesquisa Mídia, Memória, Temporalidade (Memento), da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), coordenado por Ana Paula Goulart Ribeiro, fórum rico de debates sobre alguns dos temas aqui apresentados. Acho importante citar essas conexões, pois a pesquisa científica só se desenvolve na dimensão coletiva e de muitas partilhas, sobretudo num país de tantas lutas necessárias como o nosso.

Memória e esquecimento (com Heller e Huyssen)

De forma ampla, não seria exagero afirmar que nossa sociedade é marcada por uma “crise do tempo”, que se refere a uma série de fatores, entre eles a perspectiva de colapso ambiental, algo que a pandemia só fez reforçar, mas que já despontara como evidência desde Hiroshima e Nagasaki. Os estudos de Heller sobre teoria da história não são indiferentes a essa realidade da catástrofe. O Holocausto e o fascismo, dos quais ela foi sobrevivente, também fazem parte dessa discussão, por terem levado ao extermínio e ao questionamento sobre o papel do homem diante do desenvolvimento tecnológico, sua ética e racionalidade, contribuindo para pôr em xeque os ideais iluministas¹. Além disso, o aprofundamento do uso das mídias no cotidiano, cada vez maior com o digital, leva a uma aceleração inédita dos processos sociais, com inúmeras consequências, inclusive para

¹ Como lembra Huyssen, essa crítica aos ideais iluministas a partir do Holocausto foi primeiramente formulada por Horkheimer e Adorno em *Dialética do Esclarecimento* e “foi tomada e reformulada por Lyotard e outros nos anos 1980” (HUYSSSEN, 2003, p. 166).

os circuitos de desinformação e negacionismos. As formas de registro e preservação dos fatos e das memórias também se expandem. Assim, as relações que mantemos com instâncias como passado, presente e futuro, no momento em que chegamos perto de completar o primeiro quarto do século XXI, já diferem certamente daquela que se tinha há meio século.

O passado recente, e nem tão recente assim, diz Huyssen, afeta o presente por meio das mídias de reprodução, como fotografia, filme, música gravada e a Internet: “O passado se tornou parte do presente de formas inimagináveis em séculos anteriores” (HUYSSSEN, 2003, p. 1). No entanto, de acordo com o diagnóstico do teórico alemão, se há uma prevalência da cultura da memória, por meio das mídias, o que se encontra em jogo, “no atual debate história/memória não é apenas um distúrbio das nossas noções de passado, mas uma crise fundamental em nossa imaginação de futuros alternativos”² (HUYSSSEN, 2003, p. 2; tradução livre). O futuro, lembra o autor, foi “o que realmente capturou a imaginação da Europa pós-Iluminismo e dos Estados Unidos após a Independência”³ (HUYSSSEN, 2003, p. 2).

Após as revoluções do século XVIII, como diz Koselleck (2006), autor que inspira Huyssen, houve a ampliação da distância entre o que chama de espaço de experiência e horizonte de expectativa: as formas de vida passada deixam de ser determinantes para os rumos do futuro. Assim, “os espaços de utopia”, segundo Huyssen (2003, p. 2), “foram cada vez mais temporalizados e postos em movimento”. A imaginação histórica passou a ser trilhada no caminho da utopia, que, de acordo com Heller, deve ser a medida de todos os objetivos concretos da teoria da história ou da possibilidade de transformação social (HELLER, 1981, p. 394). Como as teorias da história recusam-se “a formular afirmações verdadeiras sobre o futuro”, por isso mesmo sua “*ideia de futuro* assume a forma de utopia” (HELLER, 1981, p. 370; grifos meus). Mesmo que esta não se realize, deve constituir-se como horizonte de expectativa: “[...] devemos estabelecer obje-

² Do inglês: “At stake in the current history/memory debate is not only a disturbance of our notions of the past, but a fundamental crisis in our imagination of alternative futures”.

³ Do inglês: “For it was really the future that captured the imagination of post Enlightenment Europe and the United States after independence”.

tivos adequados à ideia de uma utopia, não esperando o ‘acontecimento’ desta utopia, mas contribuindo para a construção de um mundo, que possa sustentar uma maior semelhança com ela do que este no qual vivemos” (HELLER, 1981, p. 370).

Essa utopia se relaciona inclusive à ideia de progresso, com a qual Heller diz compartilhar parcialmente. Na sua acepção, o progresso só ocorre de fato quando há “um ganho sem nenhuma perda correspondente” (HELLER, 1981, p. 356). Aí se coloca seu posicionamento ético moral, por sua “recusa a usar seres humanos como simples meios, como meros instrumentos” (HELLER, 1981, p. 358). Reitera Heller: “O *descaso* das teorias do progresso e do retrocesso por seres humanos vivos, por seus sofrimentos e por suas alegrias é algo espantador; na verdade, é chocante” (HELLER, 1981, p. 356; grifo da autora). Algo que sobressai em sua análise, e que hoje encontra muita ressonância na sociedade, é a atenção ao papel da mulher: “Nossa cultura é a primeira na qual a mulher tem o direito de ficar descontente” (HELLER, 1981, p. 362). O “novo conceito de liberdade”, como diz, abarca todos os seres humanos, todos os estratos sociais, todas as classes, todas as nações – e “ambos os sexos” (HELLER, 1981, p. 363). Em recente entrevista, a autora destacou que a mudança na condição das mulheres “é a única revolução que não considero problemática e é a maior do nosso tempo, porque não é uma mobilização contra um período histórico, mas contra todos. A única totalmente positiva, talvez junto com o desenvolvimento dos direitos humanos” (ver ALTARES, 2017). Essa mudança, portanto, seria um exemplo de progresso, na sua perspectiva.

Trazendo um olhar particular, e mesmo muitas críticas, Heller, todavia, pela via da utopia, compartilha no seu estudo sobre a teoria da história a perspectiva da herança hegeliana presente em Marx e Engels, como destaca Pomian a respeito destes⁴, pela “a crença em uma história progressiva e que deve

⁴ Essa concordância ocorre mesmo que Marx e Engels abandonem a periodização hegeliana, já que, segundo eles, as condições para a autoemancipação “foram preparadas não por um espírito que progride em seu conhecimento de si mas, ao contrário, de forma inconsciente, pelo desenvolvimento das forças produtivas e da divisão do trabalho” (POMIAN, 1984, p. 139; tradução livre). A periodização hegeliana, a seus olhos, não faria sentido: “Nesse ponto, a oposição a Hegel é e continuará radical” (POMIAN, 1984, p. 139).

levar a uma auto-emancipação da humanidade”⁵ (POMIAN, 1984, p. 139). A ideia de progresso, força motriz da sociedade desde as revoluções, pode ser formulada, como diz Heller, “do ponto de vista de inúmeras lógicas”, como a “do capitalismo e da industrialização (modernização)” e a do “socialismo como radicalização da democracia” (HELLER, 1981, p. 363). Heller aposta na segunda via para a autoemancipação, inclusive para contrapor uma visão de progresso que, segundo ela, se tornou “objeto de ridículo” diante dos crimes monstruosos praticados no século XX (mesmo que os genocídios, como lembra, não tenham sido uma invenção desse tempo). “É um sacrilégio admitir a ideia de progresso *factual*, numa era na qual puderam ocorrer coisas como o Holocausto, o Gulag e Hiroshima e, mesmo depois de todas as promessas solenes em sentido contrário, volta a ocorrer no Campuchéa (Cambodja)” (HELLER, 1981, p. 364). O caso do Cambodja é tomado como “representante de todos os genocídios das últimas duas décadas” (HELLER, 1981, p. 364).

Assim, o descrédito do progresso – mesmo que a economia continue a funcionar pela lógica do lucro e do crescimento – não é fator a se desprezar no questionamento sobre a historicidade atuante no cotidiano. Para Heller, a pergunta sobre a historicidade se coloca sempre que se pergunta “de onde viemos?, o que somos?, para onde vamos?” (HELLER, 1981, p. 25) – ou seja, trata-se de um questionamento sobre nossa relação com o tempo. É nesse ponto que podemos situar a indagação de Huyssen sobre a incapacidade contemporânea de “imaginar futuros alternativos”. O progresso e as “teleologias históricas”, como diz o autor, foram abraçadas por quase todo o espectro político, mas isso acabou levando a um esgarçamento, a uma destruição do passado. Por volta de 1800, as transformações começaram a se acelerar.

No início do século XXI, o autor acreditava que estava em jogo “uma lenta mas palpável transformação da temporalidade em nossas vidas” (HUYSEN, 2003, p. 21), sob o impacto das mudanças tecnológicas, das mídias e de novos padrões de consumo, trabalho e mobilidade global: “[...] a cultura da memória cumpre uma importante função na transformação

⁵ Do francês: “La croyance en une histoire progressive et qui doit aboutir à une auto-émancipation de l’humanité”.

corrente da experiência temporal que se segue na esteira do impacto da nova mídia sobre a percepção e a sensibilidade humanas”⁶ (HUYSSSEN, 2003, p. 21). O presente, assim, torna-se paradoxal, continuamente “em expansão e encolhimento” (HUYSSSEN, 2003, p. 23). Por um lado, o presente contém um “espaço síncrono em expansão”, que suga continuamente passado e futuro; por outro, há um movimento de encolhimento pelo “presente de reciclagem de curto prazo para o lucro, o presente da produção *in-time*, do entretenimento instantâneo”⁷ (HUYSSSEN, 2003, p. 21). Assim, surge outro paradoxo: ao mesmo tempo em que se sente dificuldade de imaginar futuros, a cultura da memória, em seu excesso, corre o risco de gerar uma “hipertrofia da memória”, uma amnésia – e este é um ponto-chave e preocupação maior na sua análise.

Para buscar uma saída produtiva, Huyssen sugere tensionar os argumentos de Adorno e Benjamin acerca das mídias. Sobre Adorno, diz concordar com sua crítica no que se refere à indústria cultural, mas sua perspectiva não explicaria o surgimento da “síndrome da memória” dentro dessa indústria. “Sua ênfase teórica nas categorias marxistas de valor de troca e reificação acaba por bloquear questões de temporalidade e memória” (HUYSSSEN, 2003, p. 22). Além disso, Adorno, continua ele, “não presta atenção suficiente às especificidades da mídia e à relação desta com as estruturas de percepção e com a vida cotidiana das sociedades de consumo” (HUYSSSEN, 2003, p. 22). No que se refere a Benjamin, faz ressalvas ao potencial emancipatório que via nas mídias: se ele estaria certo em atribuir um potencial cognitivo positivo à memória, por outro critica a ideia de que esse potencial seria alcançado pela mídia de reprodutibilidade, que representaria “a promessa” de mobilização política socialista (HUYSSSEN, 2003, p. 22). É nessa tensão, entre duas perspectivas muitas vezes tomadas como opostas, que ele gostaria de marcar sua posição.

⁶ Do inglês: “[...] memory culture fulfills an important function in the current transformation of temporal experience that has followed in the wake of the new media’s impact on human perception and sensibility”.

⁷ Do inglês: “[...] the present of short-term recycling for profit, the present of in-time production, instant entertainment [...]”.

Huyssen previa, então, há cerca de 20 anos, que “o ciberespaço por si próprio não é um modelo apropriado para imaginar o futuro global”⁸ (HUYSSSEN, 2003, p. 28). Segundo ele, a noção de memória nesses espaços é enganadora, “uma falsa promessa”. O que dizer hoje dessa situação diante da desinformação e dos negacionismos que proliferam nesses espaços? Seria um sintoma da amnésia gerada pela profusão? Ainda assim, Huyssen dá atenção aos contornos políticos da memória, em países como Argentina, Chile (com seus debates sobre os desaparecidos na ditadura) ou África do Sul (a partir do *apartheid*). A memória desses eventos – e mesmo a memória em suas vertentes de marketing cultural – expressaria uma necessidade social de “ancoragem temporal” (HUYSSSEN, 2003, p. 28) em contexto de mudanças cada vez mais aceleradas. Se há um excesso, será preciso saber distinguir entre “passados utilizáveis e dispensáveis” (HUYSSSEN, 2003, p. 29). Mesmo que a amnésia seja consequência da estrutura de comunicação no ciberespaço, “não podemos permitir que o medo do esquecimento nos oprima” (HUYSSSEN, 2003, p. 29):

[...] enquanto a hipertrofia da memória pode levar à autoindulgência, a fixações melancólicas e a um problemático privilégio da dimensão traumática da vida sem saída à vista, os discursos de memória são absolutamente essenciais para imaginar o futuro e para retomar uma forte base temporal e espacial da vida, assim como para retomar a imaginação em uma sociedade midiática e de consumo que cada vez mais esvazia a temporalidade e faz colapsar o espaço⁹. (HUYSSSEN, 2003, p. 6)

Apesar do risco de amnésia, Huyssen quer apostar na possibilidade de ação crítica da memória como fator de transformação social. Trata-se de ativar o que Keightley e Pickering (2012),

⁸ Do inglês: “[...] cyberspace alone is not the appropriate model for imagining the global future”.

⁹ Do inglês: “And while the hypertrophy of memory can lead to self-indulgence, melancholy fixations, and a problematic privileging of the traumatic dimension of life with no exit in sight, memory discourses are absolutely essential to imagine the future and to regain a strong temporal and spatial grounding of life and the imagination in a media and consumer society that increasingly voids temporality and collapses space”.

tomando Huyssen como referência, chamam de “imaginação mnemônica” – sendo que “imaginação”, nesse caso, não pode ser confundida com fantasia ou ficção; seria antes uma capacidade de interpelar passado, presente e futuro, fundamental para a sociedade democrática. No Brasil, esse exercício não teria sido plenamente realizado para o caso da ditadura militar (1964-1984), o que explicaria uma série de questões controversas sobre esse episódio hoje na cena política.

Distopia e heterocronia (com Kellner, Foucault e Rancière)

A aposta na política – com o intuito, por exemplo, de empreender políticas de memória, como destaca Huyssen, ou realizar a revolução feminista, como acentua Heller – poderiam autorizar a construção de utopias¹⁰. Imaginar “futuros alternativos” seria uma forma de construir essas utopias, mas temos muita dificuldade em realizar essa possibilidade, segundo Huyssen. Talvez por isso, desde os anos 1970, lembra Kellner (2020) – que define a utopia a partir de Ernest Bloch¹¹ –, no lugar das utopias tem-se a voga das distopias (ou utopias negativas), que apresentam realidades alternativas sombrias, pesadelos da imaginação. “Uma imaginação apocalíptica emergiu depois da Segunda Guerra” (KELLNER, 2020, p. 278). Segundo o autor, há distopias conservadoras e progressistas. As primeiras dão ênfase ao individualismo, à família e ao casamento como formas mais desejáveis de vida; já as liberais fazem duras críticas aos perigos da poluição, da guerra nuclear e da exploração econômica. Algumas, caso de *Blade Runner* (1982)¹², de Ridley Scott, filme que Kellner analisa longamente, trariam um cenário ideológico mais ambivalente e complexo. Recentemente, o teórico norte-americano considera

¹⁰ A discussão sobre a utopia é extensa e controversa e não é o propósito aqui fazer esse panorama ou entrar nessa discussão; trata-se de apontar algumas questões relacionadas aos autores citados.

¹¹ O alemão Ernest Bloch (1885-1977) é autor de *O princípio da esperança* (1954), em que aborda a questão da utopia. Era amigo de Lukács, de quem Agnes Heller é considerada aluna diletta.

¹² O filme se inspira no romance de Philip K. Dick, *Do Androids Dream of Electric Sheep?* (1968).

que o sucesso da série *Handmaid's Tale*, baseada na obra da canadense Margaret Atwood, que define como uma distopia e uma crítica ecológica e política, funcionou como intervenção política contra o governo Trump, no início do mandato presidencial. De acordo com Kellner (2020, p. 65), nunca a “cultura da mídia teria sido tão politizada”. O autor quer mostrar como visões utópicas otimistas do futuro foram suplantadas por distopias negativas: “Eu sustento que essas visões [distópicas] do futuro costumam envolver debates contemporâneos sobre raça, gênero, classe, meio ambiente e política”¹³ (KELLNER, 2020, p. 13).

Não por acaso, a entrada em cena na política das questões de raça e gênero, cada vez mais relevantes nas últimas décadas, também se faz acompanhar de um amplo trabalho em torno de imaginações mnemônicas, com as memórias constitutivas de identidade¹⁴. Entretanto, as distopias que expressam as críticas desses grupos poderiam ser consideradas sintoma do esgotamento das utopias ou apenas seu avesso (como uma blusa que usamos ao avesso)? Para Rancière (2009, p. 62), que assim como Kellner (embora diferentemente) parte de pressupostos marxistas, as utopias não seriam definições adequadas para o que chama de “‘ficções’ da arte e da política” (em um sentido mais amplo dessas ficções, não apenas aquelas ditas distópicas). O filósofo francês considera que a utopia não dá conta das reconfigurações contemporâneas “do sensível comum”: “É uma palavra cujas capacidades de definição foram completamente devoradas por suas propriedades conotativas: ora o louco devaneio levando à catástrofe totalitária, ora [...] a abertura infinita do possível que resiste a todas as oclusões totalizantes” (RANCIÈRE, 2009, p. 61). Essa ambiguidade foi também o mote dos socialismos utópicos¹⁵.

¹³ Do inglês: “I argue that these visions of the future often involve contemporary debates over race, gender, class, the environment, and politics”.

¹⁴ Nesse sentido, o movimento negro vem realizando há décadas no Brasil um trabalho amplo de afirmação de memórias, inclusive para contrapor a história do país contada a partir da perspectiva dos dominadores. As memórias e um movimento de musealização com lógica contra-hegemônica são uma importante forma de resistência de diferentes povos da Amazônia, como indígenas, ribeirinhos, quebradeiras de coco-babaçu, entre outros (ver ALMEIDA, 2017).

¹⁵ Em *A noite dos proletários*: arquivos do sonho proletário (1988), sua tese de doutorado, Rancière aborda a questão da utopia a partir dos *saint-simonianos* no século XIX.

Por um lado, revogavam-se as evidências nas quais se enraíza a dominação; por outro, propunha-se um estado de coisas em que “a ideia de comunidade encontraria suas formas adequadas de incorporação” (RANCIÈRE, 2009, p. 61). Assim, suprimiam-se “a contestação a respeito das relações das palavras com as coisas, que constitui o núcleo da política” (RANCIÈRE, 2009, p. 62). Rancière acredita que as ficções da arte e da política hoje sejam sobretudo “heterotopias” e não utopias.

Desenvolvido por Foucault (2013), o conceito da heterotopia foi concebido a partir da ideia de utopia, como “espaços outros” – não é algo que se refere ao futuro, mas à simultaneidade, à alocação das pessoas no espaço. Se as utopias são alocações fundamentalmente irrealis, as heterotopias “são espécies de contra-alocações”, que “suspendem, neutralizam, ou invertem o conjunto das relações que são por elas designadas, refletidas ou reflexionadas” (FOUCAULT, 2013, p. 115). São espaços ligados a todos os outros e contradizem todas as demais alocações. As mais comuns são as heterotopias de desvio, que alocam “indivíduos cujo comportamento é desviante em relação à média, ou à norma exigida” (FOUCAULT, 2013, p. 117). Alguns exemplos seriam asilos para idosos, clínicas psiquiátricas, prisões – e mesmo cemitérios. Estes seriam, dentro da cidade, a “‘outra cidade’, onde cada família possui sua morada escura” (FOUCAULT, 2013, p. 118).

O exemplo do cemitério – cujas imagens têm sido preponderantes nas mídias nestes tempos de pandemia – serve para Foucault destacar que as heterotopias são frequentemente associadas a “recortes de tempo”, abrem-se “para o que se poderia chamar, por simetria, heterocronias” (FOUCAULT, 2013, p. 118). Estas se põem a funcionar plenamente “quando os homens se encontram em uma espécie de ruptura absoluta com seu tempo tradicional” (FOUCAULT, 2013, p. 188). Quanto maior a ruptura temporal, mais alto o índice heterotópico, caso do cemitério: “Vê-se, assim, que o cemitério é mesmo um lugar altamente heterotópico, pois ele tem início com essa estranha heterocronia que é, para um indivíduo, a perda da vida, e essa quase eternidade em que ele não cessa de se dissolver e desaparecer” (FOUCAULT, 2013, p. 118). Em nossas sociedades, de modo geral, “heterotopia e hete-

rocronia se organizam e se arranjam de um modo relativamente complexo” (FOUCAULT, 2013, p. 18).

Esses “espaços outros” desempenham ainda a importante função de serem “reserva de imaginação” (FOUCAULT, 2013, p. 121). Desde o século XVI, destaca Foucault, o principal instrumento de desenvolvimento econômico das sociedades foi o navio, também nossa “maior reserva de imaginação” (FOUCAULT, 2013, p. 121). Este seria um espaço heterotópico na medida em que “é um pedaço flutuante de espaço, um lugar sem lugar, que vive por si mesmo, que é fechado sobre si e entregue, ao mesmo tempo, ao infinito do mar” (FOUCAULT, 2013, p. 121). O teórico encerra seu texto lembrando a importância da imaginação para a sociedade, imaginação suscitada por esses espaços outros – e outros tempos: “Nas civilizações sem barcos os sonhos definham, a espionagem substitui a aventura, e a polícia, os corsários” (FOUCAULT, 2013, p. 121).

Para Rancière (2014, p. 222), “uma heterocronia é uma redistribuição de tempos que inventa novas capacidades de definir um presente”. Essas novas capacidades criam a possibilidade de emancipação, que o autor define como “uma forma de inserir tempos diversos nos mesmos tempos” (RANCIÈRE, 2014, p. 219). Trata-se de praticar o dissenso, de construir “outro tempo no tempo da dominação, criar o tempo da igualdade dentro do tempo da desigualdade” (RANCIÈRE, 2014, p. 215). Há uma “trama temporal”, expressão que utiliza, em que ocorrem esses movimentos. A dominação, diz ele, tende a impor uma temporalidade que se costuma considerar o “tempo normal” (mesmo que haja várias temporalidades atuantes, uma é preponderante).

A dominação lhe proporciona [a este ‘tempo normal’] suas divisões e seus ritmos, suas agendas e suas programações a curto e a longo prazos: o tempo de trabalho, do lazer e do desemprego, das campanhas eleitorais, dos cursos de graduação na educação etc. A dominação tende a homogeneizar todas as formas de temporalidade sob seu controle, definindo com isso em que consiste o presente de nosso mundo, quais futuros são possíveis e quais pertencem, definitivamente, ao passado – o que significa que são impossíveis. É isso que quer dizer ‘consenso’: o monopólio

das formas de descrição do perceptível, do imaginável e do factível. (RANCIÈRE, 2014, p. 214)

A perspectiva de Rancière – que cito rapidamente apenas – interessa à pesquisa que venho desenvolvendo na medida em que situa a temporalidade como fator central para os rumos e as lutas da ordem social, algo preponderante nas “partilhas do sensível” do cotidiano. O teórico quer se contrapor ao que identifica ser a perda de otimismo da visão pós-moderna em relação às grandes narrativas (especialmente a marxista). Levando em conta essas críticas, ele mesmo não se quer utopista, mas acredita que o pós-modernismo no fim das contas “não se livrou da necessidade histórica” (2014, p. 205). Apenas, diz ele, desconectou-se da “percepção do possível” intrínseca à visão marxista – percepção esta que aparece em Heller. Assim, o desafio que busca enfrentar não seria estranho à Heller, já que ela também se compromete em encontrar um caminho para o possível – e para a emancipação – escrevendo depois do cenário sombrio do século XX.

Cavar, movimento temporal (com Didi-Huberman e Kittler)

Georges Didi-Huberman é outro autor que também não é indiferente à dimensão da catástrofe do século XX. Sua obra certamente traz contribuições relevantes para o debate sobre as temporalidades hoje. Uma palavra-chave para situá-la seria “sobrevivência”, que aparece no título de alguns de seus livros (DIDI-HUBERMAN, 2011, 2013): o autor escreve depois das catástrofes, nas ruínas do que restou. A sobrevivência é também um movimento temporal, algo que fica, apesar de tudo – a brasa na cinza depois da destruição de civilizações inteiras. Tomando como ponto de partida a história da arte e o estudo das imagens, o autor fala da “sobrevivência das imagens”, destacando o intrincado das temporalidades e memórias em torno dessas visões de outros tempos que persistem no presente. Todavia, ele não quer ficar preso à catástrofe – não se trata de uma teoria da catástrofe que, como diz Heller (1981, p. 62) a respeito destas, pode acabar

ela própria por propiciar a catástrofe. O que fazer então? Em vez de aventar hipóteses para o futuro – Didi-Huberman resiste às sínteses –, ele prefere cavar: o gesto arqueológico da escavação lhe dá a esperança de, em algum momento, encontrar alguma brasa acesa nas cinzas da destruição. O autor está atento aos sintomas que indicam as sobrevivências – afinal, algo que parecia ter passado, de repente volta à tona.

Influenciado por Walter Benjamin – inclusive por sua visão da história, que, como na perspectiva barroca, seria uma sucessão de catástrofes –, o teórico francês constrói seu pensamento com aportes da psicanálise, especialmente lacaniana. O método arqueológico indica a influência de Michel Foucault. Didi-Huberman está preocupado em pensar, a partir da história da arte, a própria narrativa da história.

Esse universo teórico do autor francês – por mais insólito que isso seja – remete, no conjunto de minhas pesquisas, ao trabalho de Friedrich Kittler (1943-2011), teórico alemão das mídias. Interessei-me por sua obra devido ao seu livro seminal, *Discourse Networks 1800/1900*, que lançou em 1985 e foi traduzido em 1990 para o inglês. Nesse livro, ele busca compreender as condições que levaram à voga da crítica literária no período romântico alemão, a partir das redes discursivas e suas materialidades. Sua originalidade consiste em buscar compreender esse fenômeno pelo viés do funcionamento das mídias (e não pelo viés da área de Letras, como é mais comum). No doutorado, pesquisei justamente a crítica literária em jornal e seus circuitos comunicacionais na Primeira República. Só consegui escrever o trabalho (ver BERTOL, 2016) depois de compreender certas injunções das redes discursivas – que me ajudaram a aventar hipóteses sobre o que motivava disputas políticas na imprensa, como entre o crítico literário José Veríssimo (1857-1916) e o jornalista João do Rio (1881-1921).

Por volta de 1900, segundo Kittler, as condições da comunicação haviam apresentado mudanças importantes com a introdução, no cotidiano, das mídias técnicas – que ele resume na tríade gramofone, filme, máquina de escrever – destacadas inclusive no título de seu livro mais difundido (ver KITTLER, 2019). O telégrafo também desempenha papel preponderante

em sua análise. Empenhado em compreender o funcionamento das redes discursivas, fornece um painel sobre os usos cotidianos das mídias em determinados momentos históricos. Na sua proposição, todos os corpos, objetos e muitos processos (como o dos correios ou o mapa do metrô), em alguma medida, possuem potencial de mídia, cada qual com seu ritmo e forma de inscrição.

A partir de uma compreensão da comunicação que deriva dos então emergentes estudos da cibernética, Kittler encontra em Foucault (por mais distantes que pareçam essas referências) certamente a principal fonte para a costura de seu método, seja por uma certa exterioridade que apresenta na análise da ordem discursiva, seja pelo método arqueológico (e também genealógico) para a pesquisa histórica (mesmo que ele nunca tenha se definido como um “arqueólogo das mídias” – ver PARIKKA, 2012). Enquanto historiador das mídias, o alemão aprofunda, em seu livro sobre as mídias técnicas (KITTLER, 2019), a perspectiva de uma investigação arqueológica dos aparatos comunicacionais. A influência da psicanálise, especialmente de Lacan, também é preponderante. Kittler estabelece ainda uma troca com Derrida¹⁶, sendo que a tradição pós-estruturalista francesa não lhe é indiferente – assim como a herança filosófica alemã, com a qual dialoga intensamente, buscando-se contrapor à sua vertente hermenêutica.

Ao “escavar” para compreender a relação do homem com os aparatos tecnológicos, o que se depreende da perspectiva de Kittler é uma visão profundamente sombria e uma crítica radical “àquele que se nomeia Homem”, como costuma indicar, de forma sarcástica, o sujeito que se advoga humanista na esteira do Iluminismo (a provocação é uma das marcas de seu estilo). A partir de Virilio (2005), relaciona a história das mídias ao desenvolvimento das tecnologias bélicas.

A radicalidade da crítica de Kittler “àquele que se nomeia Homem”, a partir de sua análise da nossa relação com as tecnologias, encontra-se hoje também associada à vertente que se iden-

¹⁶ Além do conceito de arqui-escritura, de Derrida, há um livro seu que certamente encontrou ressonância em Kittler: trata-se de *Ulysse gramophone: Deux mots pour Joyce* (1987), que nasceu de comunicações que fez em 1982 e 1984. Kittler e Derrida eram amigos.

tifica como “pós-humanista”¹⁷. Digamos que o “ciborgue”, misto de homem e máquina, seria uma boa imagem para se esboçar uma definição inicial de pós-humanismo (sem dúvida, é um tema de muito interesse no estudo das mídias e da Comunicação). Mas escrever sobre pós-humanismo exigiria que se iniciasse um novo artigo, tantas são as implicações e polêmicas dessa corrente, inclusive algumas de âmbito feminista bastante instigantes (sobre o assunto, entre os autores ligados à obra de Kittler, ver HAYLES, 1999 e PARIKKA, 2014).

A discussão sobre o pós-humanismo envolve o questionamento sobre as relações entre homem e máquina e natureza e cultura – por extensão, homem e animal. A dicotomia entre natureza e cultura, especialmente, encontra ressonâncias na discussão sobre as temporalidades de longo prazo em nossa sociedade: com a Idade Moderna, processa-se uma divisão entre o tempo dos homens, movidos pelo desejo de progresso e futuro grandioso, e aquele da natureza. As tecnologias desempenham papel central nesse processo (sobre essas passagens, ver, por exemplo, POMIAN, 1984 e ELIAS, 1998, entre muitos outros que poderíamos citar). No entanto, as instabilidades e o esgotamento ambientais crescentes, vide o problema do aquecimento global, assim como as evidências do Antropoceno (veremos a seguir), têm levado nos últimos anos a muitos questionamentos sobre como as ciências humanas e sociais veem a relação entre homem e natureza, assim como a debates sobre a relação homem-máquina. Trata-se, em suma, de pensar sobre a primazia do “humano” e sua agência. Desde o ano passado, esse debate

¹⁷ Pós-humanismo e trans-humanismo (que seria uma etapa intermediária entre o humanismo e o “pós”) suscitam discussões as mais variadas, inclusive na seara do dito “aceleracionismo”, que conta, entre os adeptos, com os engenheiros do Vale do Silício que, a partir de uma espécie de apocalipse tecnológico, veem uma “salvação” para a humanidade (vide sua eternidade) por meio dos aparatos tecnológicos. Para “salvar” sua consciência e memória, o homem deveria negociar sua humanidade com os recursos tecnológicos, podendo inclusive aventar a possibilidade de ocupar outros planetas. Essa perspectiva encerra um cenário um tanto distópico, um triunfalismo tecnológico e é perpassada por questões ideológicas (não podemos ignorar que os engenheiros do Google, empresa monopolística de enorme poder, estão à frente dessa discussão). Porém, esta não é a única perspectiva nesse debate, hoje com muitas vertentes. Sobre esse tema e outros relacionados à ideia de colapso ambiental, Danowski e Viveiros de Castro (2017) apresentam considerações interessantes.

ganhou novo vigor com a pandemia da Covid-19, cujas razões são associadas ao desequilíbrio ambiental e/ou à necessidade de se voltar a dar atenção aos movimentos da natureza, inclusive para a ordenação de nosso cotidiano.

Presentismo contestado (com Hartog)

Um autor considerado uma referência no estudo das temporalidades contemporâneas, o francês François Hartog lançou no ano passado um livro em que retoma, com novos elementos, a hipótese que apresentara em *Regimes de historicidade: presentismo e experiências do tempo* (HARTOG, 2013). Se reforça a ideia do “presentismo”, incorpora agora a preocupação com o Antropoceno para a análise do nosso regime de historicidade. Este seria uma nova era geológica cujos contornos vêm sendo discutidos de forma cada vez mais abrangente desde que o químico Paul Crutzen, Prêmio Nobel, lançou essa proposição na cena pública no início do século (o termo já havia sido sugerido em debates acadêmicos nos anos 1980). De forma resumida, parte-se da ideia de que a espécie humana se tornou uma força geológica que afeta o funcionamento e o equilíbrio da Terra. Desde então, muitos estudos vêm sendo realizados nesse sentido, mas a conclusão é que, a longo prazo, a vida humana no planeta se tornaria inviável. Hartog toma essa perspectiva como algo incontornável e que, segundo ele, inaugura, dentro do presentismo, uma nova historicidade.

O presentismo, de acordo com o autor, é o regime de historicidade que já vem durando cerca de meio século. Por regime de historicidade, o autor designa a maneira como a sociedade organiza, de forma preponderante, suas ordens temporais (por exemplo, a visão acerca de futuro, passado, presente). Em linhas gerais, seu diagnóstico não é incompatível com o de Huyssen, que vê a profusão da cultura da memória como um sintoma de movimentos temporais do presente, assim como a incapacidade de imaginar futuros alternativos¹⁸. Os anos 1970, segundo

¹⁸ Já Gumbrecht (2015) considera que o cronótopo do início do século XXI (tomando emprestada essa expressão de Bakhtin, mas usando-a a seu modo)

Hartog, teriam sido o momento em que esse regime começou a se instaurar de forma mais evidente (não por acaso, foi a partir de então que se disseminou a “condição pós-moderna”). Houve então o que ele chama de um “fechamento do futuro”, com o presente se alargando cada vez mais. “Onipresente, o presente canibaliza as categorias de passado e futuro” (HARTOG, 2020, p. 453). A cada instante e de modo contínuo, o presente fabrica o passado e o futuro de que necessita. Da televisão, passa-se sem interrupção às redes sociais, em um vai e vem frenético. Hartog destaca algumas palavras do presentismo como aceleração/urgência; política presentista; agora; preservação/precaução/prevenção¹⁹; memória; virada presentista da religião. O progresso toma a forma de projeto; pensar o futuro no dia a dia é questão de elaborar projetos – o futuro “somos nós que o fazemos” (HARTOG, 2020, p. 438).

Entre os motivos que destaca para a condição presentista destacam-se o choque do petróleo – uma crise que evidenciou a derrocada da ideia de progresso – e o impacto das catástrofes vividas no século XX, especialmente o Holocausto e a devastação em Hiroshima e Nagasaki. Na década de 1970, segundo Hartog, algo se modificou na historicidade relacionada ao extermínio nazista. O trabalho de memória feito para que esses crimes não fossem esquecidos (para não serem repetidos) e a classificação jurídica de crime contra a humanidade os tornou parte do presente: eles não passam nunca. Isso justificou, por exemplo, demandas de reparação por outros crimes contra a humanidade, como a escravidão. A bomba atômica também fez o homem repensar sua historicidade. Assim, a “catástrofe” evidencia-se como uma palavra corrente do presentismo. “Instala-se uma tirania da urgência, que tem por horizonte a catástrofe (anunciada)” (HARTOG, 2020, p. 458). Mas a situação se complica ainda mais agora, com o aquecimento climático e o Antropoceno.

é o de um “amplo presente”. O futuro está bloqueado e provoca temor, em grande parte devido à perspectiva de colapso ambiental. Segundo ele, as mídias também desempenham papel importante para a prevalência dessa condição temporal.

¹⁹ Hartog não faz essa relação, mas poderíamos acrescentar a essa rubrica a atuação dos algoritmos nas redes, que colhem dados dos usuários para mapear e prever a ação de seus usuários. São preditivos e muitas vezes querem ser preventivos. É um futuro programado. As consequências não são pequenas.

Mesmo que Hartog já identifique contestações diante dos excessos do presentismo – com pessoas que buscam formas alternativas de vida e temporalidades discordantes que levam à tensão social –, esse regime de historicidade não dá sinais de esgotamento, já que seu “principal operador” (HARTOG, 2020, p. 489) atualmente são as mídias digitais. Entretanto, o Antropoceno instaura um novo regime de historicidade no cotidiano das pessoas relacionado a uma temporalidade de longo prazo e cujo final já conhecemos. Agora são dois regimes concomitantes que estariam atuando simultaneamente. Há uma mudança no *status* da catástrofe: “Resumidamente, a catástrofe passa facilmente do presentismo ao Antropoceno, com a diferença de que a catástrofe antropocênica traz consigo uma ideia do fim, que a catástrofe presentista ignorava”²⁰ (HARTOG, 2020, p. 487). Enquanto a bomba atômica é uma invenção do homem (a decisão de dispará-la e de fabricá-la é sua), o que propicia ainda uma certa sensação de controle, com o colapso ambiental a possibilidade de atuação seria mais limitada.

Como viver a partir de agora? Esta é a indagação que se faz Hartog, que terminou de escrever seu livro há cerca de um ano, quando a pandemia já havia se instalado. Há uma breve nota no fim a respeito dos impactos da crise sanitária e o historiador não descartava a progressão dos conflitos sociais. Esta ainda é uma questão em aberto, mas se o presentismo é nossa temporalidade dominante – no sentido destacado por Rancière –, essa preponderância provavelmente, pode-se aventar, se daria a partir de agora de forma cada vez menos pacífica. Mas essa é questão para se voltar em outro momento (aqui não há mais tempo e espaço); agora preciso encerrar.

Ética, mais uma vez

Nesta breve consideração final, começo retomando Kittler. Sua visão sombria sobre o homem e o desenvolvimento dos sistemas midiáticos de comunicação faz com que muitas vezes

²⁰ Do francês: “Bref, la catastrophe passe aisément du présentisme à l’Anthropocène, avec cette différence que la catastrophe anthropocénique est porteuse d’une idée de la fin, que la catastrophe présentiste ignorait”.

seja visto como anti-humanista ou determinista. Kittler não parte de pressupostos marxistas, mas seu pessimismo seria ainda maior que o dos autores da Escola de Frankfurt. Seu empreendimento, porém, não se sustentaria sem uma escrita de alta voltagem. Seu texto é vibrante, divertido por seu sarcasmo e provocações, cheio de referências eruditas, com muitos exemplos da literatura, do *rock*, da cultura de massa, dinâmico como uma colagem, mesmo que muitas vezes soe difícil pela complexidade dos conceitos com os quais lida. Eva Horn (2012) destaca a potência erótica de sua escrita. Ao comparar Kittler a Heidegger, afirma:

Nos escritos e nas aulas de Kittler, no entanto, havia muito mais paixão, muito mais saudade e *pathos* do que jamais houve em Heidegger. O pensamento de Kittler sempre foi erótico – um caso de amor com seu objeto repleto de luxúria, apaixonado, idiossincrático, às vezes agressivo e finalmente trágico. Ao ler Kittler, é impossível não ser afetado pela urgência do seu desejo de pôr a beleza de Afrodite lado a lado com a precisão de Turing²¹. (HORN, 2012)

Formado na área de literatura e buscando contrapor-se à escrita acadêmica estabelecida na Alemanha, Kittler certamente não era inocente quanto a seu texto – à materialidade de sua escrita. Assim, a força imanente dessa escrita é também uma dimensão ética, expressão da relação que mantinha com seus objetos de pesquisa. Essa potência – que é uma potência criação – contrasta com a visão sombria. Daí começamos a sair do imobilismo: do fundo do poço (que se escavou à mão), há um movimento de vida, bem ali onde parecia improvável. Mas Kittler não tem a pretensão de dar sentido à história. A investigação histórica da “rede discursiva” quer descobrir em profundidade como nos relacionamos com as mídias na banalidade do dia a dia, como elas se tornam onipresentes em nosso cotidiano, pondo em marcha inúmeros processos sociais.

²¹ Do inglês: “In Kittler’s writing and teaching there was, however, much more passion, much more longing and pathos, than there ever was in Heidegger. Kittler’s thought was always erotic – a lustful, passionate, idiosyncratic, occasionally aggressive, and ultimately tragic love affair with his subject. Reading Kittler, one cannot help but be affected by the urgency of his desire to bring together Aphrodite’s beauty with Turing’s precision”.

Destaco a dimensão ética, ainda, para voltar a Heller, que, diferentemente de Kittler, está preocupada em dar sentido à história e ao cotidiano. “A vida cotidiana não está ‘fora’ da história, mas no ‘centro’ do acontecer histórico: é a verdadeira ‘essência’ da substância social” (HELLER, 2014, p. 34). “Se a vida cotidiana é carregada de alternativa, de escolhas” (HELLER, 2014, p. 39), segundo Heller, a ética se torna necessária. “A ética como motivação (o que chamamos de moral) é algo individual, mas não uma motivação particular: é individual no sentido de atitude livremente adotada (com liberdade relativa) por nós diante da vida, da sociedade e dos homens” (HELLER, 2014, p. 39). A história, diz ela, não é “um processo finalístico”, teleológico; no máximo, possui essa aparência. Sobrevivente do fascismo, ela não havia desistido da esperança: “[...] a indignação e a rebelião elementares da humanidade contra o fascismo fornecem a prova mais cabal daquilo que chamamos de invencibilidade da substância humana” (HELLER, 2014, p. 27). Diante da possibilidade de extinção aberta pelas bombas atômicas e de hidrogênio, entretanto, havia um limite: “Decerto, não podemos trabalhar com ela”, reitera Heller (2014, p. 28); isso porque nesse ponto, justamente, a história deixaria de fazer sentido.

Ora, não é justamente essa situação aparentemente intransponível que perturba Hartog? A aposta na ética, então, precisaria ser redobrada. Heller acredita (ou acreditava quando escreveu *O cotidiano e a história* há cerca de meio século) que o homem, “ao elevar-se através da *hominização*, acima do reino animal” (HELLER, 2014, p. 28; grifo da autora), pode realizar as possibilidades históricas. Retomo uma frase sua já citada aqui: “O *descaso* das teorias do progresso e do retrocesso por seres humanos vivos, por seus sofrimentos e por suas alegrias é algo espantador; na verdade, é chocante” (HELLER, 1981, p. 356; grifo da autora). Não seria o caso, por fim, de rasurar a palavra “humanos” dessa frase? Mas até mesmo os não vivos, como as pedras, a água e o ar, não merecem consideração?

Referências

- ALMEIDA, Alfredo Wagner Berno de. A historicidade da vida contra a museificação: os museus e os mapas nos “Centros de Ciências e Saberes”.
- ALMEIDA, Alfredo Wagner Berno de; OLIVEIRA, Murana Arenillas (org.) **Museus indígenas e quilombolas**. Manaus: UEA Edições/ PNCSA, 2017.
- ALTARES, Guillermo. Agnes Heller: A maldade mata, mas a razão leva a coisas mais terríveis. Entrevista **El País**. 2 set. 2017.
- BERTOL, Rachel. **A crítica literária em circuitos jornalísticos**: José Veríssimo na imprensa da “belle époque” carioca. Tese (doutorado), Universidade Federal do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, 2016.
- BERTOL, Rachel. Um outro tempo é possível. MORAIS, Larissa; BASTOS, Pablo Nabarrete; RIBEIRO, Renata Rezende; TOMAZ, Renata (org.) **Mídia e Cotidiano**: uma cartografia de pesquisas. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2020.
- DANOWSKI, Déborah; VIVEIROS DE CASTRO, Eduardo. **Há mundo por vir?** Ensaio sobre os medos e os fins. 2. ed. Desterro [Florianópolis]: Cultura e Barbárie: Instituto Socioambiental, 2017.
- DIDI-HUBERMAN, Georges. **Sobrevivência de vaga-lumes**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2011.
- DIDI-HUBERMAN, Georges. **A imagem sobrevivente**: História da arte e tempo dos fantasmas segundo Aby Warburg. Rio de Janeiro: Contraponto, 2013.
- ELIAS, Norbert. **Sobre o tempo**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.
- FOUCAULT, Michel. De espaços outros. **Estudos Avançados** (USP), v. 27, n. 79, 25 nov. 2013.
- GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Nosso amplo presente**: o tempo e a cultura contemporânea. São Paulo: Editora Unesp, 2015.
- HAYLES, Katherine. **How we became posthuman**: virtual bodies in cybernetics, literature, and informatics. Chicago: The University of Chicago Press, 1999.
- HARTOG, François. **Regimes de historicidade**: presentismo e experiências de tempo. São Paulo: Autêntica, 2013.
- HARTOG, François. **Chronos**: L'Occident aux prises avec le temps. Paris: Gallimard, 2020.
- HELLER, Agnes. **Uma teoria da história**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1981.
- HELLER, Agnes. **O cotidiano e a história**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2014.
- HORN, Eva. Machine Learning: Friedrich Kittler (1943-2011). Junto com Geoffroy Winthrop-Young. **Artforum**, set. 2012.

- HUYSEN, Andreas. **Present Pasts: Urban Palimpsests and the Politics of Memory**. Stanford, California: Stanford University Press, 2003.
- KEIGHTLEY, Emily; PICKERING, Michael. **The mnemonic imagination: remembering as creative practice**. Nova York: Palgrave Macmillan, 2012.
- KELLNER, Douglas. **Media culture: Cultural studies, Identity, and Politics in the Contemporary Moment**. Nova York: Routledge, 2020.
- KITTLER, Friedrich. **Discourse Networks 1800/1900**. Stanford, Califórnia: Stanford University Press, 1990.
- KITTLER, Friedrich. **Gramofone, filme, typewriter**. Belo Horizonte: Editora UFMG; Rio de Janeiro: EdUERJ, 2019.
- KOSELLECK, Reinhart. **Futuro passado: contribuição à semântica dos tempos históricos**. Rio de Janeiro: Contraponto: Ed. PUC-Rio, 2006.
- MAIA, Jussara; BERTOL, Rachel; VALLE, Flavio; MANNA, Nuno (org.) **Catástrofes e crises do tempo**. Belo Horizonte: Fafich/SELO PPGCOM/UFMG, 2020.
- PARIKKA, Jussi. **What is media archaeology?** Londres: Polity Press, 2012.
- PARIKKA, Jussi. **The Anthroscene**. Minneapolis: Univ. of Minnesota Press, 2014.
- POMIAN, Krzysztof. **L'ordre du temps**. Paris: Éditions Gallimard, 1984.
- RANCIÈRE, Jacques. **A partilha do sensível: estética e política**. São Paulo: EXO experimental org.; Ed. 34, 2009.
- RANCIÈRE, Jacques. Em que tempos vivemos? **Serrote**, n. 16, mar. 2014.
- VIRILIO, Paul. **Guerra e cinema: logística da percepção**. Boitempo, 2005.

Narrativas e afetos do cotidiano mediatizado: mídia, imaginário e produção de sentidos na sociedade contemporânea

Renata Rezende Ribeiro

Introdução

A narrativa é o que torna acessível a experiência humana. Quando o tempo, ou seja, o tempo só se torna humano através da narrativa, afirma Paul Ricoeur (2010a, p. 11). A humanidade vive e se desenvolve por meio de narrativas, que incluem tanto acontecimentos individuais quanto coletivos. Narrar a vida, as relações, o mundo, fazem parte de uma experiência conectada à própria existência humana. Somos seres narrativos, como atores, personagens ou espectadores: “Sonhamos, imaginamos, recordamos, conversamos, aprendemos, interagimos, nos divertimos, cremos, amamos e odiamos narrando” (MOTTA, 2013, p. 17).

No século XXI, cujo cenário é marcado por espaços que intensificam fluxos de informações e de imagens, as narrativas são cada vez mais mediadas e atravessadas pela interferência dos dispositivos comunicacionais, em uma partilha ampliada de interesses, ideias e relacionamentos, principalmente em redes digitais de sociabilidade¹. Essa atmosfera mobiliza cada vez mais indivíduos que, na interação com outros atores, deixam inúmeros vestígios, permitindo o reconhecimento das formas de suas conexões. Enquanto parte do denominado ciberespaço, os usuários atuam de forma a moldar as estruturas sociais por meio de interações e pela constituição de laços, que também se estabelecem a partir de narrativas movidas por uma potência sensível, numa espécie de experiência catártica gerenciada pela configuração dos afetos enquanto força motriz. Os relatos pessoais e coletivos nessas

¹ Redes sociais digitais compreendidas como um conjunto de atores (pessoas, instituições, ou grupos que seriam os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais). Ver mais *in*: RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. Neste texto não fazemos distinção dos termos “redes sociais digitais”, “mídias sociais digitais” e/ou “plataformas digitais”, com objetivo de evitar a repetição lexical abundante.

redes digitais de comunicação configuram uma construção e narração de si e também do outro, na medida em que os sujeitos compartilham enunciados de forma viva e intensa.

É nesse contexto que minhas investigações se desenvolvem, objetivando compreender as narrativas e os afetos no cotidiano, particularmente no tangenciamento da midiatização, no qual os conteúdos estão articulados em redes de informação formadas por tecnologias digitais que atravessam praticamente todas as instituições sociais e culturais contemporâneas. Em um movimento de fusão da vida ordinária com a tecnologia, evidencia-se, progressivamente, a midiatização como *ethos* e, nessa ambiência que hibridiza *techné* e *aisthesis*, a vida converte-se, cada vez mais, em emoção (SODRÉ, 2006, p. 13), num circuito complexo que envolve o afeto, enquanto afetividade e afetação, por meio de diferentes linguagens, representações e sentidos.

As tecnologias de informação, de comunicação e de imagem conduziram os sujeitos à afetação da experiência pelo próprio desenvolvimento tecnológico, fazendo-os viver em novas configurações humanas e possibilidades de organização dos meios de produção, que passaram a exigir uma dimensão mais sensível do que racional. Para Maffesoli (2014, p. 2), “o espírito do tempo parece pôr em dúvida a ordem racionalista que prevaleceu na Modernidade e privilegiar o emocional”, marca da contemporaneidade². Nesse sentido, considero o papel dos afetos – no que o autor denomina de *erótico social* – a partir da conjuntura formada pelo pensamento experimental, provisório, de acordo com o pluralismo fundamental da existência humana, no qual as expressões dos humores sociais reduzem os diferentes “princípios de realidade” a fim de encontrar a “poesia do real”.

Nesse panorama, particularmente a partir dos meios de comunicação interativos, o instinto avançou sobre o racionalismo abstrato e, assim, tornou-se “razão sensível”, afirma o sociólogo. “Assiste-se, então, ao grande retorno dos humores secretados pelo corpo social. Entusiasmo, indignações, fanatismos são as

² Utilizo contemporaneidade e pós-modernidade como equivalentes no texto, não estabelecendo diferenças conceituais segundo as nomeações dos autores e considerando que se trata do período que designa a condição sociocultural e estética prevalecente no capitalismo, principalmente pós anos 1950, com o desenvolvimento dos meios de comunicação e de transporte.

secreções em questão” (MAFFESOLI, 2014, p. 5). É um “amor-ódio” pertencente ao circuito dos afetos, onde a ambiência se constitui pela ideia de *emocionalidade* como elemento essencial e, por isso mesmo, é da ordem dos afetos e não da racionalidade a elaboração da própria vida cotidiana (MAFFESOLI, 2008, p. 8).

De acordo com Maffesoli, a chave para se compreender a pós-modernidade é o aspecto pré-individual, o que ele denomina de “investigação de sentido”, com consequências teóricas e metodológicas importantes para se pensar as ciências sociais e humanas e, dessa forma, também o cotidiano atravessado por narrativas e representações midiaticizadas.

“Cada um de nós é o que é porque conta uma história, seja verdadeira ou falsa” (MAFFESOLI, 2008, p. 5) e, nessa perspectiva, o sentido só se estabelece quando essa história for contada. Tal horizonte, que articulo ao pensamento de Paul Ricoeur (2010b, p. 103), toma a compreensão das narrativas como estruturas que preenchem o significado da vida, do homem e do mundo: “Narrar já é refletir sobre os acontecimentos narrados” e o tempo é a semântica elementar da experiência cotidiana; desse modo, as narrativas fazem o tempo “humano”.

Assim, torna-se pertinente problematizar o papel das mídias no cotidiano que agregam elementos importantes em diferentes regimes (social, cultural, econômico, entre outros) na contemporaneidade, introduzindo novidades em processos e dinâmicas, especialmente na esfera da alteridade, ou seja, no encontro com o outro. É preciso lembrar que a base da comunicação (*communicatio*) é o comum, origem que nos leva a *comunnis*, comunhão, e *communio*, comunidade, ou seja, ao estar-junto.

A dimensão da era da imagem e de tecnologias sinestésicas insere o afeto no circuito das comunhões cotidianas e em redes de corpos estéticos e políticos, que se estabelecem por atração ou por repulsa. É sobre essa perspectiva que compreendo as conjunturas da alteridade desenhada no emaranhado narrativo nas teias de relações contemporâneas, particularmente em objetos midiáticos, desdobrados nos estudos em dois grandes eixos: do audiovisual e das multimídias, em especial as redes digitais de sociabilidade.

De forma geral, minhas reflexões objetivam investigar a importância das mídias como lugar relevante na construção

do imaginário social contemporâneo, compreendido enquanto ambiência compartilhada que ultrapassa a esfera da razão e evoca diferentes dimensões simbólicas; uma soma de relações imagéticas que atuam como memória social (BARBOSA, 2007) e afetiva, mas também como “um conjunto de crenças, representações, fantasmagorias, criações culturais e cotidianas que permitem expressar, dar forma a um sentimento comum” (MAFFESOLI, 2019, p. 8).

Desse modo, as pesquisas correspondem com a proposta do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGM-C-UFF), que investe em análises que se debruçam, dialeticamente, sobre as relações entre as mídias e a “vida de todo dia”, examinando tensões, potencialidades e diferentes perspectivas e ações, tanto das estruturas e dos agentes midiáticos, quanto das influências ideológicas, referenciais culturais e transformações sociais.

Em consonância com a Linha 1 do PPGMC, “Lingua-gens, representações e produção de sentidos”, minha trajetória se organiza em torno de diferentes estudos sobre narrativas, discursos e representações no cotidiano, em práticas, produtos e/ou agentes midiáticos. Como pesquisadora e coordenadora do Núcleo de Estudos e Experimentações do Audiovisual no Contexto Multimídia (MULTIS) – em parceria com a professora Denise Tavares –, as investigações se debruçam sobre os produtos e as práticas midiáticas pela perspectiva do cotidiano, levando em conta a constituição do imaginário por meio da sensibilidade e do universo simbólico. No MULTIS, interessa tudo o que ilumina o comportamento coletivo das sociedades, objetivando não apenas a compreensão do campo da comunicação e da informação, mas também os objetos, as produções de sentido e as mediações dos processos. Nesse quadro, os conceitos de memória e esquecimento, tempo e espaço, ética e estética são tomados como balizadores para as reflexões da vida cotidiana mediatizada em circuitos de “afetos e afetações”.

Uma síntese do percurso

Desde 2013 integrando o corpo docente permanente do PPGMC-UFF, minhas pesquisas se debruçam, principalmente, sobre dois grandes objetos de análise: as redes sociais digitais e as mídias audiovisuais³. Ao longo desse período, uma das principais noções desenvolvidas foi a de *narrativas cartárticas*, relatos que incorporam elementos trágicos enraizados na vivência individual ou coletiva, na maior parte das vezes pautados em experiências dramáticas (morte, rompimentos de relações, revoltas políticas, entre outros) que são abundantes nos territórios midiáticos contemporâneos ou mesmo produzidos por e nesses espaços. As pesquisas “Dramas Compartilhados: as redes sociais como espaços de catarse e a política dos afetos” e “Redes de Afetos e de Intolerância: política, catarse e a narrativa de si e do outro no cotidiano midiático”⁴ trabalharam no desenvolvimento dessa definição, sendo publicadas em diferentes artigos, em periódicos nacionais e internacionais, além de capítulos de livros (RIBEIRO, 2014, 2017, 2018, 2020).

É preciso ressaltar que o aprofundamento da definição de “narrativas cartárticas” se deu de forma significativa quando elaborada na perspectiva dos estudos sobre o cotidiano no âmbito do PPGMC e, principalmente, no desenvolvimento da pesquisa de pós-doutorado realizada na Université René Descartes (Paris V/Sorbonne), na França, sob a supervisão do professor Michel Maffesoli. Por meio da participação ativa no Centre D’étude sur L’actuel et le Quotidien (C.E.A.Q.), que oferece seminários interdisciplinares sobre a temática, particularmente relacionados às novas formas de sociabilidade e construção do imaginário coletivo, consegui expandir as análises sobre os usos das redes sociais digitais para além das bases circunscritas aos grafos e dados numéricos, que representam grande parte das pesquisas nas ciências sociais aplicadas. Pela paisagem das teorias do imaginário e do cotidiano, particularmente por meio da visão

³ Aqui em particular a televisão e/ou suportes que hibridizam esse meio às novas propostas e experiências narrativas multi e transmídias.

⁴ Essa pesquisa, especialmente, foi desenvolvida conjuntamente em estágio de pós-doutorado na Université René Descartes/Paris V, Sorbonne (França), financiada com bolsa Capes (2017/2018).

de Durand (2015 [1964]) e Maffesoli (2010, 2019), tomei a observação do homem em sua pluralidade e complexidade no próprio cotidiano, articulando às teorias da narrativa na conjuntura do *ethos midiaticizado* contemporâneo.

No entanto, é preciso destacar que a gênese dessa trajetória investigativa começou muito antes disso. O interesse pela compreensão da narrativa como conceito fundador do sentido da vida foi basilar na pesquisa “Fragmentos de um corpo: as tecnologias da comunicação e as narrativas da morte na Idade Média e na Idade Mídia”, concluída em 2009, no doutorado em Comunicação na Universidade Federal Fluminense (UFF), sob a orientação da professora Marialva Barbosa. A pesquisa deu origem ao livro *A morte midiaticizada: como as redes sociais atualizam a experiência do fim da vida* (RIBEIRO, 2015), que acredito ser minha contribuição mais relevante, até o momento, para o campo da Comunicação.

Nesse estudo, examinei as narrativas e representações da morte no cenário da midiaticização, onde a materialidade do corpo se esvai, mas os registros informacionais permanecem “vivos”, como vestígios memoráveis da experiência humana, que se tornaram, inclusive, mais imersivos e ápticos, em virtude de novas tecnologias de imagem e de comunicação.

As reflexões sobre as narrativas da morte no contexto da midiaticização (o que inclui as *narrativas catárticas*) são retomadas nas pesquisas mais atuais: “O cotidiano e a morte em tempos de pandemia” e “Narrativas da dor no cotidiano midiaticizado: juventude, catarse e suicídio”, ambas iniciadas em 2020. Esta última, inclusive, faz parte do projeto do Grupo Emergente “Juventude e suicídio: percursos midiáticos e suas interfaces com a Educação”⁵, realizado em parceria com as professoras do PPGMC, Denise Tavares, Carla Baiense, Larissa Morais e Walcea Barreto, além dos doutorandos Diego Cotta, Max Melo e Antonio Vianna. Trata-se de um projeto de caráter multidisciplinar, que articula pesquisa analítica e aplicada para investigar a relação juventude/suicídio em seu trânsito midiático, isto é, considerando o papel da mídia como produtora de sentidos e elaboradora de represen-

⁵ Projeto financiado pela Faperj, por meio do Edital de Apoio a Grupos Emergentes 2019.

tações dessa temática. A principal contribuição é o desenvolvimento teórico e de oficinas que desenvolvam literacias midiáticas sobre o assunto, para as áreas da comunicação, na interface com a educação e com outros campos afinados ao projeto, principalmente a saúde pública.

As teorias das narrativas e dos afetos na compreensão do cotidiano midiaticizado também envolvem o panorama analítico das mídias audiovisuais como objeto de estudo. Nas investigações “As imagens sensíveis e a TV do século XXI: estratégias enunciativas, produções de sentido e outros enquadramentos” e “A potência imagética e a televisão do século XXI: produções de sentido e o lugar do espectador”⁶ examinamos como os afetos e as emoções são hibridizados aos conteúdos enunciativos que atuam na subjetividade dos espectadores, desenvolvendo outros sentidos e representações.

Dessa forma, os mesmos referenciais teóricos também são utilizados nas pesquisas sobre as narrativas audiovisuais, que buscam delinear, principalmente, o cenário atual da produção televisiva e suas extensões às plataformas digitais, evidenciando a ampliação do hibridismo ficção/realidade, particularmente no que denominamos como *entre-lugar*, em uma estratégia pela busca de atenção dos espectadores do século XXI.

Entre as conclusões, verifiquei que na atual sociedade midiaticizada, na qual vigora uma cultura cada vez mais participativa, se desenvolvem produções mais sinestésicas (que se utilizam também dos regimes de afeto e de afetações), particularmente em termos narrativos, tanto pela mistura dos gêneros enquanto lugares de enunciação e novas produções de sentido, quanto pela experiência de novas propostas relacionadas aos usos cotidianos do “mundo tela”, atrelado à cultura audiovisual.

Há, nesse contexto, um investimento em narrativas audiovisuais cada vez mais sensoriais, cuja tentativa é a condução do espectador para as “experiências telânicas”, que pertencem, também, a fusão progressiva da vida com a tecnologia, (SODRÉ, 2006, p. 13). Não se trata, apenas, evidentemente, da implementação de novas produções e experimentos audiovisuais, mas desse desenvolvimento narrativo associado à busca e/ou manutenção

⁶ Pesquisa financiada pelo CNPQ, por meio do Edital Universal 2014.

de audiência, que se pulverizou diante da quantidade excessiva de oferta de informação neste século.

Nesse breve percurso por minhas principais investigações, evidencio a importância da linguagem atrelada à tecnologia na experiência da vida cotidiana, destacando como a realidade é tecida e atravessada por narrativas e afetos cada vez mais mediados, e que atuam na produção e fabulação dos sentidos e representações contemporâneas. Dessa forma, remarco, a seguir, alguns referenciais essenciais que fundamentam minhas reflexões.

Afetos mediados ou a mediação dos afetos

A noção de afeto é tomada a partir de Spinoza, na terceira parte de sua *Ética* e refere-se às “afecções do corpo, pelas quais a potência de agir é aumentada ou diminuída, estimulada ou refreada e, ao mesmo tempo, as ideias dessas afecções” (SPINOZA, 2017 [1677], p. 163). Dessa forma, entendendo que toda ação parte de uma afetação, problematizo o papel da mídia como construtora da vida cotidiana por meio de diferentes narrativas. Desse modo, utilizo a noção de as *estratégias sensíveis*, conforme Muniz Sodré (2006), como jogos de fabulação e vinculação dos próprios atos discursivos às relações de afetação dos sujeitos pela linguagem e pela narrativa mediada.

Afeto, proveniente de *affectus* e *afectio*, corresponde a um conjunto de estados que atua na função psíquica chamada de afetividade, mas que também se refere ao exercício de uma ação, em particular sobre a sensibilidade de um sujeito. Sodré afirma que a ação de afetar, no latim clássico, contém também o significado de emoção, correspondente a *commuovere*, envolvendo um fenômeno afetivo que se define por um estado de choque ou de perturbação na consciência (SODRÉ, 2006, p. 28-29).

Em uma época de comunicação em rede, “a vida social, as mentalidades, os valores e os processos culturais parecem definitivamente vinculados às telas, monitores e ambientes virtuais” (MORAES, 2009, p. 15) e a dimensão dessa era da imagem e de tecnologias se torna ainda mais sinestésica, inserindo, para além da informação, o afeto na circulação dos conteúdos. Segundo

Sodré (2006, p. 123), diante dos registros e da aceleração retórica cada vez mais intensa, há uma incitação à consciência “fascinada, emocionada, afetivamente mobilizada a entrar no jogo da produção e do consumo dos efeitos energéticos do real”.

Outra característica desse sistema de comunicação, baseado na integração em rede digitalizada de múltiplos modos, é a capacidade de incluir e abranger diferentes expressões culturais, bem como a variedade de interesses, valores, imaginações e conflitos. É nesse ambiente que compreendo os modos de construção e os elementos constitutivos da vida cotidiana, atualmente amalgamada pelas mídias.

A sinestesia (*aisthesis koinê*) que se configura quando os diferentes atores interagem numa constituição de estímulos, desenvolvendo uma manifestação sensível no cotidiano, inclui também a noção de catarse como elemento fundamental. Para Aristóteles (2003a), a catarse possui uma conotação moral e política, que contempla um aperfeiçoamento ético para a vida coletiva, mas que também comporta conflitos de interesses e de opiniões. É preciso destacar que para o filósofo grego, a política se relaciona diretamente à felicidade humana, no sentido individual e coletivo do homem na *pólis*. Segundo Aristóteles (2003b), o estado é uma esfera moral, condição e complemento da moral individual e fundamento essencial da suprema atividade contemplativa. A política se distingue da moral, porque sua relação toma o indivíduo em sua coletividade. A ética refere-se à doutrina moral individual; já a política é a doutrina moral social, segundo a teoria aristotélica.

Nesse sentido, quando desenvolvo a noção de *narrativa cartártica* é objetivando compreender como as redes sociais digitais se tornaram um território para se “despejar lamentações e desabafos ordinários” e realizar a “purgação das insatisfações”, a partir da interação com diferentes atores, numa espécie de catarse coletiva, que se estabelece em um complexo “circuito de afetos” (SAFATLE, 2015) que incidem no cotidiano para além das redes, atuando diretamente na construção do imaginário social.

Como supracitado, tais narrativas foram estudadas em importantes temáticas sociais, entre elas, por meio dos relatos da morte e do suicídio, à produção das *fake news* e dos discursos de

ódio e de intolerância. Acredito que os relatos construídos pelos usuários e atores dessas redes são movidos por uma potência sensível que se desenha no emaranhado narrativo e operacionalizam experiências catárticas pelos afetos enquanto força motriz.

A importância dos diagnósticos encontrados em cada uma das pesquisas revela o vultoso simbolismo das mídias e dos produtos midiáticos que assumiram papel fundamental no regime de opinião e de crenças, especialmente neste início de século XXI. A pandemia da Covid-19, iniciada em 2020, tornou esse cenário ainda mais revelador, demonstrando a dependência cada vez maior da Internet e da comunicação em rede para a realização de inúmeras atividades do dia a dia (trabalho, educação, entretenimento, compras, entre outros), por uma parcela significativa de indivíduos, ao mesmo tempo que, dialeticamente, ratificou a profunda desigualdade social no que diz respeito aos mesmos acessos a tais atividades em relação à parcela mais pobre da população.

Diante de todo exposto, as reflexões objetivam expandir as possibilidades de análises sobre as mídias digitais, levando em conta o conceito de cotidiano, na tentativa de se descobrir, como acredita Maffesoli (1995), a profundidade contida na aparência. O cotidiano é, dessa forma, ponto de partida e chegada, no qual o caminho metodológico é guiado pela construção de formas para se compreender as relações ordinárias e, posteriormente, desenvolver propostas que possam otimizar a comunicação enquanto importante campo do conhecimento, mas também como recurso basilar e fundamental da “vida de todos os dias”. Não se trata, portanto, de tomar o cotidiano apenas pelo senso comum ou por denominações genéricas, que o descrevem, muitas vezes, como repetição, rotina ou banalidade, mas conectá-lo às diversas formas, apresentações e contextos da vida hodierna.

Nessa conjuntura, as abordagens combinam conjuntos conceituais, segundo diferentes eixos temáticos da comunicação, em diálogo com a Filosofia, a Sociologia, a Antropologia e a Psicanálise. Acredito que tais ciências são fundamentais em minhas reflexões, embora ressalto que se trata de um diálogo com tais campos, não havendo qualquer pretensão de realizar teorias ou conceitos nessas áreas. Meu interesse se localiza nos

fenômenos produzidos nas e pelas mídias, especialmente as que comportam ou desenvolvem as narrativas audiovisuais e multimídias, conforme situou.

Por uma metodologia compreensiva

Na tentativa de buscar uma metodologia que dê conta da ambiência complexa da mídia (e das narrativas midiáticas) como lugar relevante na construção do imaginário e da realidade social contemporânea, tomo especialmente os estudos sobre o cotidiano e o paradigma formista como percurso de investigação. A proposta ampliada de nossas pesquisas afina-se à Sociologia do Cotidiano (Sociologia Compreensiva, a partir de Michel Maffesoli, 2010) e, desse modo, compreende o formismo enquanto forma abrangente e determinante no cimento da vida social, ou seja, como realidade e método.

O formismo é um estilo de análise fundado na estética, no qual figura o termo formal (forma de um problema e não simplesmente aspecto formal), e tem como referência a sociologia de Georg Simmel (2006, p. 64) para quem “a forma é a mútua determinação e interação dos elementos pelos quais se constrói uma unidade”. Para Simmel, é preciso mobilidade na pesquisa científica, além de um método integrador que seja capaz de “entender que o ser humano, em toda a sua essência e em todas as suas expressões, é determinado pelo fato de que vive interativamente” (SIMMEL, 2006, p. 33).

Minha proposta, portanto, expande as análises sobre as narrativas midiáticas, sem partir necessariamente da existência de um “*a priori*”, buscando descobrir “a profundidade contida na aparência” (MAFFESOLI, 1995). Dessa forma, reitero que o cotidiano é ponto de partida e de chegada, no qual a trilha metodológica é guiada pela construção de formas para se compreender as próprias relações ordinárias, especialmente as produzidas nas e pelas mídias. Trata-se, portanto, de conectar o cotidiano às diversas formas e apresentações, resgatando os conceitos de imaginário e de subjetividade.

Nunca é demais insistir na nobreza da vida cotidiana. Pode-se dizer que é a partir do ‘ordinário’ que é elaborado o conhecimento do social. É conveniente insistir nisso, pois, por um lado, tal como um ponto cego, trata-se de um domínio que era estranhamente ignorado pelos intelectuais, e por outro, esse cotidiano parece ser uma das principais características do estilo estético do qual nos ocupamos aqui. (MAFFESOLI, 1995, p. 63)

Segundo Maffesoli (1995, p. 64), trata-se de compreender o cotidiano como um estilo “no sentido de [...] algo mais abrangente, de ambiente, que é a causa e o efeito, em determinado momento, das relações sociais em seu conjunto [...]”. Tal estilo é atravessado pelo aleatório, cuja ênfase se dá nos aspectos imateriais da existência, nos jogos da aparência da vida ordinária que, paradoxalmente, podem ser identificados por operações de imagens e linguagem (narrativas). Dessa forma, a vida cotidiana torna-se reveladora de traços e vestígios da época analisada, pois destaca como a existência é gerida pelo coletivo que dá forma e sentido ao cimento social.

De tudo o que foi dito, deve-se lembrar que o estilo pode ser considerado, *stricto sensu*, uma ‘encarnação’ ou ainda a projeção concreta de todas as atitudes emocionais, maneiras de pensar e agir, em suma, de todas as relações com o outro, pelas quais se define uma cultura. (MAFFESOLI, 1995, p. 64)

A compreensão metodológica do cotidiano como espaço de produção de fatos sociais se apresenta, nesse contexto, como um campo capaz de tornar públicas questões do privado social. Acredito que essa compreensão é um viés fértil para avaliar os diferentes aspectos das narrativas midiáticas, principalmente as produzidas e/ou atravessadas na ambiência das redes digitais de informação e comunicação.

Destaco que as interfaces comunicacionais efetivadas via redes de sociabilidades digitais agregam-se como elemento importante à constituição da própria comunicação contemporânea, introduzindo novidades em seus processos e dinâmicas. Nesse ambiente, cabe marcar que do ponto de vista do campo da

comunicação, a questão da alteridade é clássica, pois conforme já explicitamos, trata-se da “ciência do comum” (SODRÉ, 2015). Além disso, é impossível não perceber o quanto as redes digitais de comunicação influenciam e participam dos novos modos de existir em diferentes formas de sociabilidade mundo afora.

Finalmente, é preciso afirmar que nossas investigações são de caráter qualitativo, embora também utilizemos, segundo a necessidade de cada pesquisa, métodos para a obtenção de dados quantitativos. Dessa forma, além do percurso bibliográfico interdisciplinar, os estudos combinam diferentes instrumentais. Na maior parte das pesquisas, utilizo a análise de conteúdo (a partir de BARDIN, 2009) como técnica para organização e sistematização dos dados. Segundo Bardin (2009, p. 37), a principal função da análise de conteúdo é o desvendar crítico, em que o que pode ser interpretado segundo o método são “mensagens obscuras que exigem uma interpretação, mensagens com um duplo sentido cuja significação profunda só pode surgir depois de uma observação cuidadosa [...]”. No entanto, é preciso avultar que nas pesquisas toda reflexão empírica se desenvolve em fluxos encadeados, ou seja, por meio de percursos traçados pela própria materialidade dos objetos midiáticos, compreendendo a representação tanto em seu aspecto narrativo quanto em sua composição com todas as modalidades de explicação/compreensão (RICOEUR, 2007).

Trata-se, nesse sentido, de um panorama interdisciplinar, no qual, por exemplo, a proposta de compreensão por meio da teoria narrativa se dá, como afirma Leticia Matheus (2021, p. 2), pelo “conceito como operador teórico para análises de comunicação, em vez de inscrevê-lo em uma perspectiva ontológica segundo a qual o pesquisador seria obrigado a identificar quais textos são narrativos ou não”. Nesse arranjo, o objeto é sempre expandir a interpretação narrativa para além das estruturas formais do gênero discursivo, na medida em que trabalhamos com as textualidades em seus fluxos, compreendendo que a linguagem pertence ao mundo social. Também utilizo autores que pertencem a épocas e campos diferentes (mas sempre em diálogo com a comunicação), pois compreendo, como acreditava Paul Ricoeur (2007, p. 15), que “este direito é o de qualquer leitor: todos os livros estão simultaneamente abertos a ele”.

Considerações finais

Trabalhar com as práticas sociais cotidianas implica lançar um olhar sobre a relação dos indivíduos com os meios onde são/estão engendrados, o que supõe uma participação tanto da cultura quanto das instituições midiáticas como sujeitos históricos, igualmente participantes da construção do conhecimento que é produto de ingerências múltiplas. Assim, busco, em consonância com a proposta do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano, desenvolver uma epistemologia que conecte mídia e vida cotidiana alinhada à compreensão ampliada da linguagem como sistema fundamental da comunicação humana e desenvolvida em convergência com o desenvolvimento tecnológico de cada época.

Conforme situei ao longo deste texto, minha principal influência na compreensão do cotidiano como referencial teórico e metodológico é a obra de Michel Maffesoli. No entanto, essa inclinação não descarta as importantes referências sobre o cotidiano em outras perspectivas relevantes para o campo, entre as quais, destaco as obras de Agnes Heller, Michel de Certeau e Henri Lefebvre.

Nesse breve percurso investigativo realizado durante meus anos de atuação no PPGMC-UFF, acredito que minha maior contribuição foi problematizar o contexto das práticas comunicacionais ordinárias atreladas ao desenvolvimento de novos regimes de processamento de informação que se revelam por meio de narrativas midiáticas. Portanto, reforçar a importância da tecnologia e da mídia nos estudos sobre a sociedade para diagnosticar e refletir sobre como os novos espaços tecnológicos são apropriados no cotidiano e, dessa forma, propor projetos que possam contribuir para a comunicação como um campo importante das relações ordinárias.

As narrativas produzidas nessa ambiência midiática comportam “afetos e afetações”, que irrompem num aqui e agora, ou seja, são experiências sensíveis que podem ser orientadas por estratégias espontâneas de ajustamento ou situações interativas (SODRÉ, 2006), mas atravessadas por lógicas que estruturam a emoção como marca reveladora do século XXI, influenciando a construção da realidade social, moldando percepções, significações, costumes, opiniões e produzindo sentidos.

Referências

- ARISTÓTELES. **Arte poética**. São Paulo: Martin Claret, 2003a.
- ARISTÓTELES. **Retórica das paixões**. Introdução, notas e tradução do grego: Isis Borges B. da Fonseca. São Paulo: Martins Fontes, 2003b.
- BARBOSA, Marialva. **Percursos do olhar**: comunicação, narrativa e memória. Niterói (RJ): EDUFF, 2007.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2009.
- DURAND, Gilbert. **L'imagination symbolique**. Paris: PUF, 2015 [1964].
- MAFFESOLI, Michel. **A contemplação do mundo**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.
- MAFFESOLI, Michel. A terra fértil do cotidiano. **Revista Famecos**, n. 36, Porto Alegre, 2008.
- MAFFESOLI, Michel. **O conhecimento comum**. Introdução à sociologia compreensiva. Porto Alegre: Sulina, 2010.
- MAFFESOLI, Michel. **Homo Eroticus**: comunhões emocionais. Rio de Janeiro: Forense, 2014.
- MAFFESOLI, Michel. **La force de l'imaginaire**: contre les bien-pensants. Montréal: Liber, 2019.
- MATHEUS, Leticia. Paul Ricoeur e a narrativa além do gênero discursivo. **Galáxia**, São Paulo, v. 46, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gal/a/9Lxgn7rzTw83k6Bpf8cXBYF/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 15 maio 2021.
- MORAES, Denis. (org.) **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2009.
- MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise crítica da narrativa**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013.
- RIBEIRO, Renata Rezende. A catarse cotidiana: performances dramáticas no Facebook. **Revista Culturas Midiáticas**, Universidade Federal da Paraíba, v. 7, 2014.
- RIBEIRO, Renata Rezende. **A morte midiaticizada**: como as redes sociais atualizam a experiência do fim da vida. Niterói (RJ): EDUFF, 2015.
- RIBEIRO, Renata Rezende. Fragmentos de intolerância: política, afeto e catarse no cotidiano das redes sociais. In: RÉGIS, Fátima; MAIA, Alesandra; JORGE, Marianna Ferreira (org.) **Performance, corpo e subjetividade nas práticas de comunicação contemporâneas**. Porto Alegre: Sulina, 2017.
- RIBEIRO, Renata Rezende. Réseaux d'affects et d'intolérance: l'imaginaire politique et la catharsis dans le quotidien médiatisé. **Sociétés Reveu des Sciences Humaines et Sociales**, v. 142, Paris: Deboeck Supérieur, 2018.

RIBEIRO, Renata Rezende. La réinfosphère brésilienne: fake news et intolérance dans l'aviie quotidienne numérique. **Sociétés Reveu des Sciences Humaines et Sociales**, n. 147. Paris: Deboeck Supérieur, 2020.

RICOEUR, Paul. **A memória, a história, o esquecimento**. Campinas (SP): Unicamp, 2007.

RICOEUR, Paul. **Tempo e narrativa: a intriga e a narrativa histórica**. São Paulo: Martins Fontes, 2010a.

RICOEUR, Paul. **Tempo e Narrativa: a configuração do tempo na narrativa de ficção**. São Paulo: Martins Fontes, 2010b.

SAFATLE, Vladimir. **O circuito dos afetos: corpos políticos, desamparo e o fim do indivíduo**. São Paulo: Cosac & Naif, 2015.

SIMMEL, Georg. **Questões fundamentais da sociologia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política**. Petrópolis (RJ): Vozes: 2006.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum: notas para o método comunicacional**. Petrópolis (RJ): Vozes, 2015.

SPINOZA, Baruch. **Ética**. Belo Horizonte: Autêntica, 2017 [1677].

Tecnologias, representações e percursos midiáticos no cotidiano escolar

Walcéa Barreto Alves

Introdução

A relação das crianças e jovens com as tecnologias e mídias digitais, suas representações e interfaces com o cotidiano escolar têm sido o enfoque do olhar e da pergunta que se faz em diálogo com percursos de investigação no chão da escola (ALVES; RANGEL, 2019). Observando o cotidiano e desenvolvendo estudos sobre a realidade das instituições de educação formal salienta-se a constatação de que há um distanciamento, em grande parte das vezes, entre o contexto de ensino tradicionalmente desenvolvido e os modos de interagir, conhecer e aprender dos estudantes na contemporaneidade. Investigar as representações acerca das tecnologias e mídias digitais lança luz à compreensão de seu papel no contexto contemporâneo e sua influência sobre os processos sociais, culturais e de ensino-aprendizagem ocorridos nas instituições educativas.

Os estudos desenvolvidos têm a escola básica como lócus privilegiado de estudo, o que demarca nossa ênfase e compromisso com a educação pública, gratuita e de qualidade, com práxis libertadoras, voltadas para fomentar a conscientização e engajamento social das camadas populares que, em sua grande maioria, povoam esse espaço.

Percorrendo trajetórias de pesquisa anterior, a obra *A escola no espelho: as representações do aluno* (ALVES; RANGEL, 2019) retrata que, na estrutura das representações que os estudantes têm da escola, não se fazem presentes as tecnologias digitais, embora tecnologias tradicionais tenham sido bastante citadas (caderno, lápis, borracha...). Na escola, predominam os aspectos de ensino voltados para formas e conteúdos que se distanciam (na grande maioria dos casos) dos atuais percursos tecnológicos e midiáticos vivenciados pelos estudantes e, em especial, das lógicas e estratégias cognitivas que permeiam seus usos e significações.

No entanto, no contexto atual, vivemos a cibercultura (LÉVY, 1999), que imprime às nossas vidas novas formas de pertencimento, de relação espaço-temporal e de acesso e exploração aos conhecimentos disponíveis na rede. A ubiquidade à qual nos proporcionam os equipamentos digitais móveis conectados à Internet permite novas formas de pertencer e aprender (SANTOS, 2005), levando a nos entendermos como participantes de contextos mais amplos, possibilitando-nos estar em vários espaços ao mesmo tempo – ou pelo menos em períodos de tempo subsequenciais –, vivenciando processos cognitivos e sógnicos em interatividade e colaboração, criando ambiências de inteligência coletiva (LÉVY, 1999).

No contexto do avanço da cibercultura e das tecnologias digitais, os processos midiáticos se intensificam repercutindo-se nas práticas, interações e significações dos sujeitos sociais. As redes, ao mesmo tempo que proporcionam espaço para a construção de saberes de indivíduos em interface uns com os outros, servem de arena para disputas de construção de sentido e de poder. Hjarvard (2015) desenvolve a discussão sobre a midiatização articulada a uma perspectiva institucional, acenando para a ampliação do alcance e do papel social dos meios de comunicação via avanços tecnológicos, em que se configura uma forma peculiar de operar das mídias, constituída em suas próprias conformações. Destarte, essa configuração denota uma interdependência entre instituições mediadas por processos sógnicos constituídos pelas mídias enquanto instituição semi-independente, que assume dimensões específicas e passa a influenciar os modos de funcionamento e orientações de outras estruturas institucionais. O autor exemplifica tal conceptualização citando tanto a influência que a mídia exerce sobre estratégias de mercado de multinacionais quanto nos núcleos sociais mais intimistas, tal como a família. A interação entre mídia, cultura e sociedade – processo dialético e multidimensional – se estabelece mediante o intercâmbio e sobreposição de lógicas, de modo que o contexto midiático é entendido enquanto uma “ferramenta social” da “representação de informação, ação comunicativa e construção de relacionamentos” (HJARVARD, 2014, p. 26).

Analisando esse panorama da midiática apontado por Hjarvard (2015) e o contexto da educação formal, os percursos midiáticos no contexto escolar denotam presença inegável, porém, aparentemente, vivenciados em diversificados níveis e focos, como que separados por camadas de enquadre distintas. Em um olhar analítico intrainstitucional, o processo de midiática se dá em nível macro, de gestão. Podemos identificá-lo em alguns elementos, tais como o processo de informatização das estruturas burocrático-administrativas, com criação de redes de lançamento de dados para controle e acompanhamento (alguns, com fins avaliativos) de informações por órgãos externos – Secretarias de Educação, órgão regulatórios, redes e sistemas de ensino etc.; estratégias de projeção externa mediante ferramentas de marketing, como matérias publicadas em jornais e nas redes sociais, entre outros. Mas podemos ver também os percursos midiáticos (que enfocaremos aqui) que “vêm” de baixo para cima, do mais micro para o mais macro, que são aqueles vividos pelos sujeitos escolares – aqui, focando os estudantes. Nas suas dinâmicas pessoais, os indivíduos trazem para o espaço educativo modos de se relacionar com as mídias que criam representações e se repercutem nos processos de ensino-aprendizagem, nas interações ocorridas no contexto escolar. Essa dimensão se dá trazendo para a escola os fazeres cotidianos, a midiática por outro ângulo, bem diferente do citado anteriormente, em outros moldes, outros padrões que impõem a necessidade de ressignificação dos tempos-espacos. Nesse contexto, a escola midiática segue seu curso e seus modos de planejamento dentro de paradigmas, organização e atitudes que parecem andar em paralelo a todo esse processo que se dá no cotidiano dos indivíduos.

Nesse sentido, a pesquisa busca ver, ouvir, e sentir as experiências dos estudantes para buscar as representações que constroem e quais são seus diálogos – ou não – com o espaço escolar. De que modo as crianças e jovens vivenciam os processos educativos formais e informais e que diálogos podem se fazer no contexto de suas práxis? Busca investigar como as redes de significação que permeiam os usos e conceitos relacionados à tecnologia digital circulam nas interações entre os

sujeitos escolares e se repercutem nos processos de ensino/aprendizagem desenvolvidos na escola. Esse percurso de investigação também se sucede a partir da observação e análise dos processos interativo-reflexivos dos participantes da pesquisa, compreendendo seus contextos de imersão enquanto sujeitos sociais, a saber, os contextos educacional, cultural, emocional, simbólico, social e de aquisição de conhecimentos digitais. Dentro desses meandros, busca também lançar luz sobre táticas e artes de fazer (CERTEAU, 1998) dos próprios estudantes para lidar com as questões do cotidiano escolar e essa relação tensionada entre o tradicional e o digital. Busca-se vislumbrar elementos que apontem para possibilidades de modificação das práticas educacionais a partir do posicionamento crítico-reflexivo do aluno frente ao contexto escolar e ao uso das tecnologias digitais, visando o combate ao fracasso, evasão escolar e consequente exclusão socioeducacional. Nesse sentido, cabe potencializarmos o olhar sobre as perspectivas que se fazem em torno do processo de reflexividade do aluno e seu papel como agente prospectivo de mudança do ambiente educacional em interface com o uso das tecnologias digitais e a lógica dos saberes em rede.

O processo investigativo é guiado pelos princípios epistemológicos e metodológicos da etnografia (GEERTZ, 1989; MATTOS, 2001, 2006, 2009; ERICKSON, 2001, 2004; ANDRÉ, 1995), que se articula em interação com contribuições teórico-empírico-metodológicas da Teoria das Representações Sociais (TRS) (MOSCOVICI, 1978, 1994, 2003; JODELET, 2005; SÁ, 1996; ABRIC, 2000). No contexto da etnografia, a pesquisa se desenvolve, em especial, com a imersão do pesquisador no campo, realizando a observação participante e a descrição densa dos eventos ocorridos (GEERTZ, 1989). Esse processo de aproximação e interação com o campo se deu também mediante entrevista tipo grupo focal, no sentido de aprofundar o conhecimento sobre alguns elementos levantados nos eventos observados. Como parte da abordagem metodológica ligada à TRS, foi aplicado um questionário de evocação livre, onde os estudantes evocavam cinco palavras que se relacionavam com dois termos indutores: tecnologias e escola. A intencionalidade das duas

perguntas foi observar de que forma as representações desses dois campos de significado se configuravam, a fim de enriquecer a análise da relação entre eles.

As análises foram se guiando durante todo o processo de pesquisa, mediante as hipóteses progressivas (HAMMERSLEY; ATKINSON, 1983), estando em fase de culminância para a produção dos resultados finais e na conclusão do percurso analítico do trabalho desenvolvido durante três anos de pesquisa.

Os vislumbres para as próximas etapas do caminho a ser percorrido dar-se-ão ainda em contato com a educação básica. Imersos na realidade do marco que se configura no campo da sociedade e da educação, a partir do estado de pandemia da Covid-19, novos contextos serão pesquisados – a escola será a mesma antes e depois da pandemia? Que representações se incutiram a partir da suspensão das atividades presenciais e da imersão no mundo digital, via plataformas? Quais são as dimensões da inclusão e exclusão a partir desses processos de modificação das experiências formativas?

Questões a se construir e se encaminhar...

Enfoque contextual da pesquisa

A pesquisa, que se intitula: “Representações sociais, tecnologias digitais e o contemporâneo: investigando a escola”, se desenvolveu, no seu contexto de concepção e imersão inicial, a partir dos conceitos, análises e elementos fincados na área de estudo da educação em diálogo com as tecnologias digitais, com questionamentos voltados para os processos educativos imbricados por vieses da Psicologia Social, da Sociologia e Antropologia, mediante os estudos de Freire (2014 [1968]¹, 2008 [1967]¹), Saviani (2012), Frigotto (2006), Santos (2005), Pretto e Pinto (2006), Pretto e Assis (2008), Moscovici (1978), Jodelet (2001), Jovchelovitch (2008), Abric (2001), Goffman (2006, 2009), Berger e Luckmann (1983, 2004), Geertz (1989) e Mattos (2001).

No decorrer do percurso, ocorreram processos que foram matizando com outras densidades as perspectivas de visão e análise.

A integração ao Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano enquanto docente – o que se deu em 2018 – abriu

caminhos de dialogicidade com o campo de estudos da área da Comunicação, com ênfase nas relações entre mídia e cotidiano. O processo reflexivo da pesquisa acerca dos conceitos e da observação dos fenômenos foi sendo refinado e amadurecido, potencializando o olhar crítico e perceptivo para as significações que ampliaram o escopo analítico das questões da pesquisa assim como seus próprios fundamentos¹.

Na dimensão do olhar para o objeto de estudo – as representações dos estudantes sobre as tecnologias digitais e suas repercussões no ambiente educativo – foi se desvelando que os significados tecidos pelos participantes da pesquisa no campo se repercutem em ações e comportamentos que o transcendem, apontando elementos que configuram notadamente um percurso de mediação do cotidiano no contexto escolar. As observações foram apontando para elementos que nos faziam compreender que a dimensão do processo de mediação transpassava os discursos, as falas, as interações e as significações dos alunos e suas relações entre eles, com os professores e a escola. Algumas palavras utilizadas, exemplificações – e quase que personalizações – aplicadas às interações, os modos de usar e compreender o mundo passavam por uma perspectiva de inserção direta das vivências nos espaços virtuais e midiáticos nas ações cotidianas.

O processo de entrelaçamento e aprofundamento da relação entre os campos da Educação e da Comunicação abriu um leque de possibilidades e reflexões epistemológicas que alçaram o objeto de estudo e, principalmente sua análise, para um escopo mais sólido e articulado na tessitura de elementos teórico-epistemológicos.

¹ Esse processo de amadurecimento culminou na mudança do nome do grupo de pesquisa coordenado pela autora do texto. Em 2021, o antes denominado “Núcleo de Estudos Contemporâneos em Educação, Etnografia e Representações Sociais”, passa a se intitular: “Núcleo de Estudos em Comunicação e Educação, Etnografia e Representações Sociais”, denotando ainda mais sua especificidade (NECEERS/UFF/CNPq). O grupo é composto por professores da educação básica e do ensino superior, estudantes de graduação de cursos de licenciatura e bacharelado da UFF (Pedagogia, História, Ciências Sociais, Estudos de Mídia, Psicologia) e estudantes de pós-graduação (Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano).

Imersões teórico-epistemológicas e tessituras metodológicas

No processo investigativo, faz-se necessário lançar luz sobre os nossos estudos de modo que fiquem claros os preceitos dos quais partimos e o enquadre que fazemos para olhar e investigar a realidade.

Paulo Freire (2014 [1968]) fundamenta nosso olhar no que tange à crítica à educação tradicional e bancária, que denota o estudante como um recipiente a depositar conteúdos, como agente passivo e acrítico no processo de conhecimento e, ainda, na verticalização e distanciamento na relação professor-aluno. Freire postula sobre a intencionalidade do ato educativo, identificando-o como ato político, de modo que uma proposta educativa que se pautar em um processo antidialógico e coercitivo implica em um cerceamento à conscientização de indivíduos sobre a realidade social e sobre as suas possibilidades enquanto agentes de transformação na luta contra as desigualdades e sistemas de opressão. Diante disso, Freire defende que a educação tem um papel importante no processo de autonomia e emancipação do indivíduo, pois em contrário, poderá servir para a manutenção das injustiças estruturais da sociedade (FREIRE, 2008 [1967]). Aponta a educação como campo de atuação para a construção da liberdade e potencialização do ser mais, via problematização dos processos cotidianos e contextuais de vida dos sujeitos escolares, enquanto elemento fundamental para o diálogo necessário entre a escola e a realidade daqueles que ocupam seu espaço. A interface entre o estímulo à curiosidade, à pesquisa, à motivação para o aprender, respeito e o processo de autonomia do sujeito nos caminhos da descoberta e da leitura de mundo apresentam elementos essenciais para sua constituição enquanto ser social crítico e participativo. Os fatos cotidianos trazidos para a escola e para a sala de aula trazem traços da dimensão de inserção social dos estudantes e podem promover a compreensão e a criticidade sobre o contexto social de imersão e as nuances dos processos sociais e pedagógicos, entendendo-se a necessária e estreita relação entre cultura, educação e sociedade. Nesse aspecto, Freire (2014 [1968]) aponta que uma educação transformadora e

libertadora precisa, necessariamente, partir de uma perspectiva de dialogicidade, horizontalidade, colaboração e amorosidade. Esses princípios do fazer educativo promovem, segundo Freire, a construção de uma sociedade mais justa e igualitária, em que os indivíduos têm consciência dos seus direitos e deveres, porém, mais que tudo, estão potencializados como voz de luta e indignação contra as injustiças sociais.

Essas bases são muito caras à nossa pesquisa, que visa à perspectiva socioeducacional em uma dimensão crítica e dialética.

Lévy (1999) se constitui como outro referencial importante para compreendermos a base do que propõe enquanto cibercultura, visto que o autor, já no final da década de 1990, nos desperta para o fato de que a expansão das redes de Internet incute aos sujeitos sociais novas formas de interação intersubjetiva, de acesso e produção de conhecimento, refletindo-se nos processos sociais, nas ações, nas falas, nos modos de consumo, nas relações de trabalho e nas configurações do cotidiano. Nesse sentido, o conceito de cibercultura incute aos nossos estudos a percepção de que os sujeitos constroem seus fazeres diários atravessados por um novo paradigma, a partir do qual delineiam suas atitudes e perfazem cenários contrastantes, que vão das inúmeras possibilidades de autonomia e criatividade à invisibilidade de sistemas algorítmicos de controle, captação e emissão de dados.

Na perspectiva de pensar o cotidiano, Certeau (1998) o coloca enquanto campo de criação de sentido em disputa, no qual as estratégias das classes dominantes buscam incutir certos valores e padrões para a manutenção do *status quo*, enquanto que as classes dominadas desenvolvem táticas de resistência, com apropriações específicas dos artefatos culturais e midiáticos, produzindo seus próprios significados e contextualizações. Esse processo ocorre de modo que as maneiras e artes de fazer vão se configurando na (e a) sociedade e no (e o) cotidiano, em um tensionamento dinâmico entre padronizações e *que fazeres* (FREIRE; NOGUEIRA, 2007), entre emissão e apropriação de enunciados.

Essas questões provocam o nosso olhar investigativo para enxergar o cotidiano e suas demarcações nas dinâmicas que envolvem a educação formal institucionalizada, tornando percep-

tíveis táticas e estratégias que configuram esse espaço, ou seja, como esses sujeitos lidam com processos de reação e auto-organização frente a estratégias de dominação, aligeiramento e “engessamento” da vida cotidiana.

No sentido de pensarmos as táticas dos sujeitos escolares no processo de invenção do cotidiano, entendemos que a mediação dos símbolos que constitui a organização social passa por percursos de mediação que Thompson (1998, 2018) define como interação mediada, quase interação mediada e interação mediada *online*, partindo das premissas de Goffman (2009) sobre a interação face a face. Thompson (2018) discursa sobre a mudança nos processos de interação a partir de novos avanços tecnológicos e expansão das formas e meios de comunicação. Estes foram imprimindo mudanças constitutivas e fundamentais na sociedade, configurando-se na relação do homem com os meios, porém, mais que isso: nas ações e relações entre os seres humanos mediados. Nesse sentido, o autor trabalha a mídia sob uma perspectiva sociológica, desenvolvendo e despertando-nos à análise sobre nossos modos de intervenção no mundo a partir de noções como as diferenciações das relações espaço-tempo, do caráter dialógico, de direcionalidade do processo comunicacional e da emissão de sinais e esquemas simbólicos de interação verbal e não verbal. Nesse sentido, esses processos vão sendo incutidos nas realidades, comportamentos e significações dos atores sociais. As ações delineiam-se em um design interativo permeado por mediações e construções simbólicas. As potencialidades e limitações da dinâmica interacional dos indivíduos com os meios e entre si perfazem atitudes, comportamentos, intencionalidades e simbologias.

Os processos interacionais, em seus mais variados níveis e condições de acontecimento, também percorrem um caminho de problematização entre a autonomia e a heteronomia; a passividade na recepção de mensagens/conteúdos e na reflexividade sobre elas; no processo de emancipação ou tutela dos mecanismos midiáticos sobre os sujeitos sociais. Kellner (2001) aponta para a necessidade de estudo crítico cultural multiperspectívico das mídias e produtos midiáticos a fim de que se caminhe em direção a um movimento insurgente voltado para a conscienci-

zação das classes oprimidas sobre sua condição social, a fim de que haja o entendimento amplo da estrutura da sociedade e das condições que trabalham para a manutenção do seu *status quo*.

Caminhando nessa direção, a pesquisa se desenvolve com base na perspectiva crítica, buscando elucidar e desvelar os trajetos que se constroem nos cotidianos escolares que possam apontar para desdobramentos de emancipação e autonomia.

Ainda tecendo sobre as imersões teórico-epistemológicas da pesquisa, Martín-Barbero (1997), através de uma discussão sobre os meios de comunicação de massa, traz contribuições importantes ao apontar que “[...] o longo processo de enculturação das classes populares no capitalismo sofre desde meados do século XIX uma ruptura mediante a qual obtém sua continuidade: o deslocamento da legitimidade burguesa ‘de cima para dentro’, isto é, a passagem dos dispositivos de submissão aos de consenso” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 179). O autor destaca o surgimento e a construção de uma cultura de massa enquanto mecanismo de dominação, que busca demarcar a negação e o acobertamento das diferenças sociais. Nos seus estudos, afirma a relevância da mediação enquanto construção de sentido, olhando para os modos de relação das pessoas com os meios, muito mais do que a perspectiva do meio em si e ressalta que esse processo se constitui dialeticamente, podendo atuar, via apropriação, no sentido de manutenção de certa hegemonia ou assunção de movimentos contra-hegemônicos (MARTÍN-BARBERO; BARCELLOS, 2000). Nesse sentido, a pesquisa acerca das representações sociais dos estudantes sobre as tecnologias busca investigar sobre os processos de mediação, criação de sentido, que levam os sujeitos a ações, a modos de apropriação que configuram seus modos de se relacionar consigo mesmos e com o mundo, seus processos de construção de conhecimento e produção de saberes.

Quanto ao processo de realização e desenvolvimento da prática de pesquisa, entendemos que o estudo sobre a escola, os processos comunicacionais que envolvem a construção das representações e, portanto, de sentidos, não se constitui em um ambiente em que “isolamos” os sujeitos (os estudantes) e as variáveis, como um laboratório. Os participantes não são “seres em observação” em um recorte espaço-temporal predelimi-

tado e controlado, mas seres em relação, conectados em rede e a teias de significados que se estabelecem de fora para dentro e de dentro para fora – em movimento dialético no processo intra e extramuros da instituição escolar. O comportamento verbal, não verbal, a relação com os meios e com os outros configuram os espectros do que buscamos compreender, analisando as realidades que se constroem em cada espaço interacional, observando-se aspectos que se reverberam nas interações face a face, mediadas pelas significações construídas nos processos de interação mediada, quase interação mediada e mediada *online* (THOMPSON, 2018).

O trajeto investigativo tem se desenvolvido a partir da abordagem etnográfica de pesquisa, que imerge no campo, buscando conviver com os sujeitos e com a realidade pesquisada mediante observação e escuta atenta e ativa, significando os dados a partir da visão dos próprios participantes, contextualizando as análises com a realidade em que estão inseridos e que se apresentam a nós através de suas vozes, ações e interações (MATTOS, 2001; ERICKSON, 2001, 2004). Mediante registro sistemático das situações e eventos observados, realizamos a descrição densa (GEERTZ, 1989), compondo diário de notas, em um processo minucioso de registro das situações ocorridas, dos sujeitos envolvidos, dos espaços observados. Instrumentos auxiliares compõem o processo de registro, tal como gravações em áudio e vídeo (com autorização prévia dos participantes, respeitando-se as normas de ética em pesquisa).

Um princípio fundamental que dá enfoque à pesquisa é a perspectiva *bottom-up*, que consiste em uma inversão piramidal do olhar para as questões educacionais e comunicacionais, partindo-se da base (o aluno) para o topo (gestores educacionais) (MATTOS, 2001; MATTOS; ALVES, 2017; ALVES; RANGEL, 2019). A partir dessa concepção, a pesquisa prioriza a voz dos(as) estudantes em suas significações sobre a escola, o papel do uso das tecnologias digitais na contemporaneidade e suas repercussões nos processos de interação cotidianas e nas práticas educativas, mediante a proposição de análises crítico-reflexivas sobre o uso de ferramentas digitais interativas, seja no ambiente escolar ou no seu dia a dia.

Nessa mesma direção, a Teoria das Representações Sociais (TRS) também se configura como referencial teórico-metodológico da pesquisa, direcionando nosso olhar e nosso percurso para o entendimento de como as representações se constroem, ao mesmo tempo em que constroem o cotidiano, apresentando suporte importante para o levantamento de dados e sua análise. A partir da compreensão voltada para os estudos acerca do núcleo central das representações sociais (SÁ, 1996; ABRIC, 2000), estudamos e elencamos elementos que apontam para aspectos estruturais que são analisados em diálogo com as percepções e registros do cotidiano, permitindo um enriquecimento da análise (o acesso à estrutura da representação é captada, na pesquisa, pela utilização de Questionários de Evocação Livre). A realização de diálogos com os sujeitos da pesquisa através de grupo focal também consiste em um recurso que busca captar, das falas em interação, o processo de construção de significados e representações do grupo, via processo reflexivo coletivo, onde são problematizados elementos relativos ao objeto de estudo, esquematizando-se enunciados.

O processo analítico da pesquisa é realizado mediante a triangulação de dados, da tematização e categorização na perspectiva da análise de conteúdo (BARDIN, 2009 [1977]) mediada pelas dimensões das representações sociais, a atitude, a informação e o campo de representação (MOSCOVICI, 1978, 1994, 2003), que reflete de modo sistemático e relacional a rede de significados que é tecida na realidade vivenciada no contexto de investigação.

Entendemos o processo de pesquisa enquanto realidade vivenciada, denotando o caráter de envolvimento e imersão do pesquisador, que realiza interpretações em diálogo com o outro. Ele vivencia o campo e não apenas o observa. Esse processo de interação acontece em constante mediação e construção de sentidos e realidades, em uma dinâmica interacional (BERGER; LUCKCMAN, 2004). O pesquisador, inserido no campo, estabelece seus procedimentos metodológicos, seus protocolos de ética, os distanciamentos e aproximações inerentes e necessárias à investigação, o olhar observador e reflexivo, mas também é significado pelo campo, que o situa, o qualifica e o designa como componente integrante daquele espaço-tempo vivido dentro dos

papéis que desempenha. No mesmo movimento, o participante da pesquisa se encontra no constante movimento de tornar o estranho familiar e o familiar estranho, produzindo investimento sógnico da presença do pesquisador no campo.

De todo modo, esse percurso enriquece e matiza o processo investigativo, que se faz no, pelo e com o humano.

Recortes e dimensões espaço-temporais da pesquisa

A pesquisa está sendo desenvolvida desde meados de 2017, em uma escola da rede pública municipal de Niterói. Os participantes primários são estudantes do segundo segmento (terceiro e quarto ciclos) do Ensino Fundamental. Temos, como participantes secundários e importantes colaboradores, o corpo docente, a equipe de gestão pedagógica, demais funcionários e pais dos alunos.

Durante o período de desenvolvimento da pesquisa, acompanhamos, em 2017, duas turmas das Classes de Aceleração – 3A e 4A (composta por alunos multirrepetentes, com defasagem idade-série). Realizamos a observação participante em sala de aula e nos demais espaços da escola, a aplicação de Questionário de Evocação Livre e o grupo focal. Nossa imersão ocorreu semanalmente, durante todo o turno da manhã, nas aulas das disciplinas de Língua Portuguesa, Matemática, Espanhol e Artes (em que se desenvolvia um projeto de robótica). Já no segundo ano (2018), passamos a acompanhar especificamente as aulas de Artes e, de modo mais direto, o projeto de robótica desenvolvido pela instituição. Atuamos, na ocasião, de modo mais interativo no processo de observação no contexto das atividades que os estudantes realizavam com a mediação dos professores envolvidos nesse projeto, o que nos proporcionou outras perspectivas, novos ângulos de visão a partir dessa imersão. Em 2019, a pesquisa foi realizada com uma turma de 9º ano, uma turma de aceleração do 3º ciclo e uma turma de 6º ano. Já em 2020, o campo de pesquisa foi majoritariamente virtual. A excepcionalidade desse ano permitiu que fizéssemos incursões no espaço físico da escola somente no mês de fevereiro e na primeira semana de março, devido à pandemia

do novo coronavírus, que levou à necessidade de suspensão das atividades presenciais. Desse modo, ao longo de 2020, participamos e realizamos reuniões *online* em interação com a equipe pedagógica da escola e fizemos incursões nas plataformas utilizadas para o ensino remoto, acompanhando de modo investigativo os processos de adaptação e construção de novos caminhos da instituição e dos estudantes frente aos desafios colocados.

Significações e mediações – Percursos da investigação – Olhares analíticos

A pesquisa foi configurando sentidos a partir dos fenômenos observados e interações vivenciadas na dinâmica das hipóteses progressivas (HAMMERSLEY; ATKINSON, 1983), nas quais os elementos de compreensão e análise acerca da construção das representações sociais eram formulados e analisados ao longo do trabalho no campo e nas discussões e reflexões em diálogo com o aporte teórico-epistemológico.

No tocante à categorização dos dados, a produção da análise nos mostrou que as representações das tecnologias pelos estudantes relacionadas à autonomia e engajamento se configuraram mediante eventos recorrentes no campo. Dentre eles, destaca-se que, nas aulas que desenvolviam o projeto de robótica, nas quais a interface com aparatos tecnológicos era mais frequente enquanto ação educativa intencional (uso de *laptops* para pesquisa na Internet, para acompanhamento de tutoriais de montagem das peças, acesso a *softwares* livres de programação, Scratch etc.) a participação e envolvimento dos estudantes era mais ativa quando eles tinham o protagonismo no contexto ligado à proposta. A possibilidade de criação e autoria conduziam a um processo de engajamento que lança luz às análises sobre as relações estabelecidas pelos sujeitos com os meios – com os recursos tecnológicos – e os processos de mediação e significação nelas imbricados (MARTÍN-BARBERO, BARCELOS, 2000).

Para além de possibilidades de intencionalidade educativa ligada ao aparato tecnológico, observou-se que boa parte dos alunos estão sempre “munidos” de dispositivos móveis e seus acessórios (como os fones de ouvido, por exemplo) nos espaços

escolares. Das interações, emerge uma configuração categorial relacionada à identidade e pertencimento que aponta para a compreensão de que, mais do que o uso dos aparelhos (das mídias) em si, os alunos configuram, através dele, símbolos de *status* e pertença ao seu grupo social de identificação. Esse evento nos mostrou que a presença e a função das mídias extrapolam sua finalidade inicial, o que se mostra interessante para compreendermos de que maneira devemos trabalhar essas questões nos debates e entendimentos sobre os sujeitos, sua inserção e interação com os contextos educativos.

No grupo focal realizado com os alunos, foram citados como elementos mais atraentes e mais frequentes no uso das tecnologias no cotidiano os jogos/*games*, séries e aplicativos relacionados a redes sociais. Os estudantes afirmaram que o acesso a esses produtos midiáticos se dava mais constantemente devido ao fato de “ser divertido” e de possibilitar acesso a grupos de amizade e identificação social. Tal contextualização reflete, nas representações desses estudantes, que a utilização das tecnologias/redes no seu cotidiano se volta primordialmente para a mobilização de afetos e desejos, no aspecto do sensível (SODRÉ, 2006), o que normalmente enunciamos como “entretenimento”, em uma lógica ligada ao mercado midiático, imprimindo uma valoração exteriorizada ao sujeito, conectada à concepção de alienação e a processos de captura aligeirados da reflexão. Esse entendimento se repercute em práticas sociais que se distanciam da problematização e análise crítica dessa representação a partir do olhar das crianças e jovens (e quiçá, adultos e idosos), de modo a embotar a percepção sobre a efetiva imbricação e construção simbólica da relação entre os sujeitos e os meios, seus modos de apropriação e as implicações destas nos processos de socialização e mediação. Tal distanciamento cria um vão entre as significações e as práticas sociais que repercutem nas relações entre os sujeitos e as lógicas que envolvem e fundamentam as instituições tradicionais – referimo-nos aqui, especialmente, à escola – que se perfazem por paradigmas ligados a controle, disciplinarização e uniformização, dicotomizando aprendizagem e afeto, desempenho e desejo, resultado e processo.

Outras questões de análise despontam em articulação à observação de processos interativos vivenciados em aulas mediadas por artefatos audiovisuais através de obras cinematográficas (entre filmes e documentários). Da interação dos estudantes com os conteúdos, personagens, cenários e contextos – o que destacamos especificamente de um dos eventos observados² –, reações e falas durante e após a exibição de um filme que abordava a temática da escravidão de afrodescendentes indicaram aspectos importantes para a análise das mediações e da construção das representações pelos estudantes a partir da atividade proposta pela professora da turma. Durante a exibição, em uma cena em que o personagem principal, um homem negro, escravo, é agredido pelo dono da fazenda – um homem branco – onde era mantido cativo, um aluno exclamou: “– Tinha que ser preto! Se fosse branco já teria ido embora”. Esse estudante, de pele negra, morador da comunidade onde se localiza a escola, emite uma expressão que delineia significados que nos remetem à reprodução de uma representação enraizada em um processo de naturalização do preconceito racial exteriorizado, em uma expropriação da reflexividade do sujeito acerca de sua identificação racial. Os debates decorridos e orientados pela docente após a exibição da obra suscitaram diálogos que abordaram o compartilhar de concepções acerca das situações retratadas na película. As falas traziam à tona problematizações da relação entre questões étnico-raciais e à desigualdade, preconceito e discriminação. A proposta possibilitou, diante dos tensionamentos colocados, processos reflexivos e introspectivos a partir da interação, viabilizando o reconhecimento de traços e problemas estruturais dos quais os estudantes foram se apercebendo a partir dos entrelaçamentos que faziam com algumas de suas vivências cotidianas em seus processos de inserção social.

² Nesse caso de análise específica, nos referimos à exibição do filme **Doze anos de escravidão**, em sala de aula, pela professora da turma que estava sendo observada.

Dados da ficha técnica da obra: diretor, Steve McQueen; roteiro, John Ridley; ano de produção, 2013; duração, 134 minutos; país, Estados Unidos da América; gênero, drama histórico.

Diante dos contextos, relatos e análises apresentadas, caminhamos no sentido de compreender mais profundamente como essas dinâmicas e eventos no campo se repercutem nos processos de significação, seus entrelaçamentos e/ou rupturas entre as representações que permeiam a escola, os processos de mediação na interação com os aparatos digitais, os produtos midiáticos e os alunos, traçando um percurso de conclusão das análises do recorte da pesquisa no período que compreendeu de 2017 a 2019.

No momento atual, a pesquisa sobre as representações dos alunos acerca das tecnologias e da escola vão se encaminhando para outros contornos, delineados pelas configurações atuais da suspensão das atividades presenciais na escola durante 2020 e, ainda, em 2021 em virtude da pandemia do novo coronavírus. Diante da necessidade da implementação do ensino remoto emergencial, a incorporação das mídias e tecnologias nos processos educacionais deixou de ser somente uma possibilidade para se tornar inevitável. No entanto, fatos como a grande precarização das condições sociais de acessibilidade aos aparatos tecnológicos e à própria rede de Internet, dificuldades relacionadas à questão de letramento digital por parte de alunos e professores, assim como lacunas na formação docente para as novas tecnologias, deflagram a importância da compreensão sobre os processos representacionais diante das condições atuais que se apresentam a partir das mediações e processos de significação impostos pela realização das atividades educativas *online*, híbridas ou não presenciais.

Em um processo de pesquisa em que se delineia, junto ao campo, a trajetória e o percurso de investigação, análise e produção de resultados, intentamos apontar, a partir da realidade observada, ao aprimoramento de políticas públicas a partir da compreensão dos significados que permeiam as táticas dos sujeitos escolares na reinvenção do cotidiano, visando uma democracia radical na reconstrução de caminhos pela via da educação na interface com os estudos do campo da comunicação (KELLNER; SHARE, 2008).

Considerações finais

Nas tessituras do percurso investigativo e analítico, a transversalidade das mídias se faz presente nas táticas utilizadas pelos estudantes no cotidiano da escola. A relação dos jovens com os instrumentos tecnológicos denota uma configuração que vai para além de uma concepção pragmatista e imediatista, apontando representações que dialogam com suas apropriações, narrativas, ações, afetos e desejos. Nesse contexto, os processos comunicacionais vão se destrinchando nas interações e se perfazendo em um espectro mais amplo que remete a processos de midiaticização, em suas múltiplas linguagens e facetas.

Diante disso, entendemos que os processos midiáticos vivenciados no cotidiano da escola, enquanto proposta pedagógica intencional e direcionada, não se configuram como inovação – assim como não são motivadores do processo de aprendizagem – por si só. Eles dependem do processo de significação, mediação, da ação humana implicada, criativa, protagonista e autônoma.

A aproximação entre os modos de produzir saber e conhecimento na cibercultura e os processos de ensino/aprendizagem desenvolvidos nas escolas, pode ser potencializadora de construção de táticas de superação de desigualdades e exercício de cidadania participativa e emancipatória, mediante ação reflexiva e crítica acerca das estruturas que envolvem as práticas sociais e educacionais, assim como os processos de midiaticização e aculturação vivenciada pelos indivíduos no contexto de uma sociedade conectada.

Nesse sentido, entendemos que é importante vivificar os percursos midiáticos via construção de autonomia, interatividade, primando pela contribuição de um processo educativo que fomente espaços de conscientização, ação democrática e coletiva para que, dessa forma, possam se extrapolar e reconfigurar os limites do ambiente educativo.

Acreditamos que a transformação social pode ocorrer a partir de um processo de reflexividade dos atores sociais, no sentido de se entenderem enquanto sujeitos de direito, autores de suas próprias trajetórias, dimensionadas num contexto de ações em rede, localizadas em um tempo histórico e social

que se perfaz a partir de suas próprias ações em interface com os demais.

No sentido de encontrar mais elementos que promovam mais a pergunta do que a resposta pronta, a pesquisa segue na busca pelo entendimento das significações que podem contribuir com elementos basais para a criação de políticas públicas que potencializem processos de formação coletiva e colaborativa, indicando caminhos de grandes avanços no contexto social e educacional, no sentido de construir uma educação libertadora (FREIRE, 2014, 2008). Para construir esse caminho, é preciso ouvir, conhecer, olhar as demandas e compreender os sentidos construídos pelos sujeitos sociais a partir de seus próprios pontos de vista, a fim de compreender a rede de representações que impactam as formas de comportamento dos alunos na sala de aula, nos espaços da escola e que vão configurando seu ser/estar no mundo atual.

A criação de novas perspectivas em diálogo com os próprios atores do contexto socioeducacional pode servir como mola propulsora para a construção de uma cidadania pautada efetivamente nos princípios da democracia, da luta pela igualdade e da emancipação.

Nesse sentido, as representações que circundam os percursos midiáticos no contexto escolar denunciam que os processos de apropriação das tecnologias e mídias digitais apresentam limiares peculiares de visão de mundo e de processos contemporâneos de interação com as informações, os saberes e o conhecimento das novas gerações. Essa constatação implica na necessidade de mudanças das práticas sociais e institucionais no sentido de promover formas de ação cognitiva, colaborativa e intencional na construção de conhecimento crítico e reflexivo do uso das mídias e novas tecnologias em diálogo ativo com os saberes escolares e de vida, valorizando os acúmulos e as novas configurações que se apresentam no fazer histórico que segue em pleno andamento.

Referências

- ABRIC, Jean-Claude. **Pratiques Sociales et Représentations**. Paris: P.U.F., 1994.
- ABRIC, Jean-Claude. A abordagem estrutural das representações sociais. *In*: MOREIRA, Antonia Silva Paredes; OLIVEIRA, Denize Cristina de. (org.) **Estudos interdisciplinares de representação social**. Goiânia: ABEditora, 2000, p. 27-39.
- ANDRÉ, Marli Eliza Dalmazo Afonso de. **Etnografia da prática escolar**. Campinas (SP): Papirus, 1995.
- ALVES, Walcéa Barreto; RANGEL, Mary. **A escola no espelho: as representações do aluno**. Niterói (RJ): EDUFF, 2019.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. 5. ed. Lisboa: Edições 70, LDA, 2009 [1977].
- BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade: Tratado de Sociologia do Conhecimento**. Tradução de Floriano de Souza Fernandes. 5. ed. Petrópolis (RJ): Vozes, 1983.
- BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **Modernidade, pluralismo e crise de sentidos: a orientação do homem moderno**. Petrópolis (RJ): Vozes, 2004.
- CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1998.
- ERICKSON, Frederick. Prefácio. *In*: COX, Maria Inês Pagliarini; ASSIS-PETERSON, Ana Antonia de (org.) **Cenas de sala de aula**. Campinas (SP): Mercado de Letras, 2001, p. 9-17.
- ERICKSON, Frederick. Descrição etnográfica. *In*: MATTOS, Carmen Lúcia Guimarães de. **Etnografia na Educação – Textos de Frederick Erickson**. Rio de Janeiro: 2004, p. 03-68. Disponível em: https://www.academia.edu/31246189/Etnografia_em_Educa%C3%A7%C3%A3o_Textos_de_Frederick_Erickson Acesso em: 25 abr. 2020.
- FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. 58. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2014 [1968].
- FREIRE, Paulo. **Educação como prática da liberdade**. 31. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2008 [1967].
- FREIRE, Paulo; NOGUEIRA, Adriano. **Que fazer: teoria e prática em educação popular**. 9. ed. Petrópolis (RJ): Vozes, 2007.
- FRIGOTTO, Gaudêncio. **A produtividade da escola improdutiva: um (re)exame das relações entre educação e estrutura econômico-social e capitalista**. 8. ed. São Paulo: Cortez, 2006.
- GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989.
- GOFFMAN, Erving. **Frame Analysis: Los Marcos de la Experiencia**.

Colección Monografias, n. 227. Montalbán, Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, 2006.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. 17. ed. Petrópolis (RJ): Vozes, 2009.

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

HJARVARD, Stig. Da mediação à midiatização: a institucionalização das novas mídias. **Parágrafo**, v. 3, n. 2, p. 51-62, 2015.

HAMMERSLEY, Martyn; ATKINSON, Paul. **Ethnography: Principles in Practice**. London: Tavistock, 1983.

JODELET, Denise. Representações sociais: um domínio em expansão. *In*: JODELET, Denise. (org.) **As representações sociais**. Rio de Janeiro: Editora UERJ, 2001.

JODELET, Denise. **Loucuras e representações sociais**. Petrópolis (RJ): Vozes, 2005.

JOVCHELOVITCH, Sandra. Representações sociais e a diversidade do saber. *In*: JOVCHELOVITCH, Sandra. (org.) **Os contextos do saber – representações, comunidade e cultura**. Petrópolis: Vozes, 2008.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru (SP): Ed. EDUSC, 2001.

KELLNER, Douglas; SHARE, Jeff. Educação para a leitura crítica da mídia, democracia radical e a reconstrução da educação. **Educação & Sociedade**, v. 29, n. 104, 2008, p. 687-715.

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

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

MARTÍN-BARBERO, Jesús.; BARCELLOS, Claudia. Comunicação e mediações culturais. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. v. XXIII, n. 1, jan./jun. 2000. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/2010/1788>. Acesso em: jul. 2021.

MATTOS, Carmen Lúcia Guimarães de. A abordagem etnográfica na investigação científica. **Revista Espaço (INES)**, n. 16, p. 42-59, jul.-dez. 2001.

MATTOS, Carmen Lúcia Guimarães de. Estudos Etnográficos da educação: uma revisão de tendências no Brasil. **Educação em Foco** (Juiz de Fora), v. 2, p. 39-57, 2006.

MATTOS, Carmen Lúcia Guimarães de. Etnografias na escola: duas décadas de pesquisa sobre o fracasso escolar no ensino fundamental. *In*: MATTOS, Carmen Lúcia Guimarães de; FONTOURA, Helena Amaral da (org.) **Etnografia e Educação: relatos de pesquisa**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2009.

MATTOS, Carmen Lúcia Guimarães de; ALVES, Walcéa Barreto. Coparticipação de alunos e alunas na pesquisa: compartilhar significados

sobre a escola. **E-mosaicos**, v. 6, p. 12-23, 2017. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/e-mosaicos/article/view/28562>
Acesso em: 10 jul. 2021.

MOSCOVICI, Serge. **A representação social da psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.

MOSCOVICI, Serge. Prefácio. *In*: GUARESCHI, Pedrinho; JOCHELOVICH, Sandra (org.) **Textos em representações sociais**. Petrópolis (RJ): Vozes, 1994.

MOSCOVICI, Serge. O fenômeno das representações sociais. *In*: DUVEEN, Gerard. (org.) **Representações sociais: investigações em psicologia social**. Petrópolis (RJ): Vozes, 2003, p. 29-109.

PRETTO, Nelson; PINTO, Cláudio da Costa. Tecnologias e novas educações. *In*: **Revista Brasileira de Educação**, v. 11, n. 31, jan./abr. 2006. [online]. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbedu/v11n31/a03v11n31.pdf>. Acesso em: jul. 2021.

PRETTO, Nelson de Luca; ASSIS, Alessandra. Ensaio: cultura digital e educação: redes já! *In*: PRETTO, Nelson de Luca; SILVEIRA, Sérgio Amadeu da (org.) **Além das redes de colaboração: Internet, diversidade cultural e tecnologias do poder**. [online]. Salvador: EDUFBA, 2008, p. 75-83. Disponível em: <http://books.scielo.org>. Acesso em: jul. 2021.

SÁ, Celso. **Núcleo Central das Representações Sociais**. Petrópolis (RJ): Editora Vozes, 1996.

SANTOS, Edméa. **Educação online: cibercultura e pesquisa formação na prática docente**. 2005. Tese (doutorado em Educação), Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, 2005.

SANTOS, Edméa. Pesquisando com a mobilidade ubíqua em redes sociais da Internet: um *case* com o Twitter. **Com Ciência** – Revista Eletrônica de Jornalismo Científico. 10 fev. 2012. Disponível em: http://comciencia.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-76542012000100011&lng=es&nrm=iso. Acesso em: jul. 2021.

SAVIANI, Dermeval. **Escola e democracia**. 42. ed. Campinas (SP): Autores Associados, 2012.

SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política**. Petrópolis (RJ): Vozes, 2006.

THOMPSON, John Brookshire. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 5. ed., Petrópolis (RJ): Vozes, 1998.

THOMPSON, John Brookshire. A interação mediada na era digital. **MATRIZES**. v. 12, n. 3, set./dez. 2018. p. 17-44. São Paulo.

LINHA 2:
POLÍTICAS, DISCURSOS E SOCIEDADE

O cotidiano como arena de luta pelas iniciativas de radiodifusão comunitária

Adilson Vaz Cabral Filho

Introdução

Este trabalho busca caracterizar o papel desempenhado pelo cotidiano em torno das iniciativas de radiodifusão comunitária, bem como nas pesquisas que buscam relacionar a Comunicação Comunitária com as Políticas de Comunicação em contextos periféricos. Parte de uma perspectiva histórica que leva em consideração a importância de emissoras de rádio e TV por parte de grupos populares e comunidades. Localiza, em seguida, a significação sobre o cotidiano e aspectos relacionados aos estudos sobre esse conceito, que conformam melhor compreensão sobre grupos e organizações que implementam iniciativas comunitárias de comunicação, em especial rádio e TV. E, por fim, aponta caminhos para futuras investigações e perspectivas de atuação em torno do cotidiano das iniciativas de radiodifusão comunitária e a formulação de políticas para o setor, que tomem a Comunicação democrática como direito humano fundamental.

Essa trajetória reflete a relação que vem sendo estabelecida pelo autor com as pesquisas e orientações no âmbito do PPGM-C-UFF, a partir da linha de Política, Discursos e Sociedade, por meio da coordenação do Centro de Pesquisas e Produção em Comunicação e Convergência (EMERGE)¹.

¹ Além da orientação em pesquisas de mestrado e doutorado, bem como projetos de iniciação científica, a centralidade dessa investigação vem sendo trabalhada em torno dos projetos: “A diversidade cultural nas produções audiovisuais comunitárias no Estado do Rio de Janeiro”, com o qual o autor foi contemplado com uma Bolsa de Produtividade de Pesquisa (PQ - CNPq, de 2021 a 2024); “Sustentabilidade das TVs Comunitárias no Estado do Rio de Janeiro”, no Edital APQ1 de Projetos de Pesquisa da FAPERJ em 2019 e, por fim, “Políticas públicas para o setor de radiodifusão comunitária no Brasil: possibilidades atuais e desafios futuros”, com o qual o autor obteve apoio da Comissão Fulbright para pesquisa na Cátedra de Estudos Brasileiros na Universidade de Texas, em Austin (EUA).

A apropriação social de Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) e a consequente implementação de iniciativas de produção e veiculação de conteúdos, bem como de emissoras de rádio e TV comunitárias, foram possibilitadas pelo barateamento de equipamentos e dispositivos que levaram a ações coletivas de grupos e organizações populares, contando eventualmente com assessorias de profissionais, pesquisadores e militantes da área (FESTA; LINS DA SILVA, 1986).

Ao longo dos anos 1980 e 1990, a mobilização em torno dessas iniciativas levou ativistas a criar associações de radiodifusores comunitários, atuantes pelo fortalecimento do setor e pela busca de políticas que lhes garantisse visibilidade, legitimação e sustento. Inicialmente reivindicando o reconhecimento legal de suas emissoras de rádio e TV, a busca por visibilidade, reconhecimento e sustentabilidade em torno dessas iniciativas passa a ser a motivação de produtoras(es), dirigentes e militantes do setor.

As regulamentações existentes no Brasil foram implementadas a partir dos anos 1990: a Lei de TV a Cabo, de 1995, que incorporou os canais comunitários, e a de radiodifusão comunitária, de 1998, que regula as rádios comunitárias. Trata-se de leis restritivas, que não caracterizam fundos públicos às iniciativas, bem como geram problemas políticos e econômicos de toda sorte.

As tecnologias digitais aparentemente as resolvem, mas trazem complicadores outros como a fragmentação e a pulverização de iniciativas em favor de propostas individualizadas, bem como lidam com a afirmação de um ambiente em que a garantia de visibilidade não só demanda conhecimento específico, que envolve necessariamente investimento adicional, como se determina por um processo decisório no âmbito de corporações controladoras de plataformas de mídias sociais, do qual não participam nem as iniciativas comunitárias de comunicação nem mesmo a sociedade.

Diante desse cenário, pela limitação política em estabelecer uma necessária regulamentação democrática, associada à facilidade de acesso pela democratização de acesso e de programação proporcionadas propositadamente pelas plataformas digitais controladas pelas corporações, não apenas a radiodifusão comunitária – na forma da apropriação do espaço eletromagnético,

como do incentivo à afirmação de rádios e TVs comunitárias de sinal aberto – como a própria mobilização pela defesa de um sistema democrático de meios vêm sendo preteridas em favor da atuação política em torno de processos democratizantes a partir dos meios possíveis, capazes de afirmar o direito humano à comunicação (GUARESCHI, 2013), que possam ser acionados a partir de regulamentações já existentes ou não demandem regulamentação específica para sua implementação.

A reorientação dessa luta está longe de se compreender por inocente ou alienada, mas consciente da capacidade de atuar por transformações possíveis que estão ao alcance, bem como afirmam demandas que mobilizam pessoas, grupos e organizações que buscam reconhecimento no cotidiano. Além disso, essas demandas não apontam apenas uma transformação para as pessoas diretamente envolvidas, mas para as comunidades nas quais atuam e a sociedade em geral, pela própria reconfiguração do sistema de comunicação tal como atualmente compreendido. Desse modo, afirmam também a compreensão de que o cotidiano não é algo a ser suspenso para que se permita uma visão mais bem esclarecida.

A restrição política, econômica e tecnológica leva os ativistas de rádios e TVs comunitárias a buscar novos fluxos de produção e veiculação de conteúdos, bem como políticas de sustentabilidade que viabilizem suas iniciativas. Os diversos entraves econômicos, político-regulatórios e socioculturais fazem compreender a Internet como possibilidade, mas ao mesmo tempo levam a uma retração do setor, pela ausência de familiaridade com suas dinâmicas. Ao mesmo tempo, a radiodifusão aberta ainda consiste num ambiente midiático ocupado por setores comerciais e religiosos, mas a ausência de reivindicação por parte de ativistas midiáticos e grupos, coletivos e movimentos sociais faz entender que o debate atual é mais pela necessidade de existência do que pelas possibilidades de resistência do setor.

Assim, surgem novas iniciativas que não exigem grandes recursos e investimentos, por um lado, como canais no YouTube ou eventos, enquanto a busca pela implementação de canais comunitários em operadoras de TV por assinatura – viabilizados pela Lei 12.485/2011 –, ou Canais da Cidadania – possibilitados pelo Decreto 5.820/2006 e pela Portaria 489/2012 –, são prete-

ridos em virtude da complexidade de sua realização, tornando tais políticas públicas como restritivamente implementadas.

Ao mesmo tempo, a sociedade em geral e os grupos organizados em particular buscam novos espaços para viabilizar suas iniciativas de comunicação: coletivos que atuam no espaço público, promovendo projeções em prédios e praças públicas, atuação em redes convergentes e articuladas fora ou dentro da Internet, agências de comunicação como prestadores de serviço são alguns dos caminhos que realizadores buscam para revitalizar suas iniciativas e se aproximarem das comunidades em que atuam.

O Estado, dessa forma, não se compreende como viabilizador dessas políticas públicas, na medida em que não visibiliza, não fomenta, não capacita nem oferece oportunidades de sustentação. Em virtude desse vazio regulatório, torna-se determinante compreender o universo das iniciativas comunitárias de rádio e TV que resistem nessas circunstâncias, bem como as que migram para o ambiente digital ou mesmo daquelas que desistem de suas atividades. Além disso, quais motivações levam seus realizadores a descontinuar tais projetos, na medida em que a radiodifusão ainda consiste num território demandado em iniciativas existentes?

Rádios e TVs na vida cotidiana de grupos populares e comunidades

Desde os anos 1970, rádios e TVs comunitárias se expandiram no Brasil e na América Latina em função do fácil acesso aos equipamentos. Mesmo com suas histórias de mobilizações no âmbito local e a busca pela implementação de políticas que viabilizassem suas iniciativas, estão atualmente enfrentando diversos fatores desmobilizadores para levar adiante suas iniciativas, a saber:

- a) Manutenção cara dos equipamentos: devido à ausência de fontes de fomento públicas ou privadas que comprometem a continuidade das iniciativas, é cada vez mais raro o envolvimento de mais interessados com conhecimentos ainda mais específicos na montagem de equipamentos de produção e transmissão, especialmente os mais novos.

- b) A sedução da *web*: movida pela liberação do polo de emissão e pela ausência de entraves legais para implementação de suas emissoras, muitas iniciativas de rádio e TV migram para a *web* ou já começam diretamente a partir de distintos formatos digitais, a partir de um ambiente em rede que aparentemente não oferece fronteiras.
- c) Perseguição política, jurídica e policial: no caso específico das rádios comunitárias, tal postura pelo Estado, em seu aparato político e judicial, proporciona um amplo ambiente de criminalização em todo o país, contabilizando por volta de 30 mil ativistas indiciados, de acordo com associações brasileiras de rádios comunitárias.
- d) Falta de vontade política: por parte do Estado, tanto do Executivo quanto do Legislativo, através de sucessivos governos, para implementar uma regulamentação e um processo regulatório que proporcione a continuidade e o cumprimento do papel dessas iniciativas, proporcionando-lhes continuidade sustentável.
- e) Desinteresse de movimentos sociais e da academia: motivado, em grande parte, pelos fatores anteriormente apresentados, o que acaba destituindo de relevância as questões específicas que dizem respeito aos diretamente envolvidos com tais emissoras, em favor de uma considerável compreensão a respeito de questões gerais que dizem respeito à afirmação da comunicação democrática como direito humano.

Em que pesem as limitações apresentadas, as rádios e TVs comunitárias têm considerável importância em seus locais de atuação, contribuindo para mobilizar moradores e compartilhar referências históricas e socioculturais. Despertar novamente o interesse de potenciais integrantes e apoiadores seria determinante para despertar a vontade política e buscar resolver outros entraves apresentados, inclusive em função da necessidade ainda presente da radiodifusão comunitária, que se manifesta em função de motivações como:

- a) A ainda persistente mobilização do mercado pela radiodifusão aberta: que pode ser compreendida através da enorme penetração desses meios no conjunto da população, movimentando o interesse por determinados tipos de conteúdo e gêneros como o noticiário, o entretenimento e os programas esportivos.
- b) O modelo de negócios pautado na radiodifusão aberta: que determina e orienta a mídia brasileira, bem como a política que o acompanha, especialmente no que diz respeito a microrregiões distantes das capitais e setores produtivos significativos da economia brasileira, sinalizando que se trata de um segmento que ainda perdurará durante muito tempo.
- c) Processos continuados da radiodifusão comunitária: ao contrário da autorreferência, da fragmentação e da fugacidade de iniciativas similares na Internet, rádios e TVs comunitárias fomentam processos continuados, articulados por dinâmicas cidadãs e mobilizadores de iniciativas sociais.
- d) Contribuição para o desenvolvimento: em função da perenidade de processos continuados na comunicação comunitária, tais emissoras contribuem para o desenvolvimento humano nas comunidades nas quais atuam e o desenvolvimento social, a partir das articulações que delas derivam.

Não se trata de determinar *a priori* uma determinada plataforma ou sistema como mais ou menos apropriada que outra em relação à conformação de meios comunitários. Cabe aqui evidenciar a importância de um modo de transmissão que mobilize o interesse do mercado, proporcione articulação coletiva continuada e, a despeito de fatores desfavoráveis, vem sendo minimizada em relação a sua importância, principalmente em relação a políticas mais gerais em torno da democratização da comunicação. Tal como propõe a Associação Mundial de Rádios Comunitárias (AMARC) Brasil (2017, p. 222), “os meios não deverão sofrer discriminações e serão respeitadas as previsões necessárias para garantir a continuidade das emissões realizadas sobre

suporte analógico simultaneamente até esgotar os processos de transição em condições razoáveis”.

Assim, compreende-se possível a relação imbricada entre concepções teóricas críticas nas Ciências de Comunicação e o papel que a Comunicação Comunitária desempenha na compreensão de seus aspectos teóricos, não apenas no entendimento da efetivação de processos dialógicos, como na relação com saberes outros em torno dos Estudos Culturais e da Economia Política. Em recente levantamento em periódicos científicos de Comunicação, Lahni e Moreira (2016) evidenciaram a baixa incidência de artigos relacionados à Comunicação Comunitária, salientando a distância desse setor para uma ampla compreensão crítica sobre as práticas e os processos comunicacionais.

É certo que a questão cabe ser localizada num quadro mais amplo relacionado à ausência de disciplinas de Comunicação Comunitária nos Cursos de Comunicação ou de conteúdos e projetos de extensão e de pesquisa nos currículos desses cursos. Por outro lado, o entendimento de que esse setor ocupa um lugar específico e delimitado no contexto mais geral das áreas de formação e atuação em Comunicação não se supera apenas com a disposição de currículos e práticas acadêmicas, mesmo que em articulação com a sociedade, mas com políticas e processos que tornem possível esse entendimento no meio social.

Em função disso, o incômodo com o deslocamento ou o esvaziamento de interesse na radiodifusão comunitária como objeto de estudo não é apenas decorrente de limitações de setores sociais não comprometidos com a transformação política, a construção da democracia ou a afirmação da cidadania, mas da necessidade de maior envolvimento do meio acadêmico e social, especialmente de setores em torno da mobilização da afirmação da Comunicação como Direito Humano.

A condição periférica da Comunicação Comunitária se evidencia no meio acadêmico como um aspecto particular nas Políticas de Comunicação ou na interlocução com áreas como a Comunicação para a Cidadania, para o Desenvolvimento ou para a Mudança Social (CADAVID, 2013), circunscritos a espaços delimitados dentro dos estudos da Comunicação de um modo geral. No que diz respeito ao que move ativistas e militantes

do movimento pela comunicação democrática, a Comunicação Comunitária é preterida em relação às políticas formuladas para o Sistema de Comunicação de um modo geral, que por sua vez não se compreende como tema essencial, tal como Saúde ou Educação, pela sociedade organizada em geral.

Tais lugares não são estáticos nem permanentes, muito menos se constituem como características inerentes ao campo. Há disputas internas, proximidades, reconfigurações que proporcionam maior dinâmica ao cenário, mas que não se colocam como suficientemente determinantes para buscar afirmar outro lugar para a Comunicação não empreendida pelo Estado ou pelo mercado. A própria afirmação da condição periférica e à margem pelas iniciativas de Comunicação Comunitária acaba reforçando sua fragilidade e suas descontinuidades, viabilizando a apologia de seus méritos pelas suas limitações estruturais, mas desconstruindo sua legitimidade no contexto da formulação e implementação de políticas públicas que assimilem a importância do setor.

No entanto, cabe afirmar aqui que os debates limitados, incipientes, periféricos e descontextualizados nas universidades demandam a compreensão da Comunicação Comunitária como disciplina na formação dos ainda existentes, mas raros Cursos de Comunicação, mas que também a perda de referência da Comunicação como área de formação nos cursos de graduação contribui significativamente para esse afastamento.

O cotidiano como arena das lutas pela comunicação das comunidades

O cotidiano é compreendido aqui como um espaço de intervenção por excelência, no qual pessoas, grupos, organizações e movimentos da sociedade se articulam em torno de diversas questões sociais e se apropriam das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) para afirmar, disseminar e valorizar sua cultura. Desse modo, ao pensar a comunicação a partir do seu fazer cotidiano, esta é entendida como um direito humano fundamental, componente determinante e comum de vários setores

sociais, relacionado diretamente à construção de identidades e à produção de sentido nas relações cotidianas, capaz de contribuir para o incremento da qualidade nesses diferentes contextos e a própria valorização de outros direitos semelhantes. Tomando-a como definição de trabalho, ao mesmo tempo em que aproxima a Comunicação de outros direitos, fundamenta-se a necessidade de recompor outras bases para seu aprendizado e processo formativo, bem como sua estruturação profissional.

Ancorada na formulação de políticas públicas para o setor, tal proposta defende e afirma a importância dos territórios de atuação social que se apropriam dos meios e veículos de comunicação em prol da elaboração de práticas democráticas, promovendo a gestão de processos comunicacionais em espaços como escolas, centros de saúde, centros culturais, entre outros, que incentivem não apenas a apropriação de TICs, como a produção de narrativas que constroem, para Martín-Barbero (2004, p. 309), políticas culturais alternativas de Comunicação: a “ativação da competência cultural das pessoas, socialização da experiência criativa e no reconhecimento de diferenças e afirmação de identidades”.

Ao ser colocada como coadjuvante ou mesmo como tema tabu em determinados contextos políticos locais/nacionais, a Comunicação deixa de ser compreendida como tema prioritário/necessário para o desprendimento de energias por parte de políticos, partidos, movimentos e mesmo coletivos, estes mais diretamente relacionados à viabilidade de suas ações. Por outro lado, ao serem tornados visíveis temas como o combate às opressões e a afirmação de territórios periféricos, a temática da comunicação se dilui para condições identitárias, que deslocam o foco na formulação de políticas públicas específicas para a área de Comunicação, mesmo que a compreendam como processo constitutivo de suas identidades e narrativas, para além da dimensão meramente instrumental.

Assim, faz-se necessário compreender as distintas realidades político-regulatórias na área de Comunicação entre os distintos países da América Latina, com especial interesse na fragilidade do investimento por parte do Estado na consolidação de um sistema democrático, dotado de iniciativas público-estatais

e sociocomunitárias fortes, para além do já conhecido domínio das iniciativas privadas no setor. Essa tarefa vem sendo trabalhada através do *site* ProLocal², desenvolvido para disponibilizar informação necessária para o fomento de pesquisas nos meios acadêmico e social, possibilitando identificar demandas a serem implementadas na forma de políticas públicas a serem definidas e/ou colocadas em prática pelos distintos países.

Essa plataforma busca oferecer um amplo mapeamento a respeito das políticas locais de Comunicação na América Latina, especialmente a Comunicação Comunitária, compreendendo a investigação qualitativa das estruturas de Estado para lidar com o setor, das legislações de referência e principais atores sociais que se mobilizam pela formulação, aprovação e implementação de suas políticas. Os conteúdos disponibilizados fazem do portal uma plataforma de articulação acadêmica e social, pautada na ideia de que setores de comunicação atuem como um conjunto interligado, que atue em complementaridade e na promoção de interfaces, na medida em que é por essas distintas vias que circulam os conteúdos que se pretendem plurais e diversos, democráticos e inclusivos, capazes de proporcionar um sistema de comunicação que se pautem por novas visões em debate na sociedade, que valorize o conjunto dos direitos humanos em relação ao qual a comunicação está inserida, articulando demandas específicas do movimento pela democratização da comunicação e de movimentos gerais.

Longe de se compreender um espaço limitado ou alienado em relação a suas potencialidades, os territórios comunicacionais de atuação comunitária são reflexos dos limites políticos e econômicos de seus realizadores, mas, ao mesmo tempo, forjados na resistência destes, mediante a identificação de possibilidades que se colocam ao alcance. Dar continuidade a iniciativas de comunicação comunitária atualmente é enfrentar limitações de distintas ordens, diante da ausência de respaldo não apenas pela viabilidade de suas propostas, mas de construção do tecido social que relacione a comunicação dialógica com as causas sociais que tais projetos potencializariam.

² <http://www.prolocal.uff.br>.

Assim, a abordagem que toma o cotidiano como ordinário não cabe na compreensão de ativistas midiáticos que resistem a partir das iniciativas que implementam. O cenário em torno dessas iniciativas se relaciona a processos de legitimação por parte da sociedade e à disposição por parte de seus gestores e realizadores em implementarem processos dialógicos, capazes de mobilizar a sociedade para afirmar seu respaldo, implicando eventualmente a reivindicação de políticas públicas que sustentem práticas democratizantes de comunicação.

Não se trata, portanto, de situar um suposto sujeito com determinados limites de compreensão da realidade que o envolve, no qual ele próprio se encontra, mas de identificá-lo em suas aproximações e descolamentos a processos e práticas capazes de transpor limitações políticas e econômicas relacionadas a sua própria situação e a de processos comunitários de comunicação em torno dos quais poderia estar inserido, não apenas como espectador, mas produtor, gestor e ativista por políticas que reconheçam tais processos e lhes proporcionem garantias de sustentabilidade.

É estranha, portanto, a caracterização de Heller a esse suposto sujeito cotidiano, ao afirmar que «o homem da cotidianidade é atuante e fruidor, ativo e receptivo, mas não tem nem tempo nem possibilidade de se absorver inteiramente em nenhum desses aspectos; por isso, não pode aguçá-los em toda sua intensidade” (HELLER, 1985, p. 17-18). Ou ainda, que o “amadurecimento do homem significa [...] que o indivíduo adquire todas as habilidades imprescindíveis para a vida cotidiana da sociedade (camada social) em questão. É adulto quem é capaz de viver por si mesmo a sua cotidianidade” (HELLER, 1985, p. 18). Trata-se, de outro modo, de compreender o cotidiano como um lugar distinto do produzido por um processo alienante de relacionamento dos sujeitos, no qual seus enfrentamentos socioculturais, político-econômicos, profissionais e comunicacionais se estabelecem em interações, disposições e descobertas que proporcionam aceites ou recusas a propostas que se colocam diante deles.

Justo por compreender que “a vida cotidiana não está ‘fora’ da história, mas no ‘centro’ do acontecer histórico: [visto que significa] a verdadeira ‘essência’ da substância social”

(HELLER, 1985, p. 20) e que “a vida cotidiana é a vida do indivíduo. O indivíduo é sempre, simultaneamente, ser particular e ser genérico” (HELLER, 1985, p. 20), é necessário identificar os processos que envolvem produtores de comunicação comunitária, produtos e processos em torno das iniciativas que implementam, os públicos com os quais dialogam e as políticas existentes ou ausentes em torno dessas iniciativas como um composto interarticulado que imerso e envolto no cotidiano que conforma seus posicionamentos.

Assim, ao invés de compreender que “a vida cotidiana não é alienada necessariamente, em consequência de sua estrutura, mas apenas em determinadas circunstâncias sociais” (HELLER, 1985, p. 39), caberia conceber justamente o oposto, na medida em que as circunstâncias sociais é que permitem posicionamentos conscientes por parte das pessoas, enquanto processos de objetivação e inserção em instituições autoritárias e doutrinadoras é que conduzem à alienação.

Para (re)pensar o cotidiano da Comunicação Comunitária

Os problemas anteriormente explicitados, de ordem econômica, jurídica e política, podem ser enfrentados em função de uma ampla mobilização social, inclusive do meio acadêmico, que demande vontade política por parte do Estado. Para tanto, é necessário caracterizar a radiodifusão comunitária no contexto brasileiro, bem como explicitar seus problemas e entraves de cunho jurídico e político, que incidem em problemas econômicos e deixam emissoras reféns de entraves sociais e culturais. O engajamento social que demandam compreende uma ampla capacitação técnica e de gestão, com o desejável envolvimento da universidade, do Estado, de movimentos e organizações sociais, na forma de uma plataforma comum pela visibilidade e sustentabilidade do setor.

Vale lembrar que, a despeito do arcabouço legal ao setor, não existe qualquer menção à Comunicação Comunitária na Constituição brasileira de 1988. Além disso, que o processo

de efetivação das outorgas é extremamente burocrático, lento e custoso, representando uma verdadeira gincana aos que se aventuram a regularizar suas situações e implicando uma série de contratempos jurídicos e fiscais aos que contam com suas outorgas regularizadas, implicando a existência de muitas multas junto a órgãos como o Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (ECAD) – relacionado à cobrança de direito autoral pela veiculação de músicas – e a própria Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) – que fiscaliza a implementação da regulamentação.

Apesar de serem reconhecimentos legais limitados e, em certa medida, restritivos da própria efetivação das práticas de comunicação comunitária, são frutos da mobilização de um amplo e diversificado movimento que gerou o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), em 1991, articulado como desdobramento da mobilização em torno da Assembleia Constituinte que levou ao Capítulo V no texto final da Constituição de 1988, que se refere, exclusivamente, à Comunicação Social.

O Projeto de Lei de Iniciativa Popular (PLIP) sobre o Marco Regulatório das Comunicações, elaborado pelo FNDC, propõe a existência de um sistema de comunicação dividido em três setores: estatal, privado e público, conforme a Constituição Federal em vigor, sendo que o setor público teria apenas 50% de suas outorgas destinadas a iniciativas comunitárias.

Ou seja, como proposta do próprio movimento social da área de Comunicação, o setor comunitário teria aproximadamente 16,5% de todas as outorgas, ou ainda, metade das outorgas que conseguiram outros países que tiveram governos progressistas como Argentina, Bolívia, Equador, Venezuela e Uruguai, aprovando legislações democráticas em Comunicação na América Latina³.

Os referidos países latino-americanos trabalham com a referência de um sistema de comunicação tripartite, dividido entre

³ O art. 5, § 1º do PLIP estabelece: pelo menos 33% dos canais ou capacidade de espectro destinados à televisão terrestre e rádio serão reservados ao sistema público, sendo pelo menos 50% deles para os serviços prestados por entes de caráter associativo-comunitário.

os setores público (estatal), privado e comunitário, enquanto a Constituição de 1988 dividiu a Comunicação nos sistemas estatal, público e privado. A ausência de regulamentação sobre a distinção entre o sistema estatal e o sistema público no texto constitucional trouxe muitos equívocos no âmbito do governo e também entre as organizações sociais. O PLIP do Marco Regulatório foi realizado como desdobramento das propostas aprovadas durante a única Conferência Nacional de Comunicação realizada no país, em 2009. Demandado pelas organizações sociais em torno do FNDC, mas com trajeto tortuoso para sua implementação, a implementação do PLIP requer 1,3 milhão assinaturas, mas não chegou a alcançar 500 mil.

Diante da falta de disposição do Estado e da incompreensão da importância do tema por parte do próprio movimento pela democratização da comunicação, muitas emissoras de rádio comunitária já compreendem a desobediência civil como alternativa. Apesar disso, ela não se basta como transformação política para uma nova regulamentação, servindo como outra forma de fuga, para além das já explicitadas. Um movimento parecido com o das rádios livres, que se fundamenta na liberdade de expressão e na desregulamentação do setor.

As TVs comunitárias, por sua vez, vivem entre a necessidade de manter suas programações nos canais comunitários de TV a cabo e a expectativa com as possibilidades de atuação em outros sistemas de TV por assinatura e de implementação dos Canais da Cidadania nos municípios. Campos e Melo (2017) resgatam uma importante diferença em relação às plataformas para as quais se instalaram os realizadores de TVs comunitárias. Para eles, “um canal comunitário veicula seu conteúdo audiovisual através de uma operadora de TV por assinatura, ou seja, em acesso condicionado”, a despeito da radiodifusão comunitária, “que transmite sua programação através de uma frequência modulada, designada pelo governo através de um plano nacional de outorgas”. A precisa explanação, no entanto, não leva em consideração a ausência de regulamentação relacionada à radiodifusão aberta de sons e imagens e a existência de um movimento de TVs comunitárias anterior ao dos canais comunitários de TV a cabo, no qual o

debate sobre transmitir ou não pelo espectro eletromagnético dividia posições entre seus realizadores.

O Canal da Cidadania apresenta outra complexidade, pois demanda a solicitação prioritária por parte de prefeituras, governos ou órgãos do Legislativo ou Executivo designados para tal atribuição. Ou seja, as faixas de programação designadas para organizações sociais somente podem ser implementadas a partir da implementação desses canais nos municípios, o que gera um significativo entrave diante da disposição dos ativistas de TV comunitária, mas proporciona um interesse diferenciado, na medida em que não se trataria mais de transmitir para assinantes de um serviço, mas toda a população. É o que de mais próximo a regulamentação do setor conseguiu produzir no tocante à viabilidade da gestão de canais de TV com caráter comunitário. Há ainda uma mobilização pela Associação Brasileira de Canais Comunitários (ABCCOM) e a Agência Nacional do Cinema (ANCINE) para a criação de um canal comunitário de âmbito nacional, implementado em todos os sistemas de TV por assinatura, superando complicações relacionadas à Lei 12.485/2011, que limita a instalação dos canais comunitários à viabilidade técnica. Atualmente, o ComBrasil – canal comunitário de abrangência nacional – funciona na OiTV e SkyTV com gestão coletiva e conta com programações de emissoras de TV comunitária em todo o país, estruturadas em rede, mas com abrangência ainda incipiente, demandando articulação mais ampla entre realizadores e gestores públicos.

Por uma plataforma para regular a radiodifusão comunitária

Recompor uma ampla articulação para formular e implementar uma regulamentação voltada para uma radiodifusão comunitária democrática, cidadã e sustentável demanda diversos desafios. O primeiro deles é estabelecer essa mobilização a partir da convergência de boas práticas regulatórias que compreendam a pluralidade e a diversidade de experiências, dentro de um marco comum do fazer comunitário nas práticas comunicacionais. Não

se trata aqui de afirmar a radiodifusão a despeito das iniciativas a partir da Internet, mas de compreendê-la como um território a se afirmar, articulado a um ambiente ubíquo de convergência trans-midiática em ambientes multiplataforma, com atributos como a armazenagem e a memória acessível de dados, a banda larga, as mídias sociais, a mobilidade geolocalizada e a definição de perfis e conteúdos pautados em algoritmos.

A referência proposta pelo Programa de Legislações da AMARC apresenta uma divisão em três setores distintos, porém complementares, com especificidades a serem trabalhadas em distintos países e que fomentou a elaboração do documento “Princípios para um marco regulatório democrático sobre rádio e TV comunitária”, com 14 tópicos para diálogo com os governos, visando sua incorporação na formulação de leis democráticas para o setor⁴. Já o Parlamento europeu, através do seu Comitê de Cultura e Educação, se propôs a traçar um mapa das legislações existentes sobre o setor em países da União Europeia, resultando no documento “The state of community media in the European Union” (KERN, 2007), elaborado pela organização belga Kern European Affairs, que estabeleceu níveis distintos de democratização na regulação e na participação dos ativistas midiáticos em cada país.

A compreensão desse outro sistema, para além do estatal e do privado, implica a reformulação da Lei de Radiodifusão Comunitária, incorporando as TVs comunitárias abertas e a compreensão de sua importância no marco legal geral do setor, mesmo que não explicitamente indicado na Constituição de 1988. Demanda a criação de instrumentos de fiscalização para garantir pluralidade e diversidade das emissoras, compreendendo estímulos de capacitação e fomento a distintas participações de grupos, movimentos e organizações na gestão, programação e produção de conteúdos, incluindo a formação de novas audiências e futuros produtores.

⁴ São eles: (1) Diversidade de meios, conteúdo e perspectivas; (2) Reconhecimento e promoção; (3) Definição e características; (4) Objetivos e fins; (5) Acesso tecnológico; (6) Acesso universal; (7) Reservas de espectro; (8) Autoridades competentes; (9) Procedimentos de outorga; (10) Requisitos e condições não discriminatórios; (11) Critérios de avaliação; (12) Financiamento; (13) Recursos públicos e (14) Inclusão digital.

Para além dos que diretamente se mobilizam pela temática da Comunicação, a constituição dessa plataforma implica a mobilização de setores sociais, acadêmicos, culturais, entre outros, identificando temáticas-chave a serem abordadas na potencial produção e veiculação de conteúdos, compartilhando linguagens mais eficientes a serem trabalhadas em programas com distintos formatos, em função dos diferentes públicos. Os proselitismos de caráter pessoal, empresarial/organizacional, político ou religioso, que não caracterizem a aproximação desse setor com o privado, precisam ser também inviabilizados na regulação, para além do texto legal que já os explicitam.

Os critérios que estabelecem a pluralidade e a diversidade implicam a acolhida de vertentes distintas, mas coabitáveis de sustentabilidade que caracterizem o setor comunitário. O financiamento de emissoras comunitárias pode contar com fundos públicos ou privados na forma do que atualmente já está normalizado na regulamentação do setor. O patrocínio como apoio cultural pode envolver empresas privadas no apoio à programação integral ou parcial e a programas específicos das emissoras. A viabilidade de patrocínios que permitam veicular todo tipo de conteúdos sobre empresas, produtos e serviços, desde que não envolvam promoção ou preço, conforme a Portaria 4.334/2015, para as rádios comunitárias, pode referenciar um bom entendimento para essas práticas.

No entanto, não se trata apenas de contar com o Estado para regulamentar a sustentabilidade do setor, mas para simplificar processos e capacitar emissoras no envolvimento com patrocinadores em potencial, sejam eles públicos ou privados. Mais uma vez, nesse aspecto, as universidades podem representar um especial apoio, principalmente no que diz respeito a projetos relacionados à Publicidade e ao Marketing de caráter social.

Considerações finais

A mobilização por uma plataforma para a implementação da radiodifusão comunitária, disposta a enfrentar uma regulamentação democrática do setor, consiste numa perspectiva cidadã que se propõe a transpor a distância que isolou e “envelheceu”

iniciativas comunitárias de radiodifusão junto à sociedade. A afirmação da cidadania, que se constrói com articulação, vínculo e cooperação, compreende diversos modos de inserção nas emissoras de rádio e TV, que envolvem a produção de conteúdos, a elaboração de programações e a gestão das iniciativas. Diretamente relacionada a uma proposta sustentável que envolve mobilização social e vontade política dos governantes, se afirma a partir da continuidade de processos que envolvem ativistas e cidadãos locais, contribuindo para o desenvolvimento humano nas localidades e o desenvolvimento social, na medida das articulações comunitárias.

Os fatores de desmobilização em torno dessas iniciativas, como demonstrado, denotam uma concepção estreita, na medida em que desconectada até mesmo do modo como empresas de mídia tradicional lidam com o tema, descomprometendo-se com um território ainda em disputa pela atenção das audiências e um espaço de experimentação para lidar com outras plataformas, seja as de serviço condicionado, seja as digitais, móveis e em rede.

Assim, não se trata apenas de afirmar um “terceiro setor” distinto do estatal e do privado, mas de estabelecer um outro setor com características distintas, a partir de propostas descomprometidas com o lucro, capazes de garantir atuação profissional, sem atrelamentos a empresas ou governos. No entanto, faz-se necessário evidenciar a visibilidade legal de apoios financeiros possíveis a essas emissoras, bem como necessários suportes no tocante ao enfrentamento da burocracia e de capacitação técnica das emissoras.

Portanto, entende-se o setor comunitário como intrínseco ao sistema comunicacional e não como um outro sistema tal como o desenho estabelecido na Constituição brasileira de 1988. Se não há claramente disposição em enfrentar uma reforma constitucional de ajuste a essa terminologia, que se compreenda o “sistema” público como distinto do “sistema” estatal e o efetivamente comunitário na lógica de um sistema tripartite, entendendo, na medida do possível, o comunitário como parte intrínseca do processo comunicacional.

Isso leva naturalmente a uma mudança de visibilidade sobre a compreensão dos sistemas de Comunicação nos currí-

culos e conteúdos trabalhados na universidade, o que demandaria a abertura de possibilidades de investimento em projetos de extensão e pesquisa pensando visibilidade, reconhecimento e sustentabilidade, para além das disciplinas mais específicas de Comunicação Comunitária/Pública e de Políticas/Economia Política da Comunicação, envolvendo disciplinas outras como as relacionadas à linguagem, redação, criação, produção, entre outras.

A visibilidade de políticas públicas também consiste num significativo desafio atualmente, na medida do envolvimento de associações acadêmicas, além de professores e pesquisadores que compreendem criticamente a Comunicação, bem como grupos, organizações e movimentos sociais que compreendem a Comunicação para além de sua dimensão meramente instrumental, em torno dos quais mecanismos de cogestão, como conferências e audiências públicas, se tornam demandas fundamentais.

As relações de meios e produtos com os processos comunicacionais no fortalecimento da cidadania também proporcionam o caráter de mídia cidadã a essas iniciativas, demarcando clara distinção com as mídias estatais, de caráter institucional; as mídias público-institucionais, que a partir dos governos estabelecem relações próximas com a sociedade; e as mídias privadas, que não deixam de se pautar pela responsabilidade social, não apenas pela relação direta com a manutenção de suas audiências e, conseqüentemente, com seus anunciantes. A regulamentação dessas mídias deveria tomá-las como um todo sistema de comunicação, a despeito do próprio texto constitucional que os considera como três sistemas isolados e em complementaridade, outro termo sem definição conceitual.

Se os últimos governos progressistas eleitos não avançaram substancialmente na agenda democrática relacionada à Comunicação, não cabe ter expectativa num governo empossado. No entanto, construir uma agenda para o futuro do setor pressupõe retomar o que se conseguiu avançar, completar o que se conseguiu iniciar e denunciar as limitações deste e dos governos antecessores.

Para além de uma agenda de denúncias que envolve programas de TV policiais com recorrentes violações a

direitos humanos, também encontradas em outros gêneros televisivos como novelas e noticiários; parlamentares com concessões de rádio e TV que já vem sendo compreendidas como inconstitucionais por instâncias do Judiciário brasileiro e a própria descriminalização da radiodifusão comunitária, iniciativas que buscam identificar percentuais, mesmo que mínimos, de orçamento municipal e/ou estadual para o financiamento da mídia comunitária parecem ser um caminho na visibilidade do setor, na medida em que consistem numa agenda positiva de reconhecimento do setor comunitário que visibiliza o cotidiano de seus ativistas em sua ampla complexidade.

Referências

AMARC Brasil. Carta aberta sobre o futuro das rádios comunitárias em tempos digitais. *In*: BROCK, Nils; MALERBA, João Paulo. **Rádios comunitárias em tempos digitais**. Rio de Janeiro: AMARC Brasil, 2017.

CADAVID, Amparo. La comunicación para el cambio social: ¿nos acerca o nos aleja? *In*: MARTÍNEZ HERMIDA, Marcelo; BRANDARIZ, José Ángel; LAGE, Xesús; VÁZQUEZ, Montserrat (coord.) **Comunicación y desarrollo**. Buenos Aires: La Crujía, 2013, p. 23-45.

CAMPOS, Maria Alice; MELO, Mário Jefferson Leite. **Anões na terra dos gigantes**: a comunicação comunitária televisiva no Brasil. Lisboa: Frenatec, 2017.

FESTA, Regina; LINS DA SILVA, Carlos Eduardo (org.) **Comunicação popular e alternativa no Brasil**. São Paulo: Paulinas, 1986.

HELLER, Agnes. **O cotidiano e a história**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985.

KERN EUROPEAN AFFAIRS (KEA). **The state of community media in the European Union**. Bruxelas: Parlamento Europeu, 2007.

LAHNI, Claudia; MOREIRA, Sônia Virgínia. A disciplina Comunicação Comunitária em revistas acadêmicas: cidadania e possibilidades em ensino e pesquisa. *In*: CABRAL, Adilson; CABRAL, Eula. **Comunicação, cultura, informação e democracia**: tensões e contradições. Porto: Media XXI, 2016.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Ofício do cartógrafo**. Travessias Latino-Americanas da Comunicação na Cultura. São Paulo: Loyola, 2004.

A dissimulação das marcas em tempos de Covid-19: ideologias do capital e resistência no cotidiano pandêmico

Ana Paula Bragaglia

Introdução

Apresenta-se aqui um dos trabalhos do grupo de pesquisa **A**Ética na Sociedade de Consumo (ESC), coordenado por mim e pela professora Patrícia Burrowes (ECO/UFRJ) e compreendido na linha investigativa “Indústrias Criativas, Capitalismo e Ética”, adicionada ao ESC em 2021. O estudo busca, via Teoria Crítica (ADORNO; HORKHEIMER, 2004 [1947]) e noções do materialismo histórico (MARX, 2011 [1867]), dar um panorama de como a temática da pandemia abordada pelas marcas em ações mercadológicas pode funcionar como ideologia (THOMPSON, 1995), e que cenários a “sobredeterminam”, ou seja, que forças sociais/de dominação tal discurso visa ofuscar.

Para tanto, discutem-se, por exemplo, as fortes relações entre capitalismo e pandemia (GOUVÊIA, 2020a; MARX, 2011 [1867]; CATANI, 1982) e, diante disso, contradições entre mensagens publicitárias intensamente positivadas e o papel das marcas em tragédias pandêmicas. Por fim, disserta-se sobre características do campo do cotidiano (HELLER, 1992; MARTINS, 2013; BERGER, LUCKMAN, 2014) e suas especificidades de resistência às ideologias do capital frente a uma cotidianidade pandêmica. Como objeto empírico, será analisada a campanha de fim de ano da marca JBS¹ para 2020, cuja escolha se justifica adiante.

Escrevo poucos dias após o Brasil registrar mais de 500 mil mortes pela Covid-19. Segundo o Conselho Nacional de Secretários de Saúde (CONASS), “o Brasil, com 2,7% da população mundial, detém 12,8% dos óbitos por covid-19 no mundo” e “enquanto a proporção de mortes por covid-19 no mundo é de 488 por milhão de habitantes, aqui é de 2.293” (PEDUZZI, 2021).

¹ Disponível em: <https://jbs.com.br/marcas/>.

Esse quadro é ainda mais trágico pois, como afirmou a ONG Médicos Sem Fronteiras em carta aberta, conforme descreveu Peduzzi (2021), “muitas dessas mortes poderiam ser evitáveis”, ao advirem da “insistente recusa em colocar em prática medidas de saúde pública baseadas em evidências científicas, como o distanciamento social e o uso de máscara, mesmo para quem já foi vacinado ou teve a doença”, situação que “segue resultando na morte prematura de muitas pessoas e aumentando o risco do surgimento de novas variantes” (PEDUZZI, 2021).

A “CPI da Pandemia” (Comissão Parlamentar de Inquérito) escancara a sucessão de negligências de Bolsonaro e seus aliados na gestão da crise sanitária no Brasil. Segundo autoridades nos setores de saúde, economia, direito, gestão pública, bem como de políticos, como Randolfe Rodrigues, senador autor do pedido de instauração da CPI, criou-se a comissão para responder a pelo menos seis perguntas: “1. O governo federal foi omissivo ou não na aquisição de vacinas?”; “2. Houve omissão do governo federal na crise de falta de oxigênio que levou Manaus a colapso?”; “3. O governo Bolsonaro colocou a população em risco ao estimular ‘tratamento precoce’ mesmo sem eficácia comprovada?”; “4. O presidente pode ser responsabilizado por estimular aglomerações e vetar trecho de lei que obrigava uso de máscaras?”; “5. Qual foi a influência da interrupção do auxílio emergencial na crise sanitária?”; “6. Governo federal pode responsabilizar Estados e municípios pela crise?” (ALEGRETTI, 2021).

Esse cenário já é a mais importante das razões para debater a tragédia pandêmica. É preciso manter acesa a revolta e denunciar e culpabilizar quem se empenha em ampliar ou manter lucros financeiros ou políticos à custa de vidas, seja por necropolítica ou uma “megalomania delirante” (CARVALHO, 2020) de se entender superior e, portanto, apático ao maior sofrimento da humanidade neste século ou em períodos ainda mais longos da História. A indignação aumenta quando nos deparamos com potencialidades do Brasil, apesar do seu amplo cenário de opressão e desigualdade social. Como destacou o neurocientista Miguel Nicolelis (BIERNATH, 2021), o Brasil é excelência em campanhas de vacinação, sendo reconhecido nessa atuação pela Organização Mundial da Saúde (OMS), e possui um dos maiores

sistemas públicos de saúde do planeta. E foi aqui, a partir da competência e dedicação da cientista doutora Jaqueline de Goes Jesus e demais pesquisadores, que o sequenciamento do vírus foi feito em 48 horas, tempo recorde, assim como ocorrido na França, enquanto alguns países costumam demorar cerca de 15 dias para esse tipo de procedimento (ALVIM, 2020).

Diante da complexidade e relevância desse tema, muito mais poderia e deveria ser abordado em um estudo que se coloca tal propósito. Interesse, linhas de raciocínio adicionais e vasto material para construir reflexões mais aprofundadas não faltam. Contudo, também não faltam as limitações de uma mãe cientista trabalhadora em contexto pandêmico de trabalho remoto e isolamento social (privilégio de poucos, infelizmente, em vez de direito) e inserida em um contexto pós-moderno atravessado pela velocidade, inclusive no campo da produção de conhecimento científico. Assim, apresenta-se aqui uma primeira construção investigativa, para desencadear o vasto campo de estudos nesse tema que o ESC pretende fomentar.

Hedonismo individualista-imediatista no cotidiano estetizado e espetacularizado pós-moderno e seus desdobramentos em tempos pandêmicos

Um dos maiores responsáveis pela classificação de dois momentos da História como Modernidade e, em seguida, Pós-modernidade (Contemporaneidade, “Modernidade Líquida”, “Hipermodernidade” etc.) é a “individualização” (BAUMAN, 2001) ou o que Hall (2002) nomeia como “concepção individualista de identidade”. Esse processo de subjetivação remete a um sujeito racional, cartesiano, “emancipado” pelo uso de sua própria razão/racionalidade, em detrimento de “verdades” ecoadas por instituições/autoridades sociais instituídas (como Igreja, Estado, família etc.). Em decorrência, as sociedades ocidentais passaram a valorizar cada vez mais o indivíduo por si mesmo, com capacidade de “pensar por si só” (KANT, 1985, p. 104), de escolher por conta própria, por meio do filtro da razão. Da mesma forma, acabaram sendo valorizados cada vez mais, ao menos teórica-

mente, diferenças individuais, singularidades, aspectos subjetivos e não coletivos na constituição da identidade. Apesar desse ponto em comum, a “individualização” se deu de forma bem distinta na Modernidade e na Pós-modernidade, justificando a demarcação diferente para cada um desses períodos (HALL, 2002).

Na Modernidade, essa individualização é marcada pelo “centramento” do sujeito (sujeito centrado), conforme lembra Hall (2002), de modo que o indivíduo era visto dotado de um “centro” ou “essência” no sentido de núcleo de atributos identitários que não mudariam ou se modificariam muito pouco ao longo de sua vida (a identidade seria mais duradoura, fixa, imutável, portanto). Assim, ainda se acreditava e valorizava uma ideia de universalidade dos sujeitos – modelos mais estáveis de subjetividade – apesar da noção de individualização já estar instaurada e de haver mais liberdade potencial de constituição de si, ao não se ver mais como obrigação (ao menos teoricamente) seguir a tradição (a visão de referenciais hegemônicos).

Como decorrência dessa individualização, tem-se, tanto na Modernidade quanto na Pós-Modernidade, *a priori*, um sujeito de autonomia e liberdade ampliadas pelo uso da razão. Mas, na Modernidade, havia ainda um “sujeito sociológico” (HALL, 2002), interessado em se constituir via pertencimento duradouro a uma coletividade, em busca de novos projetos coletivos e não sobretudo de prazeres subjetivos individuais (BAUMAN, 2001). “Desacomodar para recomodar”, é o que diz Bauman (2001, p. 41) sobre a Modernidade, destacando o sujeito ainda marcado pela forte ligação com o social. Já na Pós-modernidade, “não são fornecidos ‘lugares’ para a ‘recomodação’”, complementa o autor, pois “os lugares que podem ser postulados e perseguidos mostram-se frágeis e frequentemente desaparecem antes que o trabalho de ‘recomodação’ seja completado” (BAUMAN, 2001, p. 42). Na Pós-Modernidade, então, a individualização teria culminado no “indivíduo em combate com o cidadão”. Em suma, a individualização deturpada em individualismo intensificou a tendência à alienação e se transfigurou em individualização da culpa/responsabilidade, como se cada conquista ou fracasso se referisse apenas à atuação de um só ser. Legitima-se, assim, tanto o capitalismo neoliberal de Estado Mínimo quanto uma subje-

tividade narcisista-individualista marcada pela onipotência/superação constante de si, já que o indivíduo, nesse quadro de desamparo, não vê alguém a lhe ajudar a não ser ele próprio (BAUMAN, 2001).

Além de racional/emancipado (individualizado), o sujeito pós-moderno é visto como “estetizado-emocional-hedonista”, inclusive por meio de “espetacularização”. Estaria, portanto, interessado em experimentar e expressar intensamente sua individualidade não apenas pela via iluminista da razão (valores científicos, políticos, por exemplo), mas, sobretudo, a partir de valores estéticos, também via consumo emocional, culminando por vezes em um hedonismo individualista e imediatista (LIPOVETSKY; CHARLES, 2004; FEATHERSTONE, 1995).

A individualização pós-moderna também abriu caminho para um sujeito mais “pluralizado/hibridizado/mutante/descentrado”, ou seja, com características de subjetividade múltiplas e por vezes cambiantes (HALL, 2002). Isso devido à valorização do uso da razão (“pensar por si só” propiciando mais autonomia/liberdade) e à multiplicidade de referenciais identitários em curso (via mídias, globalização, inovações em transporte etc.). Essa pluralização, para alguns autores, facilitaria a “fragmentação” de subjetividades, isto é, a existência de sujeitos com atributos identitários pouco coerentes entre si e, portanto, tendendo à superficialidade/vazio (escolhas mudariam antes de se poder aprofundar nelas) (BAUMAN, 2001). Paralelamente, o sujeito teria novas sujeições (autonomia e liberdade reduzidas), frente aos novos cenários de controle, voltados mais à sedução, via sofisticação de marketing, por exemplo, do que à coerção explícita (BAUMAN, 2001; LIPOVETSKY; CHARLES, 2004).

Nota-se, portanto, um paradoxo bem delineado na individualização pós-moderna (ou seja, em boa parte de nós). Primeiramente, há maiores potencialidades de autoafirmação e construção de identidade e as benesses dessa liberdade *a priori*. Mas, ao mesmo tempo, surgem cenários de coerção sutil, através de, por exemplo, sugestões padronizadas e sedutoras de estilos de vida disseminadas pela indústria criativa/indústria cultural, em formatos capitalistas-industriais. E, junto ao prazer da liberdade de escolha quanto ao que vivenciar e a como fazê-lo, tem-se o

mal-estar recorrente da dúvida sobre a escolha certa, e, diante disso, um sentimento de vazio ou de falta (de plenitude), “crise de identidade” que se agrava com o ritmo célere de mudança/substituição de referenciais (BAUMAN, 2001; LIPOVETSKY; CHARLES, 2004). Esse quadro favoreceria também uma subjetividade hedonista-individualista-imediatista. Explica-se.

O hedonismo consiste na postura do indivíduo de buscar com frequência o máximo de prazer em sua vida, isto é, grande excitação emocional de bem-estar via experimentação de algo. Tal conduta se contrapõe à postura de raramente (ou nunca) buscar tal intensidade (CAMPBELL, 2001, p. 88, p. 102). Para Campbell (2001, p. 106, p. 114, p. 130), esse prazer se refere tanto ao bem-estar proporcionado sensorialmente (via sentidos – tato, olfato, visão, audição e paladar), configurando o “hedonismo tradicional” (sensorial), quanto pela imaginação (construção e reconstrução mental de vivências), através do “hedonismo imaginativo”.

Um exemplo curioso de “hedonismo tradicional” é o fato de os romanos, em épocas antigas, fazerem-se “deliberadamente nausear para poderem ser capazes de continuar a desfrutar dos prazeres de comer, além do ponto em que ficavam fartos” (CAMPBELL, 2001, p. 97, p. 102). Já no “hedonismo imaginativo” (ou “moderno”), “o objetivo primordial da pessoa é espremer tanto da qualidade do prazer quanto for possível, de todas aquelas sensações que realmente experimenta durante o transcurso do processo de viver”, ou seja, das situações cotidianas ao transformá-las em momentos de excitação intensa (CAMPBELL, 2001, p. 106, p. 114). O consumo é um dos canais para se exercer esse tipo de hedonismo, já que a motivação emocional permite inúmeros atos de consumo (CAMPBELL, 2001, p. 106, p. 114): “Os indivíduos não procuram tanta satisfação dos produtos quanto prazer das experiências auto-ilusivas que constroem com suas significações associadas” (CAMPBELL, 2001, p. 130).

Segundo Dupas, o hedonismo contemporâneo se relaciona ainda à busca do prazer imediato, que demanda o mínimo de tempo para ser obtido. Para Dupas (2001, p. 102), o sujeito pós-moderno “é ‘performático’, voltado para o gozo a curto prazo e a qualquer preço, reduzindo a importância dada àquilo que

toma tempo e a aceitação dos sacrifícios que isso impõe”. São exemplos desse tipo de prazer evitar ao máximo a leitura e enaltecer os programas televisivos; o prazer sexual momentâneo e não via relacionamentos duradouros; o consumo de bens e entretenimento; o “hedonismo imaginativo ligado ao consumo”, já descrito, a busca de levar vantagem em tudo, entre outras situações. Essa postura é influenciada também pela lógica do capitalismo avançado, em que empresas otimizam lucros sem pensar nos custos sociais de suas ações (substituição de empregos por máquinas etc.), agravando, com isso, inclusive a “exclusão social” (DUPAS, 2001, p. 77, p. 80, p. 99). Bauman (2001) também disserta sobre esse prazer entendendo a compulsão pelo consumo como atalho para a excitação (efêmera) almejada.

Para Campbell (2001, p. 109-111), são fatores de estímulo do hedonismo contextos específicos do final do século XVIII e alguns anteriores, paralelos ou próximos à Revolução Industrial. No século XVIII, por exemplo, tem-se “o movimento intelectual e estético que fora rotulado de Romantismo”, que culminou no surgimento do romance literário, na valorização do “amor romântico”, no “aparecimento da moda europeia ocidental”, entre outros cenários. Antes, viu-se, ainda, o Protestantismo pregando a interiorização ou apreensão individual da espiritualidade, em vez da necessidade de forte intermédio da Igreja nesse processo, e até mesmo o Puritanismo que poderia ter estimulado um tipo de prazer imaginativo por meio da penitência e do isolamento (CAMPBELL, 2001, p. 109-111, p. 143).

Para Bauman (2001), a busca constante de intensidade emocional, alcançada rapidamente e com viés individualista, decorre do desamparo e do sentimento de falta decorrente da incerteza sobre a escolha correta a ser tomada, conforme já colocado, devido à maior liberdade de vivências e expressividade na pós-modernidade. Afinal, quanto maior a dor, menos tempo se quer perder para amenizá-la e mais difícil é pensar em algo menos privado, como a coletividade (BAUMAN, 2001). E quanto mais “oportunidades”/novidades surgem, maior a vontade de não perdê-las e de experimentá-las sucessivamente (BAUMAN, 2001). Featherstone (1995) complementa esse quadro relatando que o foco das subjetividades pós-modernas no plano material/

terreno e não tanto, como antes, na transcendentalidade da religião, também favorece a busca constante e pelo caminho mais rápido (aqui e agora) de intensa excitação emocional, pois o foco da vida não seria mais tanto uma recompensa do divino, já que até a existência do divino pode ser questionada pelo sujeito emancipado/individualizado.

Analisando o conceito de “estetização da vida cotidiana” desse mesmo autor, pode-se entendê-lo como similar a hedonismo, inclusive individualista. Para Featherstone (1995, p. 64, p. 97), a “estetização da vida cotidiana” / “sujeito estetizado” se interessa justamente em vivenciar com frequência uma sobrecarga/intensidade sensorial e afetiva (intensidade/excitação / emoção/sensação), marcada pela apreensão mais imediata dos estímulos, através do corpo, dos sentimentos, e não, portanto, principalmente pela via racional de um processo reflexivo. É por isso que as novidades interessam tanto a tais subjetividades, já que trazem a excitação da mudança (FEATHERSTONE, 1995) ou dos “eternos recomeços” (BAUMAN, 2001).

Como destaca Featherstone (1995), são exemplos de vida estetizada (e de hedonismo imaginativo ou sensorial) o apreço por expressividade, espontaneidade, criatividade, já que tais posturas aumentam as chances de obter intensidade/excitação/emoção/sensação. Outra prática de estetização muito comum hoje é a espetacularização da vida na “sociedade do espetáculo” (DEBORD, 1997), que consiste na valorização da visibilidade de si e dos outros (das “representações visíveis da experiência” – não só visuais, mas especialmente visuais na atual sociedade imagética). Para Debord (1997, p. 13, p. 16), “o espetáculo é a afirmação da aparência e a afirmação de toda a vida humana – isto é, social – como simples aparência”, ou seja, enfatiza a “forma/aparência” e não necessariamente o conteúdo e “não diz nada além de ‘o que aparece é bom, o que é bom aparece’”. O prazer imediato intenso emocional aí presente é, portanto, a construção e a disseminação de representações de si (exteriorização das vivências).

Entre as práticas de vida estetizada, por vezes espetacularizada, tem-se, por exemplo: ver a “vida como obra de arte” (buscar a perfeição estética e a expressividade em cada vivência, como se ela própria fosse um objeto artístico a ser contemplado);

consumo constante de novidades para sentir intensamente emoção/sensações, nem que seja apenas a própria sensação do “querer” (BAUMAN, 2001); *body art* (tatuagens etc.) para valorizar aparência etc. (FEATHERSTONE, 1995, p. 110-111, p. 71-72). Atualiza-se essa fala com as múltiplas postagens, em redes sociais, de situações cotidianas, seja a foto do prato de comida, do presente da namorada, do exercício na academia, entre tantas outras. Nem todas essas ações significam detrimento de conteúdo frente à forma, mas podem estimular também tal inversão.

Capitalismo, hedonismo imediatista-individualista e Covid-19: relações insalubres ofuscadas inclusive pela publicidade pandêmica

O isolamento social de quem teve esse privilégio, algo não vivido por classes pobres, das quais fazem parte principalmente pessoas negras, e, por exemplo, mulheres que trabalham como empregadas domésticas, fez aumentar muito o uso de redes sociais, o que poderia remeter a um prazer imediato “hedonista imaginativo”. De fato, entre os *millennials*, pessoas até 35 anos, a utilização do TikTok, Instagram e YouTube para compras e entretenimento cresceu de forma vultosa: 35%, 69%, e 87%, segundo estudo da Konduto e da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (Abcomm) (MARTUCCI, 2020). Não haveria implicações éticas extremas nisso se tais práticas fossem “imaginativa/autoilusivas”, mesmo espetacularizadas pelas redes sociais, se as postagens não incentivassem posturas genocidas ou suicidas, endossadas inclusive pelo então presidente do país. Contudo, não só vimos espetacularização irresponsável na Internet, como também “hedonismo tradicional/sensorial” marcado pela ruptura do isolamento, do distanciamento e de outras regras imprescindíveis para o fim da pandemia e suas mortes.

As comentadas postagens da influenciadora digital Gabriela Pugliesi também demonstram a busca de sobrecarga emocional (e retorno financeiro) via ostentação de uma imagem de si “impecável”. Mesmo em meio a mortes e sofrimento, a

influenciadora “pintou” – como se fosse um quadro – imagens de si cuidadosamente trabalhadas em termos estilísticos de escolha de fundo, ângulos, figurino, luz, pose, expressões faciais e mensagens “de efeito”, continuando a disseminar sua beleza eurocêntrica e sua saúde física (apesar de ser uma das primeiras celebridades a pegar – e transmitir – o vírus em uma de suas recorrentes festas). Tem-se, aí, o hedonismo imaginativo-espetacularizado-individualista, evidente até no texto de sua primeira postagem, quando Pugliesi ainda estava com Covid: “Algo invisível chegou e colocou tudo no lugar. [...] Bastaram meia dúzia de dias para que o universo estabelecesse a igualdade social, que se dizia ser impossível novamente. [...]” (CATRACA LIVRE, 2020). Aqui, o individualismo reside em Pugliese não sinalizar os verdadeiros responsáveis pela pandemia, pela desigualdade social ou problematizar o quanto a desigualdade se mostra inclusive nesse cenário, quando quem tem menos oportunidades de cuidados tem menos chance de sobreviver. Com base em Carvalho (2020, p. 6), sugere-se que a fala de Pugliesi toma o vírus como metáfora do “Divino”, ao associá-lo à “salvação divina para as desigualdades e outras mazelas da humanidade”, pois o vírus não teria cor, classe, sexo etc. O autor também destaca o individualismo dessa associação:

[...] um raciocínio liberal que vincula a metáfora divina com um valor político e social igualmente gera um efeito duplo de desresponsabilização e de apagamento das desigualdades sociais em saúde. [...] A alienação, portanto, está na intersecção do discurso que exterioriza a agência face à pandemia para uma instância divina com a ideologia liberal que pressupõe, de forma nada ingênua, uma igualdade de oportunidades. (CARVALHO *et al.*, 2021, p. 6)

O hedonismo imediatista-individualista pode dificultar ainda mais a contenção da pandemia quando somado à sua forma sensorial, que remete a, por exemplo, buscar o prazer não de forma imaginativa, mas, sim, em aglomerações presenciais. Nicoletti fala justamente desse tipo de ação. Em maio de 2021, o neurocientista se disse perplexo com a incapacidade de alguns países esperarem mais para liberar eventos (em estádios, *shoppings*

etc.) e outras restrições, criticando a pressão do mercado para haver tais afrouxamentos (NICOLELIS, 2021).

[...] O Reino Unido passou, com 3 meses de lockdown, de 1.800 mortes diárias [...] (para) 4. [...] agora as pressões estão ficando enormes lá. [...] neste último fim de semana, que são as decisões [...] da copa da Inglaterra, já tinha gente no estádio. [...] com a máscara no queixo, se abraçando, celebrando com os jogadores [...] Os caras passaram por 3 lockdowns, estão vacinando as pessoas, e agora eles abrem pra 10 mil, 15 mil pessoas num estádio de futebol? [...] Mesma coisa nos EUA: o CDC [Centro de Controle de Doenças] falar que não precisa usar máscara. [...]. (NICOLELIS, 2021)

O professor enfatiza que, também na pandemia, o estilo ocidental (capitalista) de vida hedonista-consumista mostra suas fragilidades para a preservação da própria humanidade.

No mundo ocidental [...] é como se o hedonismo e o consumismo se tivessem transformado em algo mais relevante para a espécie humana do que o instinto de sobrevivência. [...] ‘Ah, não vou num campo há 1 ano e meio’ [...] não param pra pensar em qual é o risco que elas estão enfrentando não só pra si [...] o risco que elas estão levando para a comunidade. Então [...] mesmo nos países ocidentais europeus, que tiveram um combate muito melhor do que o nosso – Alemanha, Espanha... [...] O prefeito de Madri teve que fazer um apelo quando abriram porque as pessoas foram se aglomerar às dezenas de milhares nas praças de Madri, sem pensar no dia de amanhã. E isso é uma das fragilidades que a pandemia expôs, [...] do nosso modelo de desenvolvimento, [...] de vida como espécie nesse planeta. (NICOLELIS, 2021)

Alguns acontecimentos ocorridos no Brasil traduzem fortemente essa postura hedonista e/ou consumista em tempos pandêmicos. Um deles foi a corrida para *shoppings* quando tais estabelecimentos foram abertos. Exemplo disso foram pessoas fazendo fila para entrar em um *shopping* de Blumenau (SC) no primeiro horário de abertura e sendo recepcionados com música ao vivo e aplausos longos de funcionários (UOL, 2020). Além da

abertura em si ser questionável bem como o interesse de pessoas em ir para um lugar fechado e repleto de pessoas na pandemia, o distanciamento de 1,5 metro não foi respeitado. Também a individualização pós-moderna da culpa ou das responsabilidades, citada anteriormente, é aqui observada ao se ver o poder público alegando que a responsabilidade de fiscalização é dos estabelecimentos comerciais ou, “simplesmente”, dos indivíduos – “não podemos prender as pessoas em casa”, como afirmou o governador catarinense na ocasião (RIBEIRO, 2020). Atestando a fala de Nicolelis sobre as consequências do comportamento hedonista na pandemia, endossado por empresários e políticos agentes do capital, um ano depois, Blumenau passou de 81 casos e nenhum óbito para 43.359 casos e 471 mortes (CALDAS, 2021).

Outro comportamento frequente durante quase toda a pandemia que demonstra o hedonismo imediatista-individualista foram as aglomerações sem distanciamento e sem o uso total ou correto de máscara em ambientes ao ar livre. É como se o sujeito se visse como cidadão apenas não participando de eventos em lugares fechados. Praias lotadas no Rio de Janeiro e em outros locais turísticos e a frequente “lotação” sem restrições na tradicional Mureta da Urca, ponto turístico na cidade carioca, são exemplos claros desse cenário (ALVES, 2020).

Outro exemplo disso é uma festa particular na casa da já citada influenciadora Gabriela Pugliesi que, embora, segundo ela, tenha sido para “meia dúzia de pessoas”, configurou quebra do isolamento social necessário a quem tinha esse privilégio (e, como tal, o dever). O hedonismo imediatista individualista ali evidente e inadequado ao contexto foi espetacularizado com a frase “Foda-se a vida”, postada por Pugliese como legenda de uma imagem junto a amigas. A influenciadora se desculpou em seguida com o fato de estar embriagada no momento e tendo problemas para enfrentar a pandemia (PRAGMATISMO POLÍTICO, 2020).

É a partir daqui que enxergamos melhor a estrutura capitalista neoliberal e de consumo alimentando o comportamento hedonista-individualista-imediatista. Afinal, esse episódio permite discutir não apenas ações de indivíduos, mas de marcas, já que Pugliese é (e era ainda mais) patrocinada por diversas delas. Em

repercussão ao fato acima, nove marcas romperam contrato com Publiese, que “faturava cerca de 200 mil reais por mês apenas com seus patrocinadores” (PRAGMATISMO POLÍTICO, 2020): Hope, Rappi, Kopenhagen, Fazenda Futuro, LBA, Baw Cloting, Mais Pura, Evolution Coffee, Liv Up (G1, 2020).

Circulação e acúmulo de capital, desigualdade social, discursos “pessoais” de influenciadores digitais e outras dissimulações ocultando relações de dominação do capital são algumas das realidades que refletem a lógica central do capitalismo industrial instaurado no século XVIII que deu origem ao capitalismo neoliberal e de consumo atual. Cabe agora entendermos as bases desse sistema para vermos suas relações mais diretas com a pandemia.

Em uma perspectiva marxista-historicista-materialista ou do materialismo histórico, o sistema capitalista remete a um tipo específico de modo de produção de mercadorias, construído historicamente no início da Modernidade, principalmente com a Revolução Industrial inglesa. Esse formato tem como fim último o “incessante movimento do lucro” ou o “impulso absoluto de enriquecimento” do “capitalista ensandecido”, seja do “entesourador” afoito por acumular, seja do “capitalista” propriamente dito, que, “mais inteligente, lança sempre o dinheiro de novo em circulação” (MARX, 2011 [1867], p. 296-297). E “a riqueza das sociedades onde reina o modo de produção capitalista aparece como uma ‘enorme coleção de mercadorias’, e a mercadoria individual como sua forma elementar” (MARX, 2011 [1867], p. 158). Assim, como instrumento e resultado do modo de produção capitalista, tem-se a mercadoria/mercantilização, que é a venda/troca de algo (objeto, serviço, ideia) em busca de lucro (GOUVÊIA, 2020b).

Gouvêia (2020, p. 21) aponta enfaticamente a relação entre essas bases do sistema capitalista e o cenário pandêmico ao registrar que “é imprescindível lembrar que a própria Covid-19 não é um ‘agente externo e não existiria e/ou não teria as mesmas consequências fora do sistema capitalista’”. Esse modo de produção resulta de um processo de destruição ambiental: “É bastante provável que a expansão territorial do capitalismo tenha levado ao contato com vírus presentes em outras espécies e com

os quais não teria havido contato em outras circunstâncias”. É por isso que, “a reprodução da vida no capitalismo está sobre-determinada pela mercantilização”: há uma “contradição entre as relações sociais de produção de tipo capitalista e o desenvolvimento das forças produtivas [a vida]” (GOUVÊIA, 2020a, p. 22).

Um cenário que permite entender bem essa reflexão de Gouvêia é o *desmatamento*, enquanto resultado capitalista de se obter mais “meios de produção”, como terras e matérias-primas para a produção massiva e lucrativa de mercadorias (CATANI, 1982). Biólogos, médicos, biomédicos e outros pesquisadores explicam com clareza essa relação: ao desmatar, a biodiversidade tende a diminuir; com isso, espécies portadoras de agentes patogênicos diversos ficam sem predadores naturais e se multiplicam descontroladamente; assim, maior a chance de terem contato com humanos, o que é propiciado pelo fato da criação de pastos e cultivos em áreas florestais geralmente ser acompanhada de aumento de densidade populacional no entorno.

[...] o avanço da agricultura sobre a floresta aumentou a densidade populacional na região. [...]. A maior proximidade abriu brechas para situações de risco de transmissão de vírus entre animais e seres humanos. [...] Uma das causas do aumento do risco de transmissão é a redução da diversidade de espécies em regiões desmatadas. ‘A transformação de ambientes florestais em pastos ou áreas agrícolas quase sempre diminui a variedade de espécies locais’, explica Prist. ‘Sem predadores naturais, algumas espécies se adaptam à nova paisagem e se reproduzem de forma descontrolada’. O aumento da população desses animais, muitas vezes reservatórios de vírus, pode elevar o risco de contato e transmissão de microrganismos antes restritos ao ambiente florestal para seres humanos. (ANDRADE, 2020)

Parte-se agora para a análise do objeto empírico, a marca JBS e sua campanha de fim de ano em 2020, utilizando-se a “Teoria Crítica”, de Adorno e Horkheimer (2004 [1947]; WOLF, 2008), juntamente ao “Materialismo histórico”, de Marx (2011 [1867]; GOUVÊIA, 2020b), ambos os métodos basilares para o ESC. A Teoria Crítica estuda forças sociais/de dominação que

influenciam o surgimento de acontecimentos na História, com um olhar multidisciplinar e não só via alguma ciência especializada e sem precisar de pesquisa empírica para validar o conhecimento (“razão instrumental” *versus* “razão crítica”) (WOLF, 2008). Assim, busca e desvela contradições, em um raciocínio dialético, que tende não à conservação de ideias, mas à descoberta de novas verdades (WOLF, 2008). Alinhado à Teoria Crítica, o “Materialismo histórico” busca “sobredeterminações” dos fenômenos, ou seja, “camadas”/contextos por trás dele que acabam por “sobredeterminá-lo” (GOUVÊIA, 2020b). Escolheu-se a JBS para aplicar tais métodos por ela ser o sexto lugar na lista de “maiores empresas [brasileiras] de capital aberto no mundo” (FORBES, 2021); terceiro lugar entre as maiores “doadoras” na pandemia (GALINA, 2020), com 400 milhões de reais, atrás do Banco Itaú (500 milhões) e da Vale/Samarco (1 bilhão), e uma das 100 marcas mais lembradas no período (ROGENSKI, 2020).

Abaixo, texto do vídeo de 1 minuto veiculado em TV aberta e postado em 20/12/20 no canal da JBS no *YouTube* (<https://www.youtube.com/watch?v=rNOvMadmHzI>), com 29.703.464 visualizações em 3/07/21. Em aspas, palavras também escritas na peça.

[...] 2020 foi um ano em que nosso propósito fez ainda mais sentido. ‘Alimentar o mundo com o que há de melhor’. E pra não deixar faltar alimento pra milhões de famílias, nós, os 145 mil colaboradores da JBS no Brasil nos unimos, nos protegemos. E seguimos fazendo nossa parte, mas não só. Nos unimos também pra ‘Proteger vidas’. ‘Proteger o planeta’. Por que o que a gente mais quer é que 2021 inaugure um novo tempo para que juntos possamos alimentar os corações com solidariedade. Alimentar o futuro com esperança. Alimentar o mundo com o que há de melhor. ‘JBS. Alimentando o mundo com o que há de melhor’. [Em aspas, palavras escritas]

No quadro abaixo, as principais imagens da peça, acompanhadas por trilha sonora instrumental comovente. Todas essas técnicas de sedução são típicas da publicidade emocional.

Quadro 1 – Cenas da campanha de fim de ano da JBS em 2020.

- Céu de amanhecer; duas mulheres e criança pequena, parecendo família LGBTQI+, e cesta de pão de queijo próxima; criança asiática e outra de traços indígenas sorrindo; pessoas brancas sorrindo em refeição; quatro mulheres, uma adolescente e outra parecendo ser a avó, e homem branco pondo prato na mesa.
- Funcionário com *faceshield* e máscara caminhando sozinho pelo corredor de fábrica; rostos de funcionários dispostos na tela, com *faceshields* e máscaras (mulheres, homens, brancos e negros); funcionário entregando caixa de mantimentos da JBS a uma família; funcionário também protegido embalando produtos.
- Saída da UTI de paciente em maca agradecendo a médicos, que o aplaudem; e, em sequência, folhas verdes reluzentes de árvores/floresta (respectivamente, *letterings* “Proteger a vida” e “Proteger o planeta”).
- Menina indígena sorrindo; bebê recém-nascido no colo de sua mãe olhando para ela, logo após parto.
- Funcionário fazendo comida em panelas grandes, vestido com camiseta contendo dizeres “Fazer o bem faz bem” (campanha da JBS na pandemia); caminhão de mantimentos sendo aberto para distribuição de cestas de alimentos (“Solidariedade” em *lettering*); funcionária entregando marmita e *lettering* “Esperança”.
- Bebê aprendendo a andar de mãos dadas com mãe; funcionária no *hall* da empresa e não na fábrica fazendo gesto de agradecimento (mãos unidas etc.); funcionária de máscara e *faceshield*, e, em seguida, a mesma sem esses equipamentos e sorrindo muito.
- Slogan da campanha, em *lettering*: “JBS. Alimentando o mundo com que há de melhor”.

Fonte: autora.

Como afirma Thompson (1995, p. 58), segundo a perspectiva de Marx e Engels, “ideologia é um sistema de representações”, ou seja, uma construção simbólica/discursiva, “que serve para sustentar relações existentes de dominação de classe”, uma vez “que escondem as relações de classe e desviam da busca coletiva de mudança social” (THOMPSON, 1995, p. 58). Para Kellner (2001, p. 79), a ideologia atua também em outros tipos de dominação, como “a opressão de sexo, sexualidade e raça”, mas registra que, para alguns autores, também essa categoria de violência “está inextricavelmente imbricada na opressão econômica e de classe”.

A partir desse conceito, a ideologia (discurso/retórica) capitalista da peça da JBS pode ser traduzida no discurso “Contribuímos para a preservação da vida e da natureza”, por exemplo. Tal ideologia está presente também na “publicidade expandida” da marca (BURROWES, 2017), ou seja, em formatos menos convencionais que a propagam. Um deles é o controverso quadro “jornalístico” do *Jornal Nacional* denominado “Solidariedade S/A”. Lançado em 14/04/2020, com 11 minutos de duração (JN, 2020a), o painel mencionou, em 21/05/2020, o destino dos 400 milhões doados pela JBS: “O dinheiro será usado para construir hospitais, ampliar leitos e comprar equipamentos médicos”, uma parte é reservada “para entidades de pesquisa e tecnologia focadas na área de saúde, e outra fatia para organizações sociais sem fins lucrativos, que atendem comunidades vulneráveis” e “a empresa já doou mais de 200 toneladas em alimentos, itens de higiene e de proteção” (JN, 2020b). Cabe vermos agora o que está sobredeterminando essa ideologia ou as forças de dominação ofuscadas por ela.

Um dos principais cenários mascarados é a relação da JBS e do capitalismo avançado com a prática intensa de desmatamento, que pode estar diretamente ligada à deflagração de pandemias. A JBS é, “simplesmente”, o primeiro lugar no *ranking* de empresas mais relacionadas ao desmatamento na Amazônia, seguida pelas seguintes, também agronegócio (carne e soja): 2º Marfrig; 3º Bünge; 4º Minerva Foods; 5º Cargill (LEONI, 2021). Vale registrar que, de 03/2020 a 03/2021, o desmatamento para carne e soja dobrou no Brasil (LEONI, 2021).

Além disso, a ideologia (disparatada) de empresa que preserva o planeta e a vida adotada na pandemia é providencial para ofuscar outro cenário de dominação. Trata-se do império da JBS e da *holding* que a controla, a J&F. Com 60 marcas que vão muito além de carne bovina, frangos e couro, a JBS é controlada pela J&F, que detém também as empresas Eldorado Brasil (celulose), Banco Original, PicPay (*app* de pagamentos), Âmbar Energia, Flora (limpeza/higiene) e Canal Rural (J&F, 2021). São exemplos das marcas e áreas da JBS: Seara, Friboi, Doriania, Primor, Delícia, Salada, Delicata, Rezende, Ricca, Cremosy, Swift, Pilgrim’s, Rigamonti, Great Southern (Australia by Nature);

JBS Couros, Cambré (couro para calçados), Conceria Priante (couro na Itália), Authentic, Virgus (couro para o setor automotivo); JBS Biodiesel, JBS Transportadora, TRP Caminhões Seminovos, JBS Higiene e Limpeza, JBS Embalagens Metálicas, Origyna, e, até mesmo, JBS Ambiental (soluções “sustentáveis” para resíduos industriais ou de consumidores) (JBS, 2021). Esse conglomerado, da JBS / J&F, representa o contexto de concentração de capital e a amplitude de influência/poder nas mãos de poucos, o que remete à desigualdade social típica do capitalismo e às opressões que a sustentam.

Outro cenário “sobredetermina” tanto as “doações” (ou investimento publicitário?) realizadas pela JBS quanto a apropriação absurdamente contraditória do tema da preocupação com a vida na pandemia. Trata-se dos esquemas de corrupção envolvendo a empresa, sendo um dos mais impactantes a divulgação, em delação premiada de Joesley Batista, de que o empresário “pediu intervenção de Temer em pendência entre Petrobras e JBS” em troca de “propina de R\$ 500 mil por semana durante 20 anos”, sendo que a entrega de uma das malas de 500 mil reais, entregue pelo ex-diretor de Assuntos Institucionais da J&F, Ricardo Saud, ao deputado Rodrigo Rocha Loures (PMDB/Paraná), foi gravada pela Polícia Federal, que estava investigando o caso (GI, 2017).

Em suma, valendo-se, por exemplo, de Teoria Crítica e noções do materialismo histórico marxista, pode cair o véu da dissimulação das marcas, desvelando o “capitalista ensandecido” ou “capitalista inteligente” absorto em seu impulso por lucro incessante via mercantilização.

Considerações finais: a necessidade de resistência inclusive no Cotidiano pandêmico

Viu-se, aqui, um pouco da complexidade da dissimulação do capital. Agentes opressores à vida humana e à natureza em geral se esforçam para mascarar realidades, com técnicas de sedução mesmo em tempos de intenso sofrimento. Este cenário é marcado também pelos contextos pós-modernos de desamparo frente à individualização, individualismo endossado

inclusive pelo capitalismo neoliberal, pela cultura do consumo, espetacularização, entre outros, que propiciam a maior estetização da vida cotidiana pelo viés do hedonismo individualista-imediatista. Assim, o sujeito contemporâneo “racional/emanipado”, paradoxalmente, pode não buscar frequentemente a reflexão em profundidade que desnatura cenários de opressão, já que pode lhe interessar mais a intensidade de sensações/emoções e está envolto por avançadas técnicas persuasivas do mercado. Talvez por isso a dissimulação do capital não seja efetivamente questionada, inclusive diante de crises sanitárias da amplitude do Covid-19. Como consequência, tem-se a dificuldade de fazer perdurar prudência, isolamento/distanciamento social e outras restrições imprescindíveis para a erradicação de uma pandemia. E o capitalismo pode acabar fortalecido também em contextos de catástrofe.

É diante disso que os estudos do cotidiano se mostram extremamente relevantes. As ideologias do capital estão atravessando de formas tão sutis, por tantos lados e em todos os tempos passíveis de intrusão (até pandêmicos), o sujeito do hedonismo imediatista-individualista pós-moderno, que o próprio cotidiano precisa ser arena de luta contra o capital. Ou seja, não basta buscar a resistência apenas nas esferas não cotidianas, como na contemplação da arte e na ciência/“pensamento teórico” (HELLER, 2000, p. 26; BERGER; LUCKMAN, 2014, p. 43). A “suspensão do cotidiano” (HELLER, 2000) que permite desnaturalizar mensagens ideológicas capitalistas deve se dar nos vários campos de existência do sujeito. E em tempos de isolamento social total ou parcial, marcado pela predominância do espaço doméstico, mais importante ainda isso ocorrer também nas “partes orgânicas da vida cotidiana”, como a “organização do trabalho e da vida privada, os lazeres e o descanso, a atividade social sistematizada, o intercâmbio e a purificação” (respectivamente, rotinas de encontros/festas etc.; de conversas/trocas; e de espiritualização) (HELLER, 2000, p. 18).

Assim, é muito importante que, no próprio espaço doméstico, a típica pergunta do cotidiano “Por que eu?” (HELLER, 2000, p. 26) seja transmutada, via suspensão do cotidiano, para questionamentos não individualistas que salientem as esferas

não cotidianas da moral e da ética (HELLER, 2000, p. 18), para que a preocupação com o social se manifeste. Contudo, isso não é tarefa fácil. Os estudos do cotidiano enfatizam a ideia de que “o novo herói da vida é o homem comum, imerso no cotidiano”, ou seja, de que o presente, o “pequeno mundo de todos os dias”, das “vontades individuais” é que conteria “o que faz a força da sociedade civil, dos movimentos sociais” (MARTINS, 2013, p. 52-53). Mas esse cotidiano, já marcado por vontades individuais, pelo “economicismo” (senso comum), dadas as múltiplas atividades diárias para se dar conta, é transpassado agora pelo desamparo da liberdade da individualização pós-moderna (incertezas; ansiedade) e pela postura hedonista-individualista-imediatista que alivia sua angústia (HELLER, 2000, p. 37). Assim, maior a tendência à alienação na vida cotidiana. Ante tais peculiaridades, coube bem à “sociologia do cotidiano” o adendo marxista de que os sujeitos podem fazer sua própria história, mas “não o fazem como querem e sim sob as circunstâncias que encontram, legadas e transmitidas pelo passado” (MARTINS, 2013, p. 53).

Romper com a tendência de “alienação da vida cotidiana” é fundamental para que consigamos perceber e combater as opressões do capital, incluindo a necessária percepção das relações entre sistema capitalista e surgimento de pandemias, por exemplo. No contexto de isolamento social (total/parcial), no qual a esfera pública se funde à vida doméstica do sujeito estetizado-imediatista-individualista, é muito importante, portanto, o papel de universidades, escolas, políticas públicas, pesquisas que incentivem essa percepção, sendo a leitura crítica de mídia e da sociedade capitalista e de consumo em geral um caminho fundamental.

Referências

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. 2. ed., Rio de Janeiro: Zahar, 2004 [1947].

ALEGRETTI, Laís. Covid: 6 perguntas que CPI deve responder sobre conduta do governo Bolsonaro. **Correio Braziliense**, 17 abr. 2021. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/politica/2021/04/4918864-covid-6-perguntas-que-cpi-deve-responder-sobre-conduta-do-governo-bolsonaro-na-pandemia.html>. Acesso em: 2 jul. 2021.

ALVES, Altair. Covid-19: especialista afirma que pandemia poderia ter acabado em julho no Rio se isolamento fosse mantido. 6 out. 2020. **Diário do Rio**. Disponível em: <https://diariodorio.com/covid-19-especialista-afirma-que-pandemia-poderia-ter-acabado-em-julho-no-rio-se-isolamento-fosse-mantido/>. Acesso em: 5 jul. 2021.

ALVIM, Mariana. Os bastidores e resultados da corrida de cientistas brasileiros para sequenciar coronavírus em tempo recorde. **BBC Brasil**, 29 fev. 2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-51685638>. Acesso em: 28 jun. 2021.

ANDRADE, Rodrigo de O. Da floresta para as cidades. **Revista Pesquisa FAPESP**. 10 jun. 2020. <https://revistapesquisa.fapesp.br/da-floresta-para-as-cidades/>.

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

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. Petrópolis (RJ): Vozes, 2014.

BIERNATH, Andre. *Lockdown*: Brasil repete ‘sequência trágica de erros’ da 1ª onda e precisa de bloqueio total, diz Miguel Nicolelis. **G1**, 8 jan. 2021. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-55579329>. Acesso em: 21 jun. 2021.

BURROWES, Patricia. Observatorio de Publicidad Expandida: una experiencia con talleres de alfabetización en publicidad en Rio de Janeiro, Brasil. In: **Mediaciones**. Bogotá, Colombia, MD Uniminuto, n. 18, p. 28-38, jan./jun. 2017. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6548232>. Acesso em: 4 jul. 2021.

CALDAS, Joana. Um ano após aglomeração em reabertura de shopping, Blumenau precisa de restrições regionais contra a Covid. **G1**, 22 abr. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/noticia/2021/04/22/um-ano-apos-aglomeracao-em-reabertura-de-shopping-blumenau-precisa-de-restricoes-regionais-diz-especialista.ghtml>. Acesso em: 3 jul. 2021.

CAMPBELL, Collin. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CARVALHO, Mário; LUZ, Anna Clara da Rocha; PAULINO, Bruna Rossignoux; FERREIRA, Camilla Cristine Ignacio. Metáforas de um vírus: reflexões sobre a subjetivação pandêmica. **Psicologia & Sociedade**, v. 32, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/psoc/a/nH6s6rFMWkp7mK-39vkM4RhS/?lang=pt>.

CATANI, Afrânio Mendes. O capitalismo em geral. In: CATANI, Afrânio Mendes. **O que é Capitalismo?** São Paulo: Brasiliense, 1982.

CATRACA LIVRE. Web crítica Gabriela Pugliesi por visão romantizada do coronavírus. **Catraca Livre**, 19 mar. 2020. Disponível em: <https://catracalivre.com.br/saude-bem-estar/web-critica-gabriela-pugliesi-por-visao-romantizada-do-coronavirus/>. Acesso em: 1 jul. 2021.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DUPAS, Gilberto. Ética e poder na sociedade da informação: de como a autonomia das novas tecnologias obriga a rever o mito do progresso. 2. ed. São Paulo: UNESP, 2001.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FORBES. Global 2000: 21 maiores empresas brasileiras de capital aberto em 2021. **Forbes**, 13 maio 2021. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-money/2021/05/global-2000-21-maiores-empresas-brasileiras-de-capital-aberto-em-2021/#foto6>. Acesso em: 3 jul. 2021.

GALINA, Délcio. 100 empresas que fizeram as maiores doações no Brasil. **Forbes**, 5 set. 2020. Disponível em: <https://forbes.com.br/listas/2020/09/100-maiores-empresas-doadoras-do-brasil/>. Acesso em: 3 jul. 2021.

GOUVÊIA, Marina Machado. A culpa não é do vírus. *In*: MOREIRA, Elaine *et al.* (org.). **Em tempos de pandemia**: propostas para defesa da vida e direitos sociais. Rio de Janeiro: UFRJ, CFCH, Escola de Serviço Social, 2020a.

GOUVÊIA, Marina Machado. Aula 1: O Método. **O Capital na quarentena**: uma leitura antirracista, feminista e latino-americanicista. Escola de Serviço Social (ESS/UFRJ), 2 maio 2020b. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=QpCqDYUIEfs>. Acesso em: 5 jul. 2021.

G1. Gabriela Pugliesi tem contratos suspensos após fazer festa durante quarentena. **G1**, 27 abr. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2020/04/27/gabriela-pugliesi-tem-contratos-suspensos-apos-fazer-festa-durante-quarentena.ghtml>. Acesso em: 2 jul. 2021.

G1. Joesley pediu intervenção de Temer em pendência entre Petrobras e JBS. **G1 - Jornal Nacional**. 18 maio 2017. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2017/05/joesley-pediu-intervencao-de-temer-em-pendencia-entre-petrobras-e-jbs.html>. Acesso em: 4 jul. 2021.

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

HELLER, Agnes. **O cotidiano e a história**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

JN. Solidariedade S/A: conheça ações solidárias de empresas e empresários durante a pandemia. **GloboPlay**, 14 abr. 2020a. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8482558/>. Acesso em: 21 jun. 2021.

JN. Solidariedade S/A: JBS faz doação de equipamentos de uso individual ao Estado. **GloboPlay**, 17 jul. 2020b. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8708085/>. Acesso em: 21 jun. 2021.

KANT, Immanuel. Resposta à pergunta: que é esclarecimento? *In*: KANT, Immanuel. **Textos seletos**. Petrópolis (RJ): Vozes, 1985.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru (SP): Edusc, 2001.

LIPOVETSKY, Gilles; CHARLES, Sébastien. **Tempos hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2004.

MARTINS, José de Souza. Apontamentos sobre vida cotidiana e História. *In*: MARTINS, José de Souza. **A sociabilidade do homem simples**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2013.

MARX, Karl. A mercadoria. *In*: **O capital**: crítica da economia política. O processo de produção do Capital (Livro I). 2. ed. São Paulo: Boitempo, 2011 [1867].

MARTUCCI, Rodrigo. Covid-19: o impacto da pandemia no comportamento de compra *online*. **E-commerce Brasil**, 4 ago. 2020. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/covid-19-o-impacto-da-pandemia-no-comportamento-de-compra-online/>. Acesso em: 3 jul. 2021.

NICOLELIS, Miguel. Variante indiana: Miguel Nicolelis fala sobre riscos da nova cepa. [Entrevista concedida a] Fabíola Cidra; Lúcia Helena de Oliveira. **UOL Entrevista**, 21 maio 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=DExUDoCUwZ0>. Acesso em: 5 jul. 2021.

PEDUZZI, Pedro. Brasil registra mais de 500 mil mortos por Covid-19. **Agência Brasil**, 19 jun. 2021. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2021-06/brasil-registra-mais-de-500-mil-mortos-por-covid-19>. Acesso em: 28 jun. 2021.

PRAGMATISMO POLÍTICO. Influenciadora curada do Covid-19 faz festa com aglomeração: “Foda-se a vida”. **Pragmatismo Político**, 27 abr. 2020. Disponível em: <https://www.pragmatismopolitico.com.br/2020/04/gabriela-pugliesi-festa-covid-19.html>. Acesso em: 2 jul. 2021.

RIBEIRO, Janaína. Shopping em Blumenau tem fila e aglomeração na reabertura pós quarentena. **Exame**, 22 abr. 2020. Disponível em: <https://exame.com/brasil/shopping-em-blumenau-tem-fila-e-aglomeracao-na-reabertura-pos-quarentena/>. Acesso em: 5 jul. 2021.

ROGENSKI, Renato. Estudo revela marcas mais lembradas na pandemia. **Meio e Mensagem**. 13 maio 2020. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2020/05/13/estudo-revela-marcas-mais-lembradas-na-pandemia.html>. Acesso em: 3 jul. 2021.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis (RJ): Vozes, 1995.

UOL. Shopping de Blumenau reabre após o governo de SC autorizar. **Canal Uol**, 22 abr. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=NoBYGDJoGhc>. Acesso em: 3 jul. 2021.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

Mídia, cotidiano e política: o que os jovens nos ensinam sobre esta relação?

Carla Baiense Felix

Introdução

Em 2018, completaram-se os 80 anos de uma das mais marcantes experiências midiáticas do século XX: a transmissão radiofônica de *Guerra dos Mundos*, clássico da ficção científica de H. G. Wells, protagonizado por Orson Welles, um dos grandes diretores do cinema estadunidense. A despeito da controvérsia sobre os efeitos do experimento, em que Welles propositalmente borrava os limites entre ficção e realidade, narrando, ao vivo, a suposta invasão alienígena à Terra, o episódio revela, sobretudo, as engrenagens da indústria midiática e sua relação com as audiências.

À época, os jornais reproduziram manchetes sensacionalistas que amplificaram o alcance do episódio, relatando cenas de pânico entre cidadãos estadunidenses causadas pelo terror da pseudoinvasão. Segundo alguns dos estudiosos que revisitaram o acontecimento anos depois, a própria imprensa “entrou no jogo”, supervalorizando os efeitos da transmissão, motivada por uma guerra comercial contra o rádio. Nas palavras de um desses pesquisadores, “o medo que a transmissão provocou sobre o poder da mídia na sociedade americana” (SCHWARTZ, apud LABAKI, 2018) foi tão ou mais importante que o medo do extermínio produzido pela falsa notícia de Welles.

Desde os anos 1930, quando o rádio e a imprensa popular transformaram o público em massa, os estudos sobre a relação entre mídias e as audiências avançaram para muito além das teorias sobre os efeitos. Sobretudo a partir da virada culturalista, foi possível ressituar a produção de sentidos no processo comunicativo. Certamente, os receptores não são mais vistos como meros receptáculos incapazes de se defenderem das mensagens midiáticas, mas ainda ocupam posições desvantajosas no circuito de produção (HALL, 2013).

O cenário que se configura, atualmente, com a expansão das redes sociais digitais, traz, contudo, novos desafios analíticos para a pesquisa sobre o que costumamos chamar de estudos de recepção. Por um lado, as redes sociotécnicas possibilitam virtualmente o incremento das trocas de mensagem de forma horizontal, com milhares de produtores de conteúdo ao redor do mundo e uma audiência muito mais participativa. Por outro, novos mediadores, guiados por parâmetros de ordem política, econômica e cultural, criam maneiras de controle ainda mais eficazes sobre o que pode ser enunciado e sob que circunstâncias, exigindo das audiências habilidades de leitura crítica da mídia para além das já tradicionais.

Nos processos eleitorais ocorridos em diversos países a partir de 2016, compreendemos, de maneira mais evidente, os potenciais prejuízos desse controle para a democracia. E essa percepção não gerou incômodo apenas dentro do campo acadêmico ou legislativo. Ela atravessou a experiência cotidiana de milhares de cidadãos, envolvidos em diferentes graus no debate público midiático.

No Brasil, uma pesquisa do Instituto Datafolha (2018) mostrou que quase metade dos eleitores brasileiros (48%) costumava assistir vídeos sobre política na Internet e que 66% do eleitorado tinham conta no WhatsApp. A rede social, que foi acusada de não tomar providências para impedir o envio massivo e ilegal de mensagens falsas durante o primeiro turno das eleições presidenciais, teve que rever as regras de funcionamento dos grupos após uma série de denúncias.

Entre as denúncias estava a da agência de *fact checking* Lupa, segundo a qual das 50 imagens que mais circularam em 347 grupos públicos no aplicativo, entre os dias 16 de agosto e 7 de outubro de 2018, apenas quatro eram verdadeiras. Como se pôde observar mais tarde, o alcance das mensagens falsas veiculadas pela plataforma e impulsionadas com verbas não declaradas no apoio à campanha do então candidato Jair Bolsonaro, foi decisivo nos rumos do processo eleitoral.

Buckingham (2012, p. 48) ironiza a visão do magnata das comunicações Rupert Murdoch, segundo o qual “a tecnologia está tirando o poder dos editores, das casas de publicações,

dos grupos dominantes da sociedade, da elite da mídia... agora é o público que está no controle”. Para ele, ao contrário, o contraponto da aparente participação democrática do público é justamente a concentração de poder nas mãos de um pequeno número de empresas globais, que entregam, cotidianamente, milhares de mensagens produzidas por seus anunciantes sem se responsabilizarem por seus efeitos sobre a audiência.

Para além da constatação de que Google, Facebook, Amazon e Apple dominaram o cenário das comunicações digitais, armazenando, tratando e vendendo um número de informações nunca antes reunido sobre os habitantes do planeta, existe o fato de que nem todos os cidadãos estão aptos a ingressarem na chamada cultura participativa, mesmo nesses termos. É o que Jenkins (*apud* BUCKINGHAM, 2012, p. 48) chama de “hiato de participação”, ou seja, “o acesso desigual às oportunidades, experiências, habilidades e conhecimentos que irão preparar a juventude para uma ampla participação no mundo de amanhã”. Essa visão vai além da posse de equipamentos ou da capacidade de usá-los de forma instrumental:

[...] trata-se de competências culturais, habilidades sociais e conhecimento – desdobrando-se em uma lista extensa que, como também ele citou, inclui habilidades relacionadas a jogos, experimentação e solução de problemas; capacidade de manusear diferentes fontes de mídia e modos de comunicação, navegando neles e entre eles; habilidade em fazer *networking* e colaborar, localizar informações e interagir com os outros; e habilidades relacionadas à avaliação crítica e capacidade de julgamento. Enquanto algumas das habilidades identificadas por Jenkins e outros são certamente novas, outras são definitivamente tradicionais. (BUCKINGHAM, 2012, p. 48)

O que o pesquisador acentua é que uma participação ativa na cultura digital requer mais do que a capacidade de instrumentalizar as ferramentas digitais. Importam, nesse processo, os capitais culturais e educacionais dos indivíduos. Se a Internet possibilita “novas formas e estilos de engajamento cívico, no mínimo, potencialmente mais inclusivos” (BUCKINGHAM, 2012, p. 51), por outro lado, permite a expansão exponencial de

desinformação, discursos de ódio e outras formas de engajamento em causas que ameaçam os valores democráticos.

Foi a partir dessa percepção que chegamos ao conceito de letramento como operador analítico das nossas pesquisas. Em um estudo que procura atualizar o conceito de letramento para o que chamou de cibercultura, Magda Soares (2002) relembra seu significado na perspectiva da cultura tipográfica. Nesse contexto, letramento é “o estado ou condição de indivíduos ou de grupos sociais de sociedades letradas que exercem efetivamente as práticas sociais de leitura e de escrita, participam competentemente de eventos de letramento” (SOARES, 2002, p. 145-146). A ênfase sobre os eventos de letramento assinala os usos sociais do código, como revela em seguida:

O que esta concepção acrescenta às anteriormente citadas é o pressuposto de que indivíduos ou grupos sociais que dominam o uso da leitura e da escrita e, portanto, têm as habilidades e atitudes necessárias para uma participação ativa e competente em situações em que práticas de leitura e/ou de escrita têm uma função essencial, mantêm com os outros e com o mundo que os cerca formas de interação, atitudes, competências discursivas e cognitivas que lhes conferem um determinado e diferenciado estado ou condição de inserção em uma sociedade letrada. (SOARES, 2002, p. 145-146)

Partindo dessa perspectiva, ela concorda com Eco (*apud* SOARES, 2002) para quem os eventos de letramento que ocorrem com a intermediação da Internet exigem novas habilidades de leitura e de escrita. E propõe o uso do plural “letramentos” para enfatizar a ideia de que “diferentes espaços de escrita e diferentes mecanismos de produção, reprodução e difusão da escrita resultam em diferentes letramentos” (SOARES, 2002, p. 155).

Tomando o letramento midiático e informacional como condição para “participação ativa” em uma esfera pública midiaticizada, vimos investigando como competências pessoais e fatores contextuais impactam a forma como as juventudes brasileiras produzem sentidos para as mensagens que circulam nas mídias. Pesquisas nessa área vêm sendo realizadas em diversos países, sob diferentes perspectivas, e contam com uma

literatura já bem estabelecida (CELOT; PÉREZ-TORNERO, 2009; WILSON *et al.*, 2013; IRETON, 2019).

Entre os muitos esforços, destaca-se a publicação, em 2009, a pedido da Comissão Europeia, do *Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels*, que buscou reunir sob o termo *media literacy* uma série de debates do campo. No documento, o conceito é apresentado como a “capacidade individual para interpretar de modo autônomo e crítico o fluxo, substância, valor e consequência, a mídia em todas as suas formas” (CELOT; PÉREZ-TORNERO, 2009, p. 4).

Embora desenvolvido a partir de referenciais europeus e para atender os seus interesses, o mapa nos traz uma ideia bastante útil para compreender a maior ou menor habilidade dos cidadãos de cada país para ler, produzir e se relacionar com e através da mídia. Conectando as capacidades individuais às condições para seu desenvolvimento, que os pesquisadores chamam de fatores ambientais, o documento apresenta o processo de aquisição de competências midiáticas de maneira mais complexa e responsabiliza a sociedade por seus resultados.

O texto avança na discussão teórica a respeito da relação entre letramento midiático e democracia e busca apresentar, em termos práticos, como políticas públicas, disponibilidade de meios e engajamento da sociedade civil e da indústria midiática modulam os níveis de letramento de uma população. Partindo de uma pesquisa empírica e de consultas a especialistas de cada país, um consórcio de instituições reuniu dados e construiu um modelo matemático para avaliar e representar, visualmente, os níveis de letramento nos países-membros da União Europeia.

Para chegar às dimensões e aos indicadores avaliados, o grupo partiu da compreensão da Comissão Europeia sobre o tema explicitado em estudos anteriores, realizou entrevistas, consultas e aplicação de questionários a especialistas em mídia e pesquisadores de cada país. Assim, identificou diferenças e similaridades entre conceitos e estabeleceu indicadores, chegando a um mapa conceitual. O modelo foi aplicado em um teste-piloto, com os 27 países membros da União Europeia¹.

¹ Incluindo o Reino Unido, à época parte da União Europeia.

Na base do mapa estão os fatores ambientais, divididos em duas dimensões, a disponibilidade da mídia e o contexto do letramento midiático. Por contexto entende-se a existência de políticas públicas de educação, leis, comprometimento da indústria midiática e envolvimento da sociedade civil neste esforço.

Dessa forma, reconhece a importância da ação de governos, da indústria e da própria sociedade civil organizada, concluindo, de maneira empírica, que os esforços individuais se tornam determinantes apenas quando encontram um nível mínimo de suporte para seu desenvolvimento. A partir do estudo de campo e da aplicação de fórmulas matemáticas que correlacionaram as competências individuais e os fatores ambientais, os pesquisadores concluíram que estes teriam um impacto de 35% sobre o nível de letramento da população.

Se pensarmos no caso brasileiro, há que se considerar que, mesmo nos centros urbanos hiperconectados, a disponibilidade de mídia não pode ser medida em termos absolutos. A distribuição da infraestrutura e dos produtos midiáticos pode variar enormemente ao longo do território ou ainda estar ausente de alguns espaços específicos, por questões técnicas, comerciais, relativas à violência ou à falta de recursos da população para acessá-la. Da mesma forma, a disponibilidade não implica no uso das mídias de forma automática.

Em relação aos investimentos públicos, Soares (2014) assinala que o Brasil, historicamente, é marcado pela falta de políticas públicas permanentes, ainda que algumas iniciativas de governos chamem a atenção. E destaca o envolvimento de organizações não governamentais e projetos de extensão ligados às universidades.

A promulgação da nova Base Nacional Comum Curricular (BNCC) representa um avanço nesse sentido, uma vez que redefine o lugar da mídia na Educação Básica. O documento pretende alinhar “outras políticas e ações, em âmbito federal, estadual e municipal, referentes à formação de professores, à avaliação, à elaboração de conteúdos educacionais e aos critérios para a oferta de infraestrutura adequada para o pleno desenvolvimento da educação” (MEC, 2017, p. 8).

Mas, como marco regulatório, depende de esforços de estados, municípios e escolas no sentido de uma implementação efetiva. Isso exigiria, por exemplo, que os professores fossem capacitados para o letramento midiático, como preveem os documentos da Unesco. Muitos colégios e Secretarias de Educação vêm investindo na adaptação de seus currículos para cumprir as diretrizes da nova base, mas os resultados desses esforços ainda não puderam ser medidos.

Já se analisarmos o investimento, ou ausência dele, no campo da indústria midiática brasileira, chegaremos a conclusões desoladoras. A falta de transparência do setor foi apontada pelo relatório *Midia Ownership Monitor* como uma ameaça à democracia. O Brasil apresenta alto risco em 6 dos 8 indicadores medidos pelo Coletivo Intervezes e pelo grupo Repórteres sem Fronteiras, responsáveis pelo estudo, incluindo transparência na propriedade e no controle da mídia, o que configura, segundo o levantamento, “o cenário mais grave de riscos ao pluralismo. A ausência de um marco legal eficiente [...] traz graves consequências à circulação de ideias, à diversidade e à democracia” (INTERVOZES, 2019).

Por outro lado, muitas entidades da sociedade civil vêm se mobilizando para ampliar o letramento midiático e democratizar a mídia no país. O Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), que desde os anos 1990 atua pela democratização dos meios, congrega ao menos 500 instituições que, de alguma forma, podem abarcar a pauta do letramento.

O contexto apresentado, portanto, indica que o Brasil apresenta fragilidades importantes no que seria o substrato para o desenvolvimento pleno de competências midiáticas individuais. Mas, como vimos assinalando, não se pode generalizar a análise. Se considerarmos as diferentes realidades, ou modos de ser jovem no Brasil, a partir de uma perspectiva interseccional, (COLLINS, 2019) poderemos chegar a diferentes conclusões. Ainda assim, o diagnóstico traz um bom ponto de partida para discutir políticas e analisar as implicações da falta de investimento em uma área que se tornou chave para a manutenção das democracias.

Voltando ao mapa conceitual, no nível pessoal o estudo considera três níveis de desenvolvimento. O primeiro é a capacidade de uso e envolve o conhecimento mais básico para acessar os meios e mensagens. Acima, a compreensão crítica abarca a leitura das mensagens e o conhecimento sobre o funcionamento e a regulação da mídia, além do comportamento do usuário no processo comunicacional. No ápice estão as competências de produção de mensagens e desenvolvimento de relações em redes (conforme Figura 1).

A aquisição de competências, no entanto, não é tomada como um fim em si mesmo, mas como condição fundamental para participação na esfera pública informada. A perspectiva adotada pelo documento aproxima-se de outras tradições em mídia e educação no sentido de incorporar, como meta, o fortalecimento da autonomia dos indivíduos e uma cidadania ativa. Mas se diferencia da perspectiva latino-americana, por exemplo, por partir de uma visão midiacentrista, ou seja, voltada para a relação entre os sujeitos e a mídia ou mediada pelas plataformas midiáticas.

Nesse sentido, o aporte epistemológico da Educomunicação amplia o debate e define outro lugar a partir do qual interrogar o campo. Sua tradição teórica considera limitado o escopo da educação midiática, que estaria preocupada com apenas parte de um problema mais amplo. Para a Educomunicação, o centro do debate está no processo comunicativo, que inclui sujeitos, mensagens, meios e mediações. Às muitas formas de subjetivação forjadas pelas e no contato com as mídias, se somam aquelas produzidas a partir da cotidianidade, que intervém e modula os processos de recepção das mensagens midiáticas.

Com isso, queremos chamar atenção para os limites de um modelo de análise que desconsidere a subjetividade implicada em toda troca comunicativa, mediada ou não pela mídia. Tanto as competências individuais quanto os fatores ambientais estão atravessados pela cultura e pela subjetividade, o que pode resultar em formas particulares de relação com e a partir da mídia. Conforme argumentamos, o modelo europeu, que nos serviu de ponto de partida, apresenta uma série de limites para uma aplicação consistente em países do Sul Global. Mas como

arcabouço geral identifica alguns dos fatores que impactam nos níveis de letramento, embora deixe de fora uma série de outros. A compreensão de fenômenos que envolvem o universo juvenil midiaticizado prescinde de um quadro de referência mais amplo, que dê conta da experiência cotidiana nos países atravessados pela colonialidade (LUGONES, 2020). Nossa proposta tem sido, partindo dessa discussão, a de realizar análises sobre a relação entre mídia e política a partir das pistas deixadas na recepção midiática e na produção de sentidos pelas juventudes brasileiras.

Isso implica em uma consideração a respeito de como os sujeitos, vivendo em contextos de assimetria econômica e social, forjam relações específicas com os meios, para além das mensagens. Assim, é preciso considerar, por exemplo, que 56% dos brasileiros e brasileiras acessam a Internet exclusivamente através do celular, percentual que se amplia entre as famílias com menor renda (TIC, 2018, p. 109).

O dado nos dá pistas para compreender a intensa utilização entre nós de aplicativos de mensagens e redes sociais, cujas trocas, inclusive, são incluídas gratuitamente em alguns planos de telefonia celular. Isso explica, por exemplo, por que muitas estratégias políticas nas eleições brasileiras em 2018 se basearam nesses aplicativos, que se tornaram a janela para o mundo político de muitos eleitores. Cabe perguntar, portanto, quais são os impactos desse fenômeno para a democracia e seus desdobramentos na experiência cotidiana.

Esse percurso teórico-conceitual nos permite localizar de maneira mais precisa o desenvolvimento de nossas pesquisas dentro do PPGMC. Consideramos que a investigação de fenômenos político-informacionais, como os usos da desinformação, vistos durante a pandemia de Covid-19, ou a apreensão de seus efeitos sociais e subjetivos, prescindem de um olhar sobre o contexto (leis, regulações, infraestrutura, educação) e sobre a experiência cotidiana dos sujeitos na sua relação com a mídia. E são justamente os sujeitos e sujeitas juvenis os que se encontram em melhor posição para fornecer as respostas para os problemas do nosso tempo.

Mídias, redes e jovens

Embora não se possa afirmar que as redes digitais tenham assumido o protagonismo na produção e circulação de informações, tampouco se pode entender o que vem acontecendo no campo da recepção sem investigá-las. Nesse contexto, os jovens ocupam um lugar de destaque na investigação dos processos de consumo de notícias e produção de sentidos, uma vez que já nascem mergulhados na ambiência digital. A TIC Domicílios (2018) mostra que entre os 16 e os 24 anos se encontra o maior percentual de utilização da Internet, 90%, contra uma média nacional de 70%. O dado, no entanto, não revela, por si só, as diferenças de classe, etnia, gênero e região geográfica que discriminam os utilizadores e forjam formas específicas de relação com as mídias.

Segundo o Estatuto da Juventude, são jovens os brasileiros entre 15 e 29 anos, o que representa um total de 48,5 milhões de habitantes, quase um quarto da população (BRASIL, 2013). Mas as diferentes realidades socioeconômicas e culturais do país resultam em diferentes modos de ser jovem (MARGULIS; URRESTI, 1996). Para compreendê-los, temos lançado mão de uma bibliografia produzida a partir da Sociologia da Educação e por feministas negras e decoloniais, a partir da qual essas diferenças tornam-se visíveis de forma mais concreta².

Embora ampla e controversa, a juventude apareceu para nós como uma categoria-chave para as pesquisas em mídia e cotidiano. No imaginário sociodiscursivo, a juventude se associa tanto a valores positivos – como vitalidade, beleza, empreendedorismo, capacidade de lidar com novas tecnologias – quanto a negativos, como violência, inconsequência e desvio. Enquanto experiência concreta, milhares de jovens sofrem opressões produzidas na interseccionalidade e têm negado o seu direito à juventude (BAIENSE; DIAS, 2017). Nesse sentido, a moratória social (MARGULIS; URRESTI, 1996) de que gozariam os indivíduos nessa fase da vida não estaria disponível a todos.

² Essa aproximação teórico-conceitual resultou, também, em uma profícua produção bibliográfica em parceria com outras pesquisadoras e em diálogo com diferentes objetos no campo da comunicação (FELIX; PAULLA, 2021; FELIX; SALDANHA, 2021; RAMALHO; FELIX, 2021; FELIX; SALDANHA; FELIX, 2020).

Segundo a Síntese de Indicadores Sociais do IBGE, a juventude foi o grupo mais afetado pela recessão entre 2014 e 2016, e os jovens com menor nível de instrução, os pretos ou pardos e as mulheres sofreram ainda mais: “[...] uma jovem preta ou parda possuía 2,3 vezes mais chances do que um jovem branco de não estudar nem estar ocupada em 2016. [...] as jovens brancas tinham 1,2 vezes mais chances que os jovens pretos ou pardos de estarem nesse grupo” (IBGE, 2017).

Os números sobre encarceramento e homicídios dessa parcela da população mostram que o fenômeno da “juventude perdida” (ATLAS, 2019, p. 25) se tornou um problema de saúde pública. Homicídios foram a principal causa de mortes entre os brasileiros dos 15 aos 29 anos em 2017 (ATLAS, 2019). Só naquele ano, 35.783 jovens foram assassinados no Brasil, 94,4% dos quais eram homens. Entre eles, a taxa de homicídios por 100 mil habitantes chegou a 130, um recorde em relação aos dez anos anteriores.

Analisando o perfil das vítimas, tem-se um quadro evidente do padrão racista, sexista, classista e etário do fenômeno. O Brasil registrou 618 mil homicídios nos últimos dez anos. Em 91,8% deles, as vítimas eram homens. Em 55,0% dos casos, os óbitos ocorreram no período da juventude, com um pico de registros aos 21 anos. Em relação à cor, 73,1% de todos os homens mortos no período eram negros e 74,6% possuíam até sete anos de estudo. Em 76,9% das vezes, as mortes foram produzidas por armas de fogo (ATLAS, 2019, p. 69-73).

Às desigualdades de classe, renda, gênero e raça somam-se as diferenças regionais, que se expressam também em relação à disponibilidade de infraestrutura e meios de comunicação (JACKS, 2014). De uma maneira bastante ampla, portanto, podemos considerar que há uma série de variáveis de ordem sociocultural, nem sempre captadas pelos estudos internacionais sobre letramento, que impactam as formas como os jovens consomem e produzem sentidos sobre as mensagens midiáticas. Nossas pesquisas buscam aproximar-se dessa complexidade e refletir sobre a relação entre letramento e produção de sentidos em países do Sul Global, a partir de um ponto de vista interseccional (COLLINS, 2019).

Desde a constituição do grupo Mídias, redes e jovens, em 2013, temos privilegiado um olhar sobre a relação das juventudes brasileiras com o noticiário. A produção de sentidos sobre a política, a experiência pandêmica e a própria condição juvenil são alguns dos recortes realizados ao longo do período. O *locus* da investigação é o cotidiano das grandes cidades, espaço de reprodução da vida de todo dia (HELLER, 1992), mas também de reinvenção (CERTEAU, 1998), e onde a midiaticização atua de maneira mais incisiva. Neste momento, temos especial interesse em investigar a forma como se produzem subjetividades atravessadas pela pandemia de Covid-19, experiência que tem, necessariamente, uma dimensão midiática (FELIX *et al.*, 2021).

Comunicação popular e mídia-educação

Situar a pesquisa sobre juventude e mídia no cotidiano traz a necessidade de investigar como as práticas comunicativas, as apropriações midiáticas, os usos e as habilidades comunicacionais se encontram, para além das políticas públicas ou apesar da ausência delas. No Brasil, a ação de grupos ligados a universidades e ONGs, em parceria com o poder público ou não, são uma contribuição fundamental para entender como o campo se desenvolveu, e que relações essas iniciativas territorializadas guardam com o surgimento de coletivos e ativistas que usam a comunicação como forma de intervir e participar do debate público.

Bévort e Belloni (2009) consideram que as primeiras experiências com o que então se chamava mídia-educação floresceram nos anos 1950/1960, baseadas em projetos de leitura crítica da mídia.

As abordagens mais influentes focalizavam os efeitos da ‘exposição’ às mídias de massa da época: efeitos ideológicos, político-eleitorais, éticos e sobre comportamentos infantis e adolescentes (violência, sexualidade...). Pesquisadores de diferentes horizontes, educadores, jornalistas e grupos religiosos buscavam minimizar a importância dos efeitos das mídias ou, ao contrário, demonstrar seus perigos. (BÉVORT; BELLONI, 2009, p. 1085)

Reconhecendo que a imprensa faz um recorte da realidade e que a forma como a reconfigura e devolve às audiências também produz sentidos, pesquisadores, educadores e ativistas se mobilizam, assim, em projetos de leitura crítica da mídia. A partir do campo da Comunicação, podemos considerar que mobilizam saberes sobre os processos produtivos, as gramáticas e a economia política da mídia.

A partir dos anos 2010 (HOBBS *apud* SPINELLI; SANTOS, 2019), questões ligadas à cidadania digital ganham relevância entre as iniciativas de Educação Midiática. Isso inclui o desenvolvimento de competências para combater a desinformação. Como ressalta o relatório *Fake News and Critical Literacy*, do Reino Unido.

As habilidades de alfabetização, e as habilidades críticas de alfabetização, em particular, têm um papel cada vez mais importante a desempenhar, ajudando-nos a interpretar a riqueza de informações disponíveis na era digital. Por sua vez, as habilidades críticas de alfabetização devem ser recalibradas para nos ajudar a navegar no mundo digital em que vivemos. (NATIONAL, s/d, p. 6)

O estudo realizado pelo consórcio de universidades e instituições europeias reforçou o papel da sociedade civil na promoção de ações para o letramento midiático e informacional

[...] Políticas públicas sozinhas não incrementam o letramento midiático, naturalmente, e muitas iniciativas de promoção do letramento midiático são resultado de esforços de base. A promoção do letramento midiático tem sido identificada pelo estudo por ocupar especialistas nacionais, escolas e iniciativas da sociedade civil, apensar da ausência de regulamentação forte e fundamentos legislativos. (CELOT; PÉREZ-TORNERO, 2009, p. 11-12)

No entanto, como assinalamos, essa corrente desconsidera as mediações da política e da cultura que intervêm nos processos de produção, circulação e consumo de mensagens. Nesse sentido, nossas investigações se aproximam da tradição brasileira de

pesquisa em Educomunicação, que redefine a perspectiva do pesquisador, partindo dos meios às mediações. É no cotidiano que as mensagens adquirem sentidos, que investigamos a relação das juventudes com o que se passa nas mídias. Ou, dito de outra forma, buscamos compreender como o que se passa nas mídias impacta o cotidiano de jovens brasileiras e brasileiros.

Pinto *et al.* (2011, p. 33) lembram que a experiência cotidiana é, também ela, “marcada por uma determinada modalidade de relação com os media, feita de experiências passadas, representações, estilos de vida”. Isso implica em uma consideração a respeito do que representa, em si, uma educação para as mídias e seu impacto em termos políticos.

A ênfase dos programas de letramento midiático sobre a juventude representa um contraponto importante às várias teorias a respeito da natural habilidade dos jovens com as Tecnologias da Comunicação e Informação. Conforme Buckingham (2012), muitas visões a respeito dos efeitos da mídia sobre a sociedade se baseiam num determinismo tecnológico. Nessa perspectiva, a juventude é tida como “naturalmente” mais apta a lidar com as novas tecnologias da informação e comunicação. A noção de “geração digital” conduz a uma espécie de essencialismo ou exotismo da juventude, ignorando as experiências concretas dos sujeitos e suas rupturas e continuidades em relação a outras gerações (MANNHEIM, 1952). Da mesma forma, apaga as diferenças no acesso às tecnologias e às oportunidades de engajamento em uma cultura digital.

Identificar esses vários condicionantes, bem como as múltiplas mediações que atravessam a produção de sentidos das juventudes na relação com a mídia, exige que se abram várias frentes de investigação. Esse é um longo percurso para compreender as imbricações entre mídia, cotidiano e política, a partir da perspectiva que nos propomos a investigar. A construção de um arcabouço teórico, o mapeamento das políticas públicas para letramento midiático e informacional e a análise das juventudes vêm nos auxiliando a interpretar os dados que nos chegam.

Referências

ABU-FADIL, Magda. Combate à desinformação e à informação incorreta por meio da Alfabetização Midiática e Informacional (AMI). *In*: IRETON, Chrerilyn; POSETIT, Julie. Jornalismo, fake news e desinformação. **Manual para Educação e Treinamento em Jornalismo**. Série Unesco sobre Educação em Jornalismo. Brasília: UNESCO, 2019.

Atlas da violência 2019. Brasília, DF: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA). São Paulo: Fórum Brasileiro de Segurança Pública, 2019. 115 p. Disponível em: http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/relatorio_institucional/190605_atlas_da_violencia_2019.pdf. Acesso em: jul. 2020.

BAIENSE, Carla; DIAS, Maite Nora Blancquaert Mendes. Direito à juventude: a retórica da maioria penal na mídia brasileira. *In*: OLÍMPIO-FERREIRA, Moisés; GRÁCIO, Rui Alexandre (org.). **Retórica e comunicação multidimensional**. Coimbra: Grácio Editor, 2017.

BAQUERO, Marcello; BAQUERO, Rute Vivian Angelo; MORAIS, Jennifer Azambuja de. Os jovens estão mais assertivos politicamente no Brasil? Uma análise da cultura política. **Revista Debates**, Porto Alegre, v. 10, n. 2, p. 47-70, maio-ago. 2016.

BÉVORT, Evelyne; BELLONI, Maria Luiza. Mídia-educação: conceitos, história e perspectivas. **Educ. Soc.**, Campinas, v. 30, n. 109, p. 1.081-1.102, set./dez. 2009.

BONIN, Jiani Adriana; CORRÊA, Franciele Zarpelon. Práticas educacionais no projeto Alunos em Rede – Mídias Escolares e cidadania comunicativa. **Comunicação & Educação**, ano XX, n. 1, jan./jun. 2015.

BRASIL. Lei nº 12.852, de 5 de agosto de 2013. Estatuto da Juventude. **Diário Oficial da União**, Brasília, 2013.

BUCKINGHAM, David. Precisamos realmente de educação para os meios? **Comunicação & Educação**, ano XVII, n. 2, p. 41-60, jul./dez. 2012.

CELOT, Paolo; PÉREZ-TORNERO, José Manuel (coord.). **Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels**. A comprehensive view of the concept media literacy and an understanding of how media literacy levels in Europe should be assessed. For the European Commission, Directorate General Information Society and Media, Brussels: Media Literacy Unit. 2009.

CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano**. Artes de fazer. 3. ed., Petrópolis (RJ): Vozes, 1998.

COLLINS, Patricia Hill. **Pensamento feminista negro: conhecimento, consciência e a política do empoderamento**. Tradução: Jamille Pinheiro. 1. ed., São Paulo: Boitempo, 2019.

DATAFOLHA: quantos eleitores de cada candidato usam redes sociais,

leem e compartilham notícias sobre política. **Folha de São Paulo**. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/eleicao-em-numeros/noticia/2018/10/03/datafolha-quantos-eleitores-de-cada-candidato-usam-redes-sociais-leem-e-compartilham-noticias-sobre-politica.ghtml>.

DESIGUALDADES sociais por cor ou raça no Brasil. Estudos e Pesquisas. **Informação demográfica e socioeconômica**, n. 41. Rio de Janeiro: IBGE, 2019.

DIAS, Maitê Nora Blancquaert Mendes. **Maioridade penal em pauta**: medo e punição na imprensa. 2017. 141 f. Dissertação (Mestrado em Mídia e Cotidiano) – Instituto de Arte e Comunicação Social, Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, 2017.

FELIX, Carla Baiense; ROCHA, Victor do Nascimento; CASTRO, Patrícia Fernandes Viana Franco de; MENDES, Larissa de Moraes Ribeiro; FONTES, Helen Pinto de Britto. Juventude e trauma geracional: como os jovens. **LIINC em Revista**, v. 17, n. 1, p. 1-14, maio 2021.

FELIX, Carla Baiense; PAULLA, Monique. Racismo cotidiano na política brasileira: xingamentos e ameaças contra a parlamentar negra Talíria Petrone e seu significado na herança colonial. **Reciis – Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 2, p. 333-345, abr./jun. 2021.

FELIX, Carla Baiense; SALDANHA, Patrícia. Mulheres que não cabem na tela: a (in)visibilidade periférica na publicidade de utilidade pública sobre a Covid-19. *Revista Eco-Pós*, v. 24, n. 1, p. 188-212, 2021.

HELLER, Agnes. **O cotidiano e a história**. 4. ed., São Paulo: Paz e Terra, 1992.

HALL, Stuart. **Da diáspora**. Identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (Pnad)**. Informações sobre o mercado de trabalho brasileiro em curto prazo. 2017. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/multidominio/condicoes-de-vida-desigualdade-e-pobreza/17270-pnad-continua.html?=&t=o-que-e>. Acesso em: 13 out. 2021.

IBGE. Síntese de indicadores sociais, uma análise das condições de vida da população brasileira 2017. **Estudos & Pesquisas**: informação demográfica e socioeconômica, nº 37. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101629.pdf>. Acesso em: 13 out. 2021.

INTERVOZES. **A hegemonia da concentração sem limites**. 2019. Disponível em: <https://brazil.mom-rsf.org/br/destaques/concentracao/>. Acesso em: 13 out. 2021.

IRETON, Cheryl; POSETIR, Julie. **Jornalismo, fake news e desinformação**. Manual para Educação e Treinamento em Jornalismo. Série Unesco sobre Educação em Jornalismo. Brasília: Unesco, 2019.

JACKS, Nilda (coord.); TOALDO, Mariângela M. (org.). **Brasil em números**. Dados para pesquisas de comunicação e cultura em contextos culturais. Florianópolis: Insular, 2014.

LABAKI, Amir. 'Guerra dos Mundos' via rádio assustou os EUA há 80 anos. Adaptação de clássico para o rádio por Orson Welles levou a preocupação com poder da mídia. **Folha de São Paulo**. out. 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2018/10/guerra-dos-mundos-via-radio-assustou-os-eua-ha-80-anos.shtml>. Acesso em: 21 jul. 2021.

LESSENSKI, Marin. **Media Literacy Index 2018: Common Sense Wanted**. Open Society Institute Sofia. Disponível em: https://osis.bg/wp-content/uploads/2018/04/MediaLiteracyIndex2018_publishENG.pdf. Acesso em: 13 out. 2021.

LUGONES, María. Colonialidade e gênero. In: HOLLANDA, Heloisa Buarque de (org.). **Pensamento feminista hoje: perspectivas decoloniais**. Rio de Janeiro: Bazar do tempo, 2020.

LOPES, Paula Cristina. Literacia mediática e cidadania: uma relação garantida? **Análise Social**, n. 216, v. 3, 2015. Disponível em: http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/AS_216_a04.pdf. Acesso em: 13 out. 2021.

MARGULIS, Mario; URRESTI, Marcelo. La juventud es más que una palabra. In: MARGULIS, Mario (org.). **La juventud es más que una palabra**. Buenos Aires: Biblos, 1996.

MEC. **Base Nacional Curricular Comum**, 2017. Disponível em: http://basenacionalcomum.mec.gov.br/wp-content/uploads/2018/12/BNCC_19dez2018_site.pdf.

National Literacy Trust. Fake News and critical literacy: final report. 11 jun. 2018. Disponível em: <https://literacytrust.org.uk/research-services/research-reports/fake-news-and-critical-literacy-final-report/>.

PINTO, Manuel (coord.); PEREIRA, Sara; PEREIRA, Luis; FERREIRA, Tiago Dias. **Educação para os media em Portugal: experiências, atores e contextos**. Braga, Portugal: Universidade do Minho, 2011. Disponível em: <https://bit.ly/2qWTqBV>. Acesso em: 10 ago. 2019.

RAMALHO, Carla; FELIX, Carla. Para ver o invisível: o papel do esclarecimento e a mediação socializadora do telejornalismo para narrar o encarceramento em massa. **Revista Interim**, v. 26, n. 2, p. 119-136, 2021.

SALDANHA, Patrícia Gonçalves; FELIX, Carla Baiense. Mulheres negras e Covid-19: as marcas discursivas de uma dupla exclusão. **Alaic – Revista Latinoamericana de Ciencias de la Información**. v. 19, n. 35, p. 108-122, 2020.

SCHWARTZ, A. Brad. **Broadcast hysteria: Orson Welles 'War of the worlds' and the art of fake news**. [s. l.]: Hill and Wang, 2015.

SOARES, Ismar de Oliveira. Educomunicação e educação midiática.

Comunicação & educação, ano XIX, n. 2, p. 15-26, jul./dez. 2014.

SOARES, Magda. Letramento e alfabetização: as muitas facetas. **Revista Brasileira de Educação**. n. 25, p. 5-17, jan./abr. 2003.

SOARES, Magda. Novas práticas de leitura e escrita: letramento na cibercultura. **Educ. Soc.**, Campinas, v. 23, n. 81, p. 143-160, dez. 2002.

SPINELLI, Egle Müller; SANTOS, Jéssica de Almeida. Saberes necessários da educação midiática na era da desinformação. **Revista Mídia e Cotidiano**, v. 13, n. 3, dez. 2019. Disponível em: <http://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/38112>. Acesso em: 19 dez. 2019.

TIC Domicílios. Pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros, 2018. São Paulo: Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR Brazilian Network Information Center, 2019.

WELLS, H. G. **A guerra dos mundos**. São Paulo: Editora Suma, 2016.

WILSON, Carolyn; GRIZZLE, Alton; TUAZON, Ramon; AKYEMPONG, Kwame; CHEUNG, Chi-Kim. **Alfabetização midiática e informacional: currículo para formação de professores**. Brasília: Unesco, UFTM, 2013.

O jornalismo confrontado a partir de seus discursos e práticas

Larissa Morais

Estudos de Jornalismo, Política e Sociedade é o nome de uma disciplina do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense (PPGMC/UFF) e também do grupo de estudos que criei como fórum permanente de debates sobre as pesquisas que oriento no programa desde 2017, a partir do projeto “Discursos, práticas e identidade profissional no jornalismo contemporâneo”. O projeto vinculado traz um “guarda-chuva” abrangente que tem agregado trabalhos sobre o jornalismo e suas interfaces com a política e a sociedade, a partir da análise de diferentes tipos de conteúdo jornalístico, especialmente em coberturas de política e economia, mas que está aberto a incorporar, na pós-graduação, abordagens voltadas à transformação das práticas profissionais jornalísticas e à investigação de como a identidade profissional jornalística vem sendo afetada no cenário de transformações da profissão¹.

Até aqui, o que todas as pesquisas que venho orientando têm em comum é o interesse em revelar sentidos não explícitos em conteúdos jornalísticos diversos, como as capas que o jornal *O Globo* produziu sobre o golpe de 1964, no trabalho de Luciano Dias², ou a cobertura das manifestações de 2013, no Brasil, no mesmo jornal, estudada por Carolina Barreto, em contraposição ao conjunto de notícias sobre as manifestações estudantis de 1964. Enquanto Luciano procura mostrar como *O Globo* legitimou o golpe, a partir dos discursos que produziu em suas primeiras páginas, nos aniversários de 31 de março, Carolina

¹ Na graduação, essas duas frentes de pesquisa já estão abertas, em um projeto de iniciação científica sobre as afetações na identidade profissional jornalística, em tempos de precarização do trabalho e pandemia de Covid-19, realizado por Victor Silveira, e no Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) de Gabriela Medeiros sobre transformações nas práticas de produção de notícias em função da pandemia.

² Luciano Dias e Carolina Barreto ingressaram no PPGMC na turma de 2019.

investiga como recursos textuais, de edição e de enquadramento utilizados para criminalizar os estudantes, durante a ditadura, foram novamente apropriados pelo jornal na cobertura de 2013.

A análise de conteúdo jornalístico de teor político também está no cerne da pesquisa de Camila Shaw³, que investiga notícias do *Jornal Nacional* a respeito dos juízes Joaquim Barbosa e Sérgio Moro, construídas quase sempre no sentido de criminalizar a política brasileira. No contexto do julgamento do “Mensalão”, no governo de Luís Inácio Lula da Silva, e da “Lava Jato”, no governo Dilma Rousseff, os Poderes Executivo e Legislativo, muitas vezes associados à corrupção e vícios políticos, são contrapostos a um Judiciário idealizado, na figura dos dois juízes. Já Rebeca Letieri dedica-se a destrinchar notícias falsas veiculadas nas principais redes sociais às vésperas do segundo turno das eleições de 2018, em prejuízo da candidatura de Fernando Haddad (PT), que perdeu o pleito para Jair Bolsonaro (PSL). Com a finalidade de compreender a estratégia da máquina de produção de desinformação montada pela campanha de Bolsonaro, ela propõe um cruzamento entre os enquadramentos utilizados nessas peças e os perfis de eleitores de Jair Bolsonaro, conforme mapeamento realizado pela pesquisadora Isabela Kalil (2018).

Em um trabalho iniciado mais recentemente, Tatiana Galdino⁴ discute a crise de credibilidade do jornalismo, à luz da pandemia de Covid-19, considerando que a propagação de ideias negacionistas e notícias falsas sobre a ciência em geral e a doença em particular no ano de 2020 representaram um ponto de inflexão para a reafirmação da imprensa como instituição confiável. O caso estudado é o do *Jornal Nacional*.

Já Robson Sales defendeu em 2020 a dissertação “Empreendedorismo: uma análise por meio do jornalismo econômico”, na qual analisou como a cobertura econômica incorporou o discurso neoliberal, em reportagens sobre empreendedorismo em tempos de crise publicadas em três jornais nacionais em 2017⁵. Pesquisador e jornalista econômico, Robson mostrou que a imprensa especializada usou casos de sucesso no mundo corporativo para

³ Camilla Shaw e Rebeca Letieri ingressaram no PPGMC na turma de 2020.

⁴ Tatiana Galdino ingressou no PPGMC na turma de 2021.

⁵ Os jornais analisados foram *Folha de S. Paulo*, *O Globo* e *O Estado de São Paulo*.

romantizar a trajetória de homens e mulheres que montam seus próprios negócios. Nos discursos construídos nessas reportagens, os riscos inerentes a essa opção quase sempre foram silenciados.

O período da análise é o do governo Michel Temer e revela muito sobre essa abordagem dos veículos. Na época, a grande imprensa especializada discutia as perspectivas da reforma trabalhista negociada por Temer de modo favorável à sua concretização, que terminou por acontecer em novembro do mesmo ano⁶. Nesse contexto, o discurso em favor do empreendedorismo se mistura ao discurso em favor da própria reforma. Com o auxílio das metodologias de Análise de Conteúdo e Análise de Enquadramento, a dissertação mostrou que superação e meritocracia foram apontados como soluções para a recuperação econômica. O empreendedor foi sistematicamente associado a alguém mais livre, criativo e impetuoso do que alguém que trabalha nos moldes tradicionais.

Também defendida em 2020, a dissertação de Victor Rocha utiliza a Análise do Discurso para discutir o potencial do jornalismo como instrumento de transformação da sociedade. Em trabalho que levou o título de “Uma retomada do jornalismo sensível. A apresentação de leituras plurais da realidade por um jornalismo dos afetos”, o autor se propôs a investigar se o jornalismo poderia ganhar fôlego a partir da aposta numa abordagem sensível da realidade, capaz de acionar no leitor uma percepção mais afetiva e empática do mundo.

Uma pergunta de partida da pesquisa foi se esse modelo poderia acontecer a despeito de a atividade ter se consolidado como prática social no capitalismo e desde o século XX ser predominantemente produzida em grandes conglomerados, voltados ao lucro. Dito de outro modo, seria o jornalismo comercial, normalmente elaborado em ritmo frenético, compatível com o *timing* de um jornalismo capaz de acionar a subjetividade do leitor? Para discutir o assunto, Victor trabalhou com a análise de reportagens de Eliane Brum, para os jornais *Zero Hora* e o *El País*; Fabiana Moraes, para o *Jornal do Commercio* (PE), e Armando Antenore, para a revista *Piauí*. A conclusão foi que, quando adota uma

⁶ Análise da cobertura das reformas trabalhista e da previdência realizada por Castro et al. (2018) aponta esse viés favorável, por parte da imprensa.

perspectiva sensível, o jornalismo consegue superar a mesmice da produção factual cotidiana e se aproximar da arte, realizando o que Heller (2014) chamaria de suspensão do cotidiano, para romper com a alienação. Essa seria uma forma de oferecer aos leitores uma aproximação mais plural da realidade e ampliar a capacidade de transformação social do discurso jornalístico.

Referencial teórico

Os veículos jornalísticos e as notícias que produzem, para diferentes meios, compõem um espaço público altamente midiático (SODRÉ, 2002) por meio do qual a sociedade tem acesso ao que acontece no mundo, para além do seu círculo imediato de convivência. Na definição de Alfredo Vizeu Pereira Junior (2005, p. 2), as notícias são “resultado da atividade diária de jornalistas que, a partir da cultura profissional, da organização do trabalho, dos processos produtivos, dos códigos particulares (as regras de redação), da língua e das regras do campo das linguagens, no campo da enunciação, produzem discursos” e representações do mundo.

Em pesquisa sobre construção dessas representações, o autor assume a influência da Teoria do Conhecimento, de Berger e Luckman (2004 [1966]). A ideia central que os sociólogos austro-americanos desenvolveram no clássico *A construção social da realidade* é que a realidade é construída pela experiência cotidiana em sociedade. A percepção das pessoas seria moldada pelos sentidos subjetivos atribuídos às experiências objetivamente vividas. A dupla de autores procura mostrar que, por meio dessas experiências, atravessadas por discursos com sentidos compartilhados, as pessoas acessam “esquemas tipificadores” que lhes apresentam a realidade e a inserem na vivência social. Tais esquemas, por sua vez, são apreendidos pelos símbolos e pela linguagem, presentes nas interações sociais. A legitimação desse processo acontece também de forma partilhada e é reforçada por tradições, sistemas culturais, linguagens e símbolos que são incorporados aos conteúdos midiáticos.

Nesta pesquisa compreende-se que, ao expor a realidade, o jornalista a recorta, enquadra e narra, de modo a influir sobre ela, reproduzindo e produzindo relações de poder. Em uma apreensão mais geral, ocorre um alinhamento à definição de Leonel Aguiar, que conjuga teorias do jornalismo ao enfoque de Michel Foucault sobre a produção de discursos e as relações sociais de saber/poder, ao afirmar que as notícias são “construções narrativas que produzem condições de possibilidades através das quais a realidade se dá a conhecer” (AGUIAR, 2014, p. 230). Para o autor, “a comunidade interpretativa dos jornalistas, as representações sobre a realidade social determinadas pela imprensa implicam em práticas discursivas atravessadas por efeitos de poder e por relações de poder-saber” e que essa mesma comunidade “compreende que o processo de produção da informação se configura como um espaço público de lutas micropolíticas no qual diversas forças sociais, políticas e econômicas disputam a produção de sentido sobre o real (AGUIAR *apud* ALVES, 2021, p. 31).

De modo complementar, considera-se que, mesmo condicionado historicamente pelo capitalismo, o jornalismo apresenta potencialidades que o ultrapassam, como sustenta Adelmo Genro Filho (1987). Para o autor marxista, um dos primeiros no Brasil a defender o jornalismo como campo específico de pesquisa acadêmica, “o jornalismo não pode ser reduzido às condições de sua gênese histórica, nem à ideologia da classe que o trouxe à luz”, a burguesia (GENRO FILHO, 1987, n.p.). Dessa perspectiva, a proposta de pesquisa deve ser compreendida como instrumento que pode auxiliar o jornalismo a alcançar seu potencial transformador ou ao menos contribuir para uma reflexão crítica sobre os discursos que produz e suas consequências.

O referencial teórico apontado conduz ao entendimento do jornalismo como dispositivo dialético, que ao mesmo tempo interfere sobre a realidade e sofre sua interferência, por meio de discursos que, do mesmo modo, tanto refletem relações de poder como ajudam a moldá-las.

Mídia e Cotidiano

Em consonância com a definição adotada pelo próprio PPGMC, no projeto “Discursos, práticas e identidade profissional no jornalismo contemporâneo”, a mídia é entendida a partir de todos os suportes e aparatos tecnológicos utilizados para mediações discursivas – nesta pesquisa representada por produtos jornalísticos – e o cotidiano como “o ambiente espaço-temporal em que se processam as representações, as disputas e as transformações sociais” (CABRAL, 2018). Pretende-se estabelecer uma compreensão dialética entre mídia e vida cotidiana, analisando as contradições e potencialidades dos discursos midiáticos, num tempo histórico marcado pela centralidade cada vez maior das mídias na vida das pessoas. Mídia e cotidiano são, portanto, “muito mais do que complementares: se constituem como um único lugar que cimenta o mundo da vida” (BARBOSA, 2021, p. 20). Esse espaço-tempo da vida é incorporado nos diferentes estudos para além da aparente banalidade do dia a dia, como algo que pode ser transformado.

A dimensão mídia/cotidiano faz parte das pesquisas que compõem o projeto de dois modos principais: ao se tomar o jornalismo como prática social que ajuda a conformar, mas também a transformar, a percepção cotidiana da realidade e no enfoque da relação entre as mídias jornalísticas e práticas profissionais que se automatizam perante o que Sylvia Moretzsohn (2002) chama de “fetiche da velocidade”, atrapalhando o jornalista no necessário exercício de suspensão que torna possível transformar o senso comum em senso crítico, a partir da produção de conteúdo jornalístico. Esse exercício permitiria ao repórter elevar-se acima da aparência imediata dos fatos reportados, de modo a apreender os significados mais profundos dos acontecimentos.

A ideia de transformar senso comum em senso crítico é desenvolvida pela autora no livro *Pensando contra os fatos*, de 2007, outra referência importante do projeto. Moretzsohn (2007) toma o jornalismo como forma de conhecimento necessariamente vinculada à vida cotidiana e associada ao ideal iluminista de esclarecimento. O jornalismo estaria inserido numa estrutura de manutenção de hegemonia, mas não tentacular a ponto de

impedir uma produção capaz de levar o leitor a “pensar contra os fatos”. Nos aproximamos dessa abordagem, coerente com a Linha 2 de pesquisa do PPGMC, “Política, discursos e sociedade”.

Dito de outro modo, o desafio do jornalismo seria investir contra a naturalização, no senso comum, de fatos que deveriam ser interpretados à luz do senso crítico. A autora estabelece um diálogo com o pensamento de Lukács (1974) e Agnes Heller (2014), uma das principais autoras da bibliografia da disciplina obrigatória de Mídia e Cotidiano, no PPGMC. Para Heller, atos e percepções automatizadas do cotidiano podem, em algumas situações, ser “suspensas”, fazendo a alienação dar lugar à apreensão crítica da realidade. É nesse tempo-espaço do cotidiano que nos desafiamos a reconhecer a produção simbólica e de atribuição de significados que se dá por meio da mídia e, mais especificamente, do jornalismo.

Jornalismo em crise

Nas pesquisas mencionadas e em outras iniciadas mais recentemente sob minha orientação, no âmbito do PPGMC e dos cursos de graduação de Jornalismo e Comunicação Social da UFF, há um esforço em compreender como o contexto de crise do jornalismo se reflete tanto em conteúdos jornalísticos como em práticas da profissão. A crise é vista pelo prisma profissional (relacionada à perda de postos e progressiva precarização do trabalho, no cenário de convergência midiática) como parte também de uma crise maior, ligada a um conjunto de mudanças estruturais no jornalismo. No Brasil, o problema ainda é agravado por fatores conjunturais como a estagnação econômica da última década e a guinada política que reconduziu ao Executivo em 2018 uma extrema-direita que estava afastada do núcleo de poder desde a ditadura militar (1964-1985).

Como parte desse cenário, que interfere diretamente tanto na produção jornalística como nas condições laborais dos jornalistas, deve ser lembrado o contínuo processo de reestruturação nas organizações de mídia e remodelação de seus negócios (BELL; OWEN, 2017), que subordina as empresas de comunicação às plataformas das gigantes do Vale do Silício.

Mesmo iniciativas independentes das grandes empresas de mídia e/ou com propostas alternativas de produção não conseguem ganhar visibilidade (e portanto, autonomia financeira), se não tiverem algum tipo de vinculação a grandes plataformas como o Google e o Facebook. Na prática, apesar do espaço que novos projetos jornalísticos vêm ganhando, com o mérito de trazer mais pluralidade ao espaço público hoje representado pela mídia, o poder das grandes empresas de comunicação segue desproporcional ao que seria razoável, em uma sociedade mais plural (HERMAN; CHOMSKY, 2002; VAN DIJCK, 2018). Já Moraes (2009) prefere definir essas empresas como corporações de infotelecomunicações, termo que “ao reunir os prefixos dos setores convergentes (informática, telecomunicações e comunicação midiática), [...] designa a conjunção de poderes estratégicos relacionados ao macrocampo multimídia” (MORAES, 2009, p. 63).

Metodologias

Do ponto de vista metodológico, fazem parte do escopo de possibilidades de pesquisa diferentes abordagens da análise textual, inclusive a Análise do Discurso; a abordagem das teorias do Enquadramento, combinada ou não à Análise de Conteúdo; a pesquisa de inspiração etnográfica e o uso de entrevistas em profundidade, entre outras.

Dentre as metodologias adotadas com mais frequência, entre os trabalhos já realizados ou ainda em elaboração, as mais comuns têm sido a combinação entre Análise de Conteúdo e Análise de Enquadramento, tomando como autores de referência Bardin (2011) e Herscovitz (2007) para a elaboração do quadro de referência para um mapeamento de *corpus* e Entman (1993) e Porto (2002) como apoio para o mapeamento dos enquadramentos adotados, em coberturas específicas.

Essa foi a opção de Robson Salles e Carolina Barreto, respectivamente em seus trabalhos sobre abordagens do empreendedorismo no jornalismo econômico, as coberturas de manifestações estudantis em 1964 e 2013. Ambos partem de um *corpus* extenso primeiro classificado a partir de grandes categorias, como reco-

mendado na sistematização de dados por Análise de Conteúdo, para em uma etapa posterior de pesquisa ter uma amostra analisada de modo qualitativo, como propõe Herscovitz (2007). O processo de mapeamento incluiu o enquadramento como grande categoria, indutiva⁷, para depois apresentar e analisar os recortes recorrentes e discutir seus significados, na etapa qualitativa.

Tal abordagem metodológica está bem alinhada ao referencial teórico proposto, uma vez que o enquadramento “salienta o caráter construído da mensagem, revelando a sua retórica implícita, entranhada em textos supostamente objetivos” (SOARES, 2006). Um dos “pais” da teoria, Erving Goffman (1974) define que os enquadramentos são definidos como marcos interpretativos construídos socialmente, que permitem às pessoas atribuírem sentido aos acontecimentos e às situações sociais do cotidiano.

Já os trabalhos de Victor Rocha e Luciano Dias, respectivamente sobre o jornalismo sensível e a cobertura do golpe de 1964 pelo jornal *O Globo*, optaram pela Análise do Discurso como modo de buscar os sentidos implícitos nas materialidades discursivas selecionadas e interpretadas conforme a corrente francesa de estudos. Ambos aplicam o olhar analítico e interpretativo para enxergar através da opacidade da linguagem como os sentidos discursivos são ditos ou ocultados, em linha com a abordagem de Eni Orlandi (2015).

Outras frentes de pesquisa e abordagem

Antes mesmo de me credenciar no PPGMC, ingressei no grupo de pesquisas “Mídia, Redes e Jovens”, coordenado pela professora Carla Baiense, e que conta com a participação também da professora Helen Brito, além de mestrandos, doutorandos do programa de pós e de graduandos do curso de Jornalismo da UFF. Estamos juntas desde a fundação do grupo. Desde então, trabalhamos, por meio de diversas metodologias, para compreender as relações das juventudes com a mídia, no cenário

⁷ Nesse caso, as matérias jornalísticas são analisadas sem uma classificação prévia. Os recortes são buscados a partir da leitura.

mediatizado no qual estamos inseridos. Em conexão com minha pesquisa “guarda-chuva”, tenho procurado explorar as relações desse público com o jornalismo, por meio principalmente do estudo de aspectos como a interação com as notícias e a credibilidade que depositam na imprensa.

Em seu conjunto, as pesquisas já realizadas geraram diversos artigos e trabalhos científicos coletivos e individuais. De modo distinto dos trabalhos ligados ao projeto “Discursos, práticas e identidade profissional no jornalismo contemporâneo”, onde as análises na maior parte das vezes estão localizadas no conteúdo já acabado, no grupo os esforços de pesquisa estão localizados no âmbito da recepção. As metodologias incluem grupos focais, pesquisa participativa e até mesmo pesquisa quantitativa (nesses casos, normalmente numa segunda etapa alguma abordagem qualitativa complementa o trabalho). Considerando que o público jovem costuma sinalizar tendências de comportamento e consumo, o grupo entende que a pesquisa contribui para que se possa pensar modelos para tornar o jornalismo mais interessante para as novas gerações. As possibilidades do letramento midiático para o público jovem têm sido outro mote de pesquisas mais recentes, conduzidas pela professora Carla Baiense.

A produção do grupo tem conexão direta com a pesquisa de doutoramento de Iris Menezes de Jesus, que ingressou em 2021 no programa com a proposta de compreender o papel da mídia na estigmatização de jovens em situação de vulnerabilidade no Estado do Rio de Janeiro, a partir de duas frentes de pesquisa: a análise de conteúdo jornalístico sobre jovens subalternizados e a escuta de dois grupos juvenis sobre o modo como a mídia os representa (jovens em situação de vulnerabilidade inseridos no cotidiano escolar e jovens em privação de liberdade). Educadora e advogada, Iris realizou pesquisa de mestrado sobre a escolarização de jovens em situação de privação de liberdade, no sistema socioeducativo do Rio de Janeiro. Agora apresenta a hipótese de que os discursos da mídia e as representações que constroem podem comprometer e/ou influenciar negativamente a construção dos processos de subjetivação do grupo já estudado e de outros grupos juvenis subalternizados, o que ajudaria a aprofundar a compreensão sobre a dificuldade de consolidar políticas

públicas para jovens no Brasil, principalmente para aqueles que são negros, pobres e periféricos.

Em 2020, o “Mídias, Redes e Jovens” foi contemplado com edital de fomento da Faperj para grupos de pesquisa emergentes, com o projeto “Juventude e suicídio: percursos midiáticos e suas interfaces com a Educação”. Em parceria com o grupo Multis, das professoras Denise Tavares e Renata Rezende, com a participação também da professora Walcéa Barreto e de alunos do PPGMC⁸, o projeto articula pesquisa analítica e aplicada ao investigar a relação juventude/suicídio em um recorte que coloca o tema em seu trânsito midiático, isto é, que considera o papel da mídia como produtora de sentidos e elaboradora de representações sobre a temática. Outro objetivo é analisar e discutir tais percursos/objetos em diálogo com a educação formal. No recorte investigado por mim, Antônio Vianna e Carla Baiense, vem sendo desenvolvido estudo sobre as abordagens do suicídio pela imprensa. Discute-se como os veículos poderiam contribuir de modo mais efetivo para fomentar o debate sobre o tema e ajudar a reduzir a curva de suicídios no país, especialmente entre os jovens.

Esse conjunto diverso de pesquisas tem em comum o esforço de pensar o jornalismo como dispositivo que estrutura e é estruturador da sociedade contemporânea, e pode tanto contribuir de modo positivo para sua transformação como reforçar estereótipos, visões de mundo ou fatos políticos nocivos ao tecido social.

Referências

ALVES, Carlos Roberto Cerqueira. **Comunidades carentes e a comunicação audiovisual**: técnicas de edição como forma de expressão de comunidades oprimidas e oportunidade de vida para jovens moradores de favelas. 2021. Dissertação (mestrado em Comunicação Social). Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), Rio de Janeiro, 2021.

AGUIAR, Leonel. Critérios de noticiabilidade no jornalismo investigativo. In: SILVA, Gislene; SILVA, Marcos Paulo da; FERNANDES, Mario Luiz (org.)

⁸ Além das professoras mencionadas, participam do projeto os doutorandos Diego Cota, Max Milliano e Antônio Vianna, e a bolsista de Iniciação Científica, Julia Cruz.

- Crítérios de noticiabilidade:** problemas conceituais e aplicações. Florianópolis: Insular, 2014.
- BARBOSA, Marialva. Uma obra, uma vida, uma história. In: MORAIS *et al.* **Mídia e Cotidiano:** uma cartografia de pesquisas. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2021.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo.** São Paulo: Edições 70, 2011.
- BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade:** tratado de sociologia do conhecimento. Tradução de Floriano de Souza Fernandes. 24. ed., Petrópolis (RJ): Vozes, 2004 [1966].
- BELL, Emily; OWEN, Taylor. A imprensa nas plataformas. Como o Vale do Silício reestruturou o jornalismo. **Revista de Jornalismo da ESPM.** São Paulo: ESPM, jul.-dez. 2017, p. 48-83.
- CABRAL, Filipe Mello de Souza. **A pesquisa em Mídia e Cotidiano no contexto da tradição crítica latino-americana de Comunicação.** 2018. Dissertação (mestrado em Mídia e Cotidiano). Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, 2018.
- ENTMAN, Robert M. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. **Journal of Communication**, n. 43, v. 4, dez. 1993. p. 51-58.
- GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide** – para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê, 1987. Disponível em: <http://www.adelmo.com.br/index1.htm>. Acesso em: 25 jun. 2021.
- GOFFMAN, Erving. **Frame analysis.** New York: Harper, 1974.
- HELLER, Agnes. **O cotidiano e a história.** São Paulo: Paz e Terra, 2014.
- HERMAN, Edward S.; CHOMSKY, Noam. A propaganda model. In: HERMAN, Edward S.; CHOMSKY, Noam. **Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media.** New York: Pantheon Books, 2002.
- HERSCOVITZ, Heloisa Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia (org.) **Metodologia da pesquisa em jornalismo.** Petrópolis (RJ): Vozes, 2007.
- KALIL, Isabela. **Quem são e no que acreditam os eleitores do Bolsonaro.** São Paulo: FESPSP, 2018.
- LUKÁCS, Georg. **Estética**, v. 1, Barcelona: Grijalbo, 1974.
- MORAES, Dênis de. **A batalha da mídia:** governos progressistas e políticas de comunicação na América Latina e outros ensaios. Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2009.
- MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em tempo real:** o fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Revan, 2002.
- MORETZSOHN, Sylvia. **Pensando contra os fatos, jornalismo e cotidiano:** do senso comum ao senso crítico. Rio de Janeiro: Revan, 2007.
- ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise do discurso:** princípios & procedimentos. 12. ed. Campinas: Pontes, 2015.
- PEREIRA JUNIOR, Alfredo Eurico Vizeu. **Jornalismo e representações sociais:**

perspectivas teóricas e metodológicas. **Intexto**, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 12, jan./jun. 2005, p. 1-12.

PORTO, Mauro. Enquadramentos da mídia e política. **Anais do XXVI Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais (Anpocs)**. Caxambu (MG): Anpocs, 2002.

SOARES, Murilo. Análise de Enquadramento. *In*: BARROS, Antônio; DUARTE, Jorge (org.) **Métodos e técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2. ed., São Paulo: Atlas, 2006.

SODRÉ, Muniz. O *ethos* midiaticizado. *In*: SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho**. Por uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis (RJ): Vozes, 2002.

VAN DIJCK, José *et al.* **The Platform Society**. Public Values in a Connective word. Nova York: Oxford University Press, 2018.

Pensando a relação entre mídia e cotidiano com Lukács, Heller, Moretzsohn *et al.*

Marco Schneider

Introdução

Este artigo tem por base um estudo cuja realização foi motivada por duas razões: 1) porque coube a mim elaborar e ministrar a disciplina Mídia e Cotidiano para a primeira turma do então recém-credenciado Programa de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC), da Universidade Federal Fluminense (UFF), no primeiro semestre de 2013; e 2) porque me sugeriram pouco depois proferir um seminário sobre um livro de Lukács, *Introdução a uma estética marxista*, no âmbito do mesmo programa, devido à sua importância matricial para a reflexão em torno da categoria de cotidiano. Assim, quando surgiu o convite para contribuir com este livro, ou melhor, quando começou a apertar o prazo para a entrega do capítulo, optei por resgatar esse movimento original, situando-o no quadro geral da minha trajetória como pesquisador e professor do programa, por onde dou início à exposição, em estilo de memorial¹.

Na sequência, apresento o plano geral da disciplina Mídia e Cotidiano em sua primeira formulação. Depois me concentro na exposição da teorização de Heller (2004) sobre o cotidiano, antecedida de uma mui breve introdução aos argumentos de base que Lukács (1968) lhe fornece e sucedida por uma também curta apresentação de algumas das articulações pioneiras que Moretzsohn (2007) produziu entre as reflexões precedentes (junto a diversas outras), a mídia, o jornalismo e o cotidiano.

¹ O faço com a vênua de Alexandre Farbiarz, um dos organizadores do livro, que por sinal ocupava um cargo de chefia no Departamento de Comunicação quando da minha posse na UFF, em 14/07/2010, exatos 221 anos após a tomada da Bastilha, e foi o primeiro coordenador do PPGMC. Registro a memória de um papo nosso na Ponte Rio-Niterói, sentido Rio, em uma carona que ele me deu, na qual aventei pela primeira vez meu interesse em participar do programa, que ainda estava em elaboração.

Memorial sucinto

Venho desenvolvendo há 20 anos estudos ligados a um projeto de pesquisa maior, dito “guarda-chuva” no jargão acadêmico coloquial, em torno das interfaces entre questões de estética, ética, política, epistemologia, comunicação e informação. O guarda-chuva começou a ser delineado – ainda de modo inconsciente, sem ser concebido como um projeto unificado – em investigações sobre o fenômeno do gosto e seu significado, e do papel da mídia na sua formação, do gosto musical às preferências políticas, respectivamente nas minhas pesquisas de mestrado em Comunicação e Cultura (ECO-UFRJ, 2001-2003), e doutorado em Ciências da Comunicação (ECA-USP, 2004-2008). No pós-doutorado em Estudos Culturais (PACC-UFRJ, 2010-2012), discuti o diálogo entre os estudos culturais e o marxismo, problematizando a noção de recepção ativa, tendo como objeto empírico o uso da Internet por populações da periferia da cidade do Rio de Janeiro.

Na sequência, o projeto de pesquisa maior tornou-se consciente, institucionalizou-se e consolidou-se em sua forma atual. Isso se deu em um movimento de aproximação com a Ciência da Informação, resultante do meu ingresso como pesquisador no Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict), onde tomei posse em 20/02/2013, ano da primeira turma de mestrado do PPGMC. O projeto guarda-chuva situa-se, portanto, em uma zona interdisciplinar da Comunicação com a Ciência da Informação, em diálogo com a Filosofia e as Ciências Sociais, na perspectiva da economia política da informação, da comunicação e da cultura (doravante EPC).

Em termos epistemológicos, a EPC com a qual eu trabalho situa-se na intercessão entre a Comunicação, os Estudos Culturais e a Ciência da Informação. Como a maior parte da produção em EPC, a minha também é calcada principalmente na crítica da economia política de inspiração marxiana, cuja concepção e método gerais de estudo da sociedade, da história e da ciência vieram a ser posteriormente denominados materialismo histórico-dialético.

Essa denominação é polêmica, principalmente em função de seu uso vulgarizado como doutrina oficial da União Soviê-

tica. Feita a ressalva, e mesmo não havendo aqui espaço para aprofundar o debate, julgo importante conservá-la, pois remete a dois elementos centrais da fundamentação e da fortuna crítica marxiana: 1) a ênfase no estudo da história econômica – ou dos modos e relações de produção, propriedade, trabalho – das sociedades para o entendimento de sua história política e cultural; 2) a atualização efetuada por Marx (e Engels) da dialética hegeliana, que em si já era ao mesmo tempo lógica, ontológica e histórica, entendendo o real como uma totalidade contraditória, em permanente transformação, em uma disputa milenar entre forças que lutam pela efetivação da razão e da liberdade na realidade social e outras que a isso resistem, embora a forma como Hegel e Marx (e Engels) enxergassem essa efetivação fosse diferente. O ponto central dessa diferença é a oposição da coruja de Minerva à 11ª Tese.

Conforme essa concepção, diferentemente do pensamento genericamente denominado pós-moderno, a ciência, embora não pare acima das disputas de poder de cada época, não é somente mais uma entre várias narrativas de valor hermenêutico e elucidativo equivalente. Sem necessariamente ignorar o potencial valor de perspectivas alternativas da ciência e da realidade, e mesmo de visões de mundo não científicas, mais ou menos estruturadas, a ciência, na lente do materialismo histórico-dialético, quando corresponde ao seu próprio conceito, é um conhecimento racional mais acurado e ambicioso, capaz de reproduzir discursivamente a racionalidade imanente ao real, o que envolve a própria irracionalidade; é, portanto, conhecimento objetivo; totalizante, mas não totalitário; visando o conjunto do real em seu jogo de essência e aparência, em sua objetividade histórica, que é complexa, dinâmica, contraditória e qualitativamente irreduzível a seus aspectos observáveis e quantificáveis, como idealiza a razão positivista, embora não os desconsidere; recusa a neutralidade axiológica como uma ingenuidade ou uma falácia, comprometendo-se, portanto, com a luta ético política voltada ao fim da exploração do homem sobre o homem, ou melhor, dos proprietários dos meios de produção – em sua maioria homens brancos, americanos e europeus – e seus associados sobre o conjunto da humanidade; tem como

conceitos principais as noções de totalidade, mediação, contradição e práxis.

Em termos teóricos, portanto, trabalho preferencialmente, embora não exclusivamente, com a fortuna crítica da tradição marxiana, o que envolve, além do próprio Marx e de Engels, Lenin, Gramsci, Lukács, Bloch, Benjamin, Adorno, Horkheimer, Marcuse, Kosik, Ilyenkov, Debord, Mészáros, Heller, Zizek, Williams, Jameson, Eagleton, Kellner, entre outros, dentre os quais destaco Bourdieu.

Metodologicamente, dedico-me preferencialmente a pesquisas teóricas, de base bibliográfica e documental, de teor qualitativo, do tipo exploratório e ensaístico, isto é, comprometidas com a revisão crítica de um determinado conjunto de formulações e problemas, publicados em livros, jornais, leis, sites etc., em uma perspectiva hipotético dedutiva, que não tem o objetivo de produzir evidências empíricas quantitativas, embora possa eventualmente recorrer a esse expediente, mas argumentos originais e mais bem articulados do que outros em disputa sobre os fatos ou tópicos em questão, argumentos calcados em fundamentos empíricos, teóricos e documentais o mais consistentes possível. A despeito dessa preferência, e dependendo do objeto de pesquisa de discentes sob a minha orientação, colaboro com a investigação, indicação e avaliação crítica de métodos e técnicas de pesquisa aplicados mais comuns na pesquisa em Comunicação e Ciência da Informação, como análise de discurso, análise de conteúdo, pesquisa documental, método etnográfico, pesquisa de opinião, análise de redes digitais etc., indicando bibliografia especializada e disciplinas aderentes a serem cursadas, no PPGM-C-UFF, no PPGCI-Ibict/UFRJ ou em outros PPGs atinentes e acessíveis, bem como convidando especialistas nos métodos escolhidos para a composição das bancas de qualificação e defesa.

Mídia e Cotidiano 2013: plano geral e fundamentação teórica da disciplina inaugural

O objetivo geral do curso foi contribuir para o debate em torno da relação entre mídia e cotidiano, com ênfase na atuação

das indústrias culturais² na colonização do tempo livre pelo capital, tema pioneiramente articulado por Adorno e Horkheimer (1985) ao então novo papel da indústria cultural na suposta “integração da classe operária”, mediante processo mistificador, que tendia a minar seu potencial revolucionário. Para aprofundar o debate em torno do tempo de trabalho como não livre, bem como para tecer uma crítica a esta noção de “integração da classe operária”, foi estudado um texto de Mészáros (1993), ex-aluno e colaborador de Lukács, sobre as noções marxianas de *ser* e *existência* do trabalho, e outro de Antunes (2006), em pesquisa realizada sob a supervisão de Mészáros, sobre a ontologia da vida cotidiana, com destaque, igualmente, para o problema do trabalho.

Pretendeu-se propor um ângulo alternativo de análise que nos permitisse compreender melhor no que consistiria essa “colonização”, o que envolve sua eficácia, seus limites e suas contradições, potencialmente disruptivas. Para tanto, em primeiro lugar, foi necessário definir o que se entendia por “mídia”, definição para cuja elaboração uma varredura global das teorias da comunicação forneceria os elementos suficientes (MATTELART; MATTELART, 2008; WOLF, 1995; KELLNER, 2001). Em seguida, problematizar a própria noção de cotidiano, tarefa efetuada com base nas reflexões de Agnes Heller (2004) sobre o tema, e em Moretzsohn (2007), que além de mapear boa parte do que foi escrito de mais relevante sobre a categoria “cotidiano”, desenvolve um estudo pioneiro no sentido de articular a problemática à prática jornalística. Depois, seriam discutidas a noção de colonização da vida cotidiana, de inspiração frankfurtiana, em Adorno e Horkheimer (1985), e em Debord (1997); e a crítica promovida pelos Estudos Culturais a certas posições-chave do pensamento frankfurtiano, junto à crítica a essa crítica (KELLNER, 2001). Por fim, seriam incorporadas ao debate algumas posições gramscianas chave (MORAES, 2009) sobre o papel da cultura e da comunicação nas disputas pela hegemonia, culminando a disciplina com um estudo de Jameson (1995),

² Conforme Armand e Michèle Mattelart (2008), o emprego no plural tem o objetivo de criticar o caráter excessivamente abstrato de sua formulação original e de destacar a diversidade das distintas indústrias culturais – editorial, televisiva, fonográfica etc.

que confronta precisamente certas noções de Lukács, Adorno e Horkheimer em sua análise da indústria cultural.

Eu pretendia desenvolver aqui mais detidamente a articulação da temática de Heller e Moretzsohn com o pensamento de Mészáros, Antunes, Gramsci, Debord, Jameson etc., mas os limites de espaço estabelecidos para a elaboração deste artigo (e de tempo para sua redação) fizeram com que o empreendimento tivesse que ser deixado para outra ocasião. Por isso, apresentarei com maior detalhamento o pensamento de Agnes Heller sobre o cotidiano, antecipado por seus fundamentos em Lukács e seguido pelo desdobramento de ambos nas reflexões pioneiras de Sylvia Moretzsohn sobre jornalismo e cotidiano³.

Lukács, Heller e Moretzsohn

Além de ser, como indica o título, um tratado de estética, *Introdução a uma estética marxista* (LUKÁCS, 1968) desenvolve também uma gnosiologia comparada entre conhecimento científico ou filosófico, estético e cotidiano, englobando filosofia clássica, iluminismo francês, idealismo alemão e materialismo histórico-dialético.

Os termos principais dessa gnosiologia comparada são o universal, o particular e o singular. Sua preocupação central é entender as formas como o conhecimento científico (e filosófico), o conhecimento estético e o conhecimento cotidiano – todos reflexos (não “fotográficos”, mecânicos, mas altamente mediados) de uma mesma realidade objetiva, modos distintos de apreensão intelectual e expressão conceitual dessa realidade comum em sua historicidade – lidam com essas categorias e assim concebem as dimensões da realidade que elas refletem, em suas semelhanças e diferenças.

Em uma exposição sumária, a ciência e a filosofia ocupam-se

³ Agnes Heller não é a única autora de referência para se pensar a noção de cotidiano, nem em geral, nem no âmbito do PPGMC. A atenção que dediquei a ela deveu-se ao interesse que me despertou na ocasião, principalmente por sua vinculação com Lukács, autor cuja obra eu já estudava há mais tempo. Até onde sei, os outros autores de referência sobre o tema contemplados no programa são Kosik, Lefebvre, de Certeau e Martin-Barbero, recentemente falecido.

sobretudo com a dialética – dinâmica mutuamente constitutiva e explicativa – do singular (ente ou fenômeno individuais tomados em si) e do universal (lei, conceito), restando o particular (o singular enquanto parte do todo, o típico) o elemento mediador; a estética, ou melhor, o conhecimento estético produzido pela arte – cuja práxis, segundo o autor, tem estado sempre à frente das teorias estéticas que a estudam –, com a dialética do singular e do particular, e simultaneamente com a dialética do universal e do particular, sendo o particular, aqui, por assim dizer, o ponto de chegada, aquém das abstrações universalizantes da ciência ou da filosofia, que perdem de vista a singularidade, e além da mera cópia naturalista das singularidades não mediadas por seu potencial universalizante de particularidade ou tipicidade.

Em outras palavras, enquanto para a ciência e para a filosofia, que se ocupam de leis e conceitos de pretensão universal, o particular é apenas um elemento mediador entre o universal e o singular, para a arte o particular é o ponto de chegada. Para tornar isso mais claro, basta pensar em um personagem de teatro: enquanto humano, é universal; enquanto fulano, é singular; enquanto fulano situado em uma época, uma região, uma classe social etc., é um tipo particular, parte singular do todo com características distintivas comuns a outras singularidades semelhantes. Para Lukács, a grande arte deve ser capaz de expressar e produzir entendimento sobre a essência do particular.

Não é nosso objetivo aqui entrar no mérito do argumento de Lukács para a estética, nem para a filosofia, mas destacar o quão importante ele é para refletirmos sobre a questão do conhecimento cotidiano. Assim, qual seria essencialmente a relação do pensamento cotidiano com o singular, o particular e o universal?

Sua propensão a confundir esses três níveis de realidade e reflexão!

Ora, é precisamente o estudo dessa confusão, que favorece a perpetuação da alienação e dos preconceitos, bem como de suas possibilidades de superação, que caracteriza a principal contribuição de Heller ao campo de estudos em mídia e cotidiano.

Essencialmente, em *O Cotidiano e a História*, Agnes Heller (2004) apresenta uma descrição rica e minuciosa das características do pensamento cotidiano, bem como das aberturas

presentes nesse mesmo cotidiano à suspensão da cotidianidade, cujas expressões correntes são o conhecimento científico ou filosófico, o estético e os momentos políticos revolucionários⁴.

Segundo Heller, a cotidianidade é marcada pela dispersão dos pensamentos e ocupações, em oposição aos momentos de suspensão da cotidianidade, que, ao contrário, são caracterizados pela concentração, pela intensidade, pela homogeneidade das ações e pensamentos.

Essa heterogeneidade da vida cotidiana atravessa a história, variando os pensamentos e atividades dispersos conforme hierarquizações determinadas por diferentes estruturas econômico-sociais. Assim, as pessoas, em sua rotina, dedicam-se na maior parte do tempo a diversas atividades e pensamentos imediatistas, pouco ou nada autorreflexivos, desarticulados entre si. Essa hierarquização de atividades e pensamentos parece “natural”, espontânea, embora um olhar perscrutador, característico da suspensão da cotidianidade, revele as determinações sócio-históricas que estruturam essas hierarquias de fazeres e pensares. Esse caráter aparentemente espontâneo das hierarquias, contudo, contribui para o seu funcionamento regular.

A socialização do indivíduo, a interação entre a singularidade da existência individual e a universalidade da sociedade, é mediada por diversos elementos particulares, como a família, a escola, os pequenos grupos que efetuam essa mediação entre cada um e os costumes, entre cada um e as integrações mais amplas.

Nessa chave analítica, Heller formula a dialética geral cotidiano/história nos seguintes termos: no cotidiano, a esfera do particular é necessariamente determinada pela universalidade da história, pela universalidade do “humano genérico”, que atua no cotidiano na forma inconsciente de memória e costumes naturalizados. Os momentos singulares de suspensão da cotidianidade, por sua vez, favorecem a possibilidade de reconfigurações da própria universalidade, que irá retroagir sobre o cotidiano na forma de novas memórias e costumes particulares, e assim por diante.

⁴ Parte do trecho que segue, com algumas variações, foi anteriormente publicado em Schneider (2019).

A elevação consciente do cotidiano, do particular irrefletido, “em si”, em direção ao humano genérico, lúcido, “para nós”, é algo excepcional em sua máxima intensidade, algo efetivado somente pelos grandes moralistas, estadistas (revolucionários), artistas, filósofos e cientistas. Não obstante, com intensidades distintas, quaisquer atividades de produção e recepção filosófica, científica e estética, bem como o engajamento político em uma perspectiva emancipatória, em certa medida ao alcance de todas e todos, atuariam nesse mesmo sentido.

Especificamente na esfera ético-política, Heller recorre à noção de catarse, de Gramsci, para explicar o que constituiria o ponto máximo de suspensão da cotidianidade: a elevação, consciente e motivada, da moral e da liberdade (da vontade), causa e consequência de práxis voltadas para a concentração inteira da individualidade na dissipação do Eu no humano genérico⁵.

Nos planos gnosiológico e comportamental, a cotidianidade é norteadada pela ultrageneralização, feita de juízos provisórios; pelo manejo grosseiro da analogia; pelo recorrente recurso à segurança do precedente, isto é, à repetição, que, entretanto, só se torna nociva “[...] quando nossa percepção do precedente nos impede de captar o novo, irrepetível e único [o singular] em uma situação” (HELLER, 2004, p. 36); pela imitação (mimese) e pela “entonação”, isto é, por uma maneira fixa, artificial mas naturalizada, de posicionar-se em relação às coisas.

A cotidianidade é também caracterizada pela espontaneidade e pela base estimativa da maioria das ações, que têm por referência o hábito formado pelo acúmulo de vivências cotidianas funcionais; e pela unidade imediata de pensamento e ação, diferentemente dos momentos de suspensão, cuja práxis constitui uma atividade humano-genérica consciente.

Dois outros traços que Heller destaca na cotidianidade são o pragmatismo e o economicismo, isto é, a indiferenciação do “correto” (“útil”, que “funciona”) e do “verdadeiro”.

Mais uma marca do cotidiano é o “afeto do individual-particular”, que ela chama de “fé”, uma forma de o indivíduo sentir-se

⁵ Lukács (1968) demonstra como a criação artística e científica se aproximam desse processo.

seguro diante do mundo e das próprias certezas, que conduz ao “preconceito emocional” (HELLER, 2004, p. 37).

O conjunto destes elementos – espontaneidade, pragmatismo, economicismo, analogia, precedentes, juízo provisório, ultrageneralização, mimese e entonação cristalizados em absolutos (fê) – forma aquilo que Heller (2004, p. 38) define como alienação, que “[...] é sempre *alienação em face de alguma coisa e, mais precisamente, em face das possibilidades concretas de desenvolvimento genérico da humanidade*”.

Contudo – e isso é particularmente relevante, seja de um ponto de vista ético, político ou gnosiológico –, a dialética presente na análise de Heller impede que essa linha de raciocínio conduza ao niilismo:

[...] a estrutura da vida cotidiana, embora constitua indubitavelmente um terreno propício à alienação, *não é de nenhum modo necessariamente alienada*. [...] as formas de pensamento e comportamento produzidas nessa estrutura podem perfeitamente deixar ao indivíduo uma margem de movimento e possibilidades de explicitação, permitindo-lhe – enquanto unidade consciente do humano-genérico e do universal-particular – uma condensação ‘prismática’, por assim dizer, da experiência da cotidianidade, de tal modo que esta possa se manifestar como essência unitária das formas heterogêneas de atividade próprias da cotidianidade. (HELLER, 2004, p. 38)

Essa ressalva, contudo, não faz com que Heller minimize o problema da alienação. Pelo contrário, em uma crítica vigorosa e, ao que sabemos, original ao sistema capitalista como um todo, ela define-o como a forma mais intensa de alienação da história, apresentando os seguintes argumentos:

Existe alienação quando ocorre um abismo entre o desenvolvimento humano-genérico e as possibilidades de desenvolvimento dos indivíduos humanos, entre a produção humano-genérica e a participação consciente do indivíduo nessa produção. Esse abismo não teve a mesma profundidade em todas as épocas nem para todas as camadas sociais [...] mas, no capitalismo moderno, aprofundou-se desmesuradamente.

[...] Por isso, a estrutura da cotidianidade alienada começou a expandir-se e a penetrar em esferas onde não é necessária, nem constitui uma condição prévia de orientação, mas nas quais aparece até mesmo como obstáculo para essa última. (HELLER, 2004, p. 38-39)

Quando Heller fala da penetração da estrutura da cotidianidade alienada em esferas onde ela “não é necessária” e dos riscos dessa penetração, isso significa que há esferas onde ela não só é necessária como inevitável, em qualquer contexto social existente ou concebível: pragmatismo, economicismo, juízos provisórios etc., portanto, compõem inevitável e funcionalmente a vida, não constituindo, por si sós, o cerne do caráter alienado da esfera do cotidiano. Para encher um copo de água ou apertar o botão do elevador, não são necessárias elaborações científicas sofisticadas (embora a produção industrial de copos e, principalmente, de elevadores, exija tais elaborações), muito pelo contrário: a vida não seria possível se o fossem. O problema é quando a ciência, a estética, a ética e outras esferas cujo vigor e importância dependem da suspensão da cotidianidade são impregnadas por ela. Nesse caso, os copos quebrariam e os elevadores cairiam com muito mais frequência⁶.

Em outras palavras, a estrutura da vida cotidiana, mais ou menos alienada, não constitui, em termos gerais, uma barreira intransponível à sua suspensão. Nesse sentido, Heller propõe a noção de “condução da vida”, práxis que opera a mediação entre a cotidianidade e sua potencial suspensão, no próprio seio da cotidianidade:

[...] podemos chamar de ‘condução da vida’ (*Lebensführung*) a construção dessa hierarquia da cotidianidade efetuada pela individualidade consciente. [...] ‘Condução da vida’ [...] não significa abolição da hierarquia espontânea da cotidianidade,

⁶ Logo adiante, ao tratar do problema dos preconceitos, elemento central da cotidianidade alienada, afirma a autora: “Os preconceitos sempre desempenham uma função importante também em esferas que [...] encontram-se acima da cotidianidade; mas não procedem essencialmente dessas esferas, nem aumentam sua eficácia; ao contrário, não só a diminuem como obstaculizam o aproveitamento das possibilidades que elas comportam” (HELLER, 2004, p. 43).

mas tão somente que a ‘muda’ coexistência da particularidade e da genericidade é substituída pela relação consciente do indivíduo com o humano-genérico e que essa atitude – é, ao mesmo tempo, um *‘engagement’ moral, de concepção do mundo, e uma aspiração à auto realização e à auto fruição da personalidade* – ‘ordena’ as várias e heterogêneas atividades da vida. A condução da vida supõe, para cada um, uma vida própria, embora mantendo-se a estrutura da cotidianidade; cada qual deverá *apropriar-se* a seu modo da realidade e impor a ela a marca de sua personalidade. (HELLER, 2004, p. 40-41)

Nesse ponto, Heller irá articular o que foi analisado até o momento com o problema dos preconceitos, tema extremamente relevante para pensarmos as relações entre mídia e cotidiano, dado que o “preconceito é a categoria do pensamento e do comportamento cotidianos” (HELLER, 2004, p. 43).

Só se pode compreender o preconceito partindo da cotidianidade, dos traços da vida cotidiana: caráter momentâneo dos efeitos, natureza efêmera das motivações, rigidez do modo de vida, pensamento fixado na experiência, empírico, ultrageneralizador. Chegamos a ultrageneralizações pelos estereótipos. Ultrageneralizações podem vir tanto da tradição quanto de atitudes que a ela se opõem.

Outra fonte do preconceito é o conformismo, que Heller (2004, p. 46) distingue de conformidade a normas, necessária ao êxito funcional na cotidianidade: “Todo homem necessita [...] de uma certa dose de conformidade. Mas essa conformidade converte-se em conformismo quando [...] as motivações de conformidade da vida cotidiana penetram nas esferas não cotidianas de atividade, sobretudo nas decisões morais e políticas [...]”.

No limite, acrescentamos, quando o estadista condensa em sua ação algumas dessas fontes cotidianas do preconceito – rigidez do modo de vida, pensamento fixado na experiência, ultrageneralizador, baseado em estereótipos, conformista –, aproximamo-nos do fascismo.

Retomando a questão da gênese (contingente, não necessária) dos preconceitos nos juízos provisórios, Heller (2004, p. 47) observa: “Os juízos provisórios refutados pela ciência e por uma experiência cuidadosamente analisada, mas que se

conservam inabalados contra todos os argumentos da razão, são os preconceitos”⁷.

Articulando preconceito, afeto e fé, e com isso tecendo uma crítica ao ideal iluminista de eliminação dos preconceitos mediante a mera difusão da ciência, lemos que:

Temos sempre uma fixação *afetiva no preconceito*. Por isso, era ilusória a esperança dos iluministas de que o preconceito pudesse ser eliminado à luz da esfera da razão. Dois diferentes afetos podem nos ligar a uma opinião, visão ou convicção: a fé e a confiança. O afeto do preconceito é a fé. (HELLER, 2004, p. 47)⁸

Nesse momento, Heller desenvolve essa importante distinção entre fé e confiança, sendo o preconceito o elemento diferenciador. A análise é desenvolvida em três níveis, o antropológico, o epistemológico e o ético, cabendo ao nível antropológico a função de base dos demais.

No nível antropológico, a fé diz respeito à particularidade individual; à confiança, à individualidade consciente. No epistemológico, a fé é o conhecimento que resiste ao saber e à experiência, enquanto a confiança se apoia no saber e é aberta a mudanças. No nível ético, por fim, a marca da fé é a *intolerância emocional*; a da confiança, a abertura potencial à tolerância.

Os preconceitos constituem-se em um sistema, tanto mais indispensável à coesão social quanto mais ameaçada esta estiver:

O sistema de preconceitos não é imprescindível a qualquer coesão [social] enquanto tal, mas apenas à coesão ameaçada. A maioria dos preconceitos, embora nem todos, são produtos das *classes dominantes*, mesmo quando essas pretendem [...] contar com uma imagem do mundo isenta de preconceitos

⁷ Embora Heller tenha escrito o livro há mais de 50 anos (a primeira edição em português data de 1970), o parágrafo acima e sua sequência parecem antecipar a nossa época de pós-verdade, anticiência, terraplanismo, negacionismos, fé cega.

⁸ Julgamos esse ponto particularmente importante, no sentido de pensarmos o papel dos afetos na colonização do tempo livre da cotidianidade pelo capital (universal), mediado pelas indústrias culturais (particular), em sua captura do gosto (das simpatias e aversões) dos indivíduos singulares. Ver Schneider (2015).

[...] O fundamento dessa situação é evidente: as classes dominantes desejam manter a coesão de uma estrutura social que lhes beneficia e mobilizar em seu favor inclusive os homens que representam interesses diversos (e até mesmo, em alguns casos, as classes dominadas e antagônicas). Com ajuda dos preconceitos, apelam à particularidade individual, que – em função de seu conservadorismo, de seu comodismo e de seu conformismo, ou também por causa de interesses imediatos – é de fácil mobilização contra os interesses de sua própria integração e contra a práxis orientada no sentido do humano-genérico. [...] A coesão da sociedade burguesa foi, desde o primeiro momento, mais instável que as da Antiguidade ou do feudalismo clássico. Por isso, os chamados preconceitos de grupo (os preconceitos nacionais, raciais, étnicos) só aparecem no plano histórico, em seu sentido próprio, com a sociedade burguesa.

O desprezo pelo ‘outro’, a antipatia pelo diferente, são tão antigos quanto a própria humanidade. Mas, até a sociedade burguesa, a mobilização de sociedades inteiras contra outras sociedades, mediante sistemas de preconceitos, não constituiu jamais um fenômeno típico. (HELLER, 2004, p. 54-55)

Por outro lado, mais uma vez, o elemento dialético presente no pensamento de Heller previne sua análise de desembocar em becos sem saída, pois, embora ela reconheça a impossibilidade de uma completa eliminação dos preconceitos, “eliminar a organização dos preconceitos em sistema” permanece, no seu entender, algo factível.

Moretzsohn (2007) reflete na mesma perspectiva dialética. Seu *Pensando contra os fatos: do senso comum ao senso crítico*, constrói a primeira ponte, que eu saiba, entre o conjunto de reflexões precedente (incorporando com propriedade diversas outras) e as teorias críticas da comunicação, com foco no jornalismo.

O livro possui, entre outros méritos, o de ter feito um levantamento bastante amplo, senão exaustivo, da literatura em torno da categoria de “cotidiano”, com destaque para a aproximação das dialéticas “senso comum” / “senso crítico” (Gramsci) e “cotidiano” / “suspensão da cotidianidade” (Heller) que atravessam e constituem a cotidianidade.

Também merece destaque sua defesa corajosa – na contramão do relativismo pós-moderno que aparentemente ainda impera nos estudos críticos em comunicação – de um ideal iluminista de jornalismo – forma de produção cotidiana de conhecimento e ao mesmo tempo de produção de conhecimento do cotidiano – de inspiração kantiana: “Ousa pensar”, máxima de Sêneca incorporada pelo filósofo alemão como mote do iluminismo, que deveria e, em certa medida, ainda pode ser posto em prática, a despeito dos constrangimentos ideológicos e mercadológicos dominantes, em uma proposta que se aproxima da noção de “condução da vida”, de Heller, de que tratamos acima: em meio à alienação da cotidianidade, é possível e necessário, na medida do possível, esforçarmo-nos na busca de sua superação, recorrendo a expedientes factíveis, explorando e criando brechas, alternativas e projetos de reorganização da vida, no plano individual e coletivo, de preferência de modo integrado, ainda que se trate, reconhecidamente, de tarefa inglória nas circunstâncias atuais.

Gloriosa ou não, é tarefa que envolve a mídia em geral e o jornalismo em particular, que podem e devem colaborar nesse sentido, embora tendam a colaborar no sentido oposto.

Talvez ainda mais importante: sem se deixar aprisionar pela falsa dicotomia, de teor positivista e idealista, entre a possibilidade de espelhamento dos fatos no discurso, de um lado, ou de sua impossibilidade – dada a inevitável presença do elemento subjetivo na prática jornalística, bem como do reconhecido caráter não meramente instrumental ou mecanicamente reflexivo, mas sobretudo estruturante, da linguagem na produção do conhecimento –, Moretzsohn advoga a possibilidade de reprodução objetiva dos fatos no discurso, para além dos próprios fatos⁹, pois o fato de a própria noção de objetividade ser atravessada pelo fator subjetivo não a inviabiliza; pelo contrário, constitui sua condição de realização, dado que a objetividade é um atributo não do objeto, mas do conhecimento produzido por um sujeito cognoscente

⁹ Fazendo coro à teoria do conhecimento de Lukács (1968), que, em diversas passagens, insiste na distinção entre conhecimento como reflexo mediado pela adequada compreensão do sujeito das complexas relações entre essência e aparência, em meio à intrincada e dinâmica dialética objetiva do universal, do particular e do singular, do reflexo mecânico, “fotográfico”, da mera singularidade fenomênica, das aparências.

em torno desse objeto. Assim, o que fará com que um conhecimento determinado mereça ser avaliado como mais ou menos objetivo, encontra-se na própria compreensão de objetividade trabalhada pela autora, de inspiração dialética, conforme a qual o real pode ser refletido no discurso – embora nunca de um modo mecânico, tampouco total –, na medida em que o sujeito do discurso – jornalístico, no caso – estiver munido do método adequado, que consiste, como advoga em outros termos Lukács (1968), em articular com perícia, no estudo dos fatos, o singular, o particular e o universal; em entender as mediações dialéticas que se dão entre o fenômeno, o contexto mais imediato no qual ocorreu e a dinâmica sócio-histórica maior (o universal) que os determina (fenômeno e contexto) e da qual constituem a manifestação singular e particular, que, por sua vez, retroagem entre si e sobre o universal, e assim por diante¹⁰.

Partindo desses pressupostos, Moretzsohn tece uma crítica contundente a certas generalizações “apocalípticas” referentes ao poder, por assim dizer, tentacular da mídia. Dirige-se à crítica de Adorno e Horkheimer à indústria cultural, ao conceito de espetáculo, de Debord, e à noção de bios-midiático, de Sodré, que, a despeito de suas especificidades, aproximam-se na medida em que identificam, de modo mais ou menos explícito, os receptores como elemento integral ou tendencialmente passivo no processo comunicacional, marcado por certa unilateralidade, a seu ver.

O principal mérito da crítica – a nosso ver exagerada em alguns momentos, quando ignora ou minimiza a contribuição dos autores citados –, porém, consiste no fato de ser contrabalançada por uma outra, direcionada a um grupo de autores que por vezes ignoram ou minimizam esse poder, da mídia ou “do sistema”, com destaque para Michel de Certeau e Jesus Martin-

¹⁰ As noções de singular, particular e universal são fluidas. O que importa, em termos lógicos, é a relação triádica – objetiva e lógico discursiva – de um objeto com outros dois, mais ou menos universais, particulares ou singulares do que ele. Assim, “família” pode ser pensada como o particular da mediação entre indivíduo (singular) e sociedade (universal). Pode também ser o universal da relação entre filho (singular) e pais (particular). O indivíduo pode ser o universal de cada um de seus genes singulares, mediados pelo conjunto particular de seus genes. A sociedade de uma época, de universal pode converter-se em particular, ou mesmo em singular, se o universal forem todas as sociedades de todas as épocas etc.

-Barbero, que vieram a compor o quadro teórico de referência da disciplina Mídia e Cotidiano nos anos subsequentes.

O ponto de convergência dessa dupla crítica pode ser encontrado na observação da autora com respeito a argumento de Rubim (2000), sobre vivermos em uma sociedade ambientada e estruturada pela mídia. Para Moretzsohn, trata-se, sim, de uma sociedade em grande parte ambientada pela mídia, mas estruturada pelo capital. Com o que estou de pleno acordo.

Considerações finais

O objetivo geral deste artigo foi apresentar minha vinculação prática e teórica com o Programa de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense. Decidi fazê-lo com ênfase no resgate da apropriação e desenvolvimento dos estudos de Lukács sobre o conhecimento cotidiano – cujo objeto principal são as semelhanças e diferenças entre o conhecimento científico e filosófico, o conhecimento estético e o conhecimento cotidiano – efetuados por Agnes Heller, pioneiramente articulados com teorias críticas da comunicação, por Sylvia Moretzsohn, em diálogo com Heller e com o próprio Lukács, entre outros.

Na elaboração deste artigo, a presença direta ou indireta de Lukács no pensamento de praticamente todos os autores que compõem a bibliografia da disciplina Mídia e Cotidiano, tal qual foi pensada originalmente, revelou-se mais marcante do que se percebera até então; porém, o próprio Lukács, ou melhor, textos de sua autoria não foram incorporados à bibliografia original do curso, pela razão ordinária de que não houve tempo hábil para fazê-lo na ocasião, só tendo podido dedicar-me ao estudo de sua *Introdução a uma estética marxista* no ano seguinte, se não me falha a memória, para o seminário interno, mencionado na Introdução deste artigo.

Finalizo o capítulo retomando minha trajetória no ponto interrompido no Memorial sucinto.

De 2014 em diante passei a ministrar outras disciplinas no PPGMC, relacionando ética, economia política da comunicação, estudos culturais e competência crítica em informação, tendo

me dedicado nos últimos anos ao problema da pós-verdade e da desinformação. Essas atividades de pesquisa e docência vêm sendo desenvolvidas de modo crescentemente integrado no PPGMC junto ao outro programa onde atuo, o Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação (PPGCI) do Ibict, em parceria com a Escola de Comunicação (ECO) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Em função dessa dupla atuação, como dito acima, tenho explorado diálogos interdisciplinares entre a Comunicação e a Ciência da Informação, no horizonte epistemológico da EPC, em torno dos grandes temas indicados, verticalizados oportunamente conforme demandas de discentes que oriento no PPGMC-UFF e no PPGCI-Ibict/ECO-UFRJ. No PPGMC, essas demandas geraram orientações e publicações conjuntas sobre temas como a estigmatização racista criminalizante no cotidiano da imprensa fluminense; as Jornadas de junho de 2013; jornalismo em tempo de Facebook; disputas nos bastidores editoriais da Wikipédia; competência crítica em informação e a democratização da comunicação no Brasil; a Tropicália e a economia política da televisão brasileira; uma autoanálise do próprio programa de Mídia e Cotidiano e sua relação com o pensamento crítico em comunicação na América Latina; literacia midiática e comunicação pública; economia política da cultura e sua perseguição por um governo reacionário; competência crítica em informação, literacia midiática e a formação de professores no combate à desinformação.

Apesar desse leque de interesses e ações, optei por concentrarme aqui na minha aproximação original com o programa, que permanece como referência central nas minhas pesquisas, orientações, cursos e publicações posteriores.

Referências

- ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.
- ANTUNES, Ricardo. **Os sentidos do trabalho**. Ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. São Paulo: Boitempo, 2006.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

- HELLER, Agnes. **O cotidiano e a história**. São Paulo: Paz e Terra, 2004.
- JAMESON, Fredric. Reificação e utopia na cultura de massa. In: **As marcas do visível**. Rio de Janeiro: Graal, 1995, p. 9-35.
- KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia** – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru (SP): Edusc, 2001.
- LUKÁCS, Georg. **Introdução a uma estética marxista**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1968.
- MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2008.
- MÉSZÁROS, Istvan. **Filosofia, ideologia e ciência social**. Ensaios de negação e afirmação. São Paulo: Editora Ensaio, 1993.
- MORAES, Dênis de. Imaginário Social, hegemonia cultural e comunicação. In: MORAES, Dênis de. **A batalha da mídia**. Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2009, p. 28-56.
- MORETZSOHN, Sylvia. **Pensando contra os fatos: do senso comum ao senso crítico**. Rio de Janeiro: Revan, 2007.
- RUBIM, Antônio Albino Canelas. **Comunicação e política**. São Paulo: Hacker Editores, 2000.
- SCHNEIDER, Marco. **A Dialética do Gosto: informação, música e política**. Rio de Janeiro: Faperj / Circuito, 2015.
- SCHNEIDER, Marco. CCI / 7. **iKritika**. Rio de Janeiro: Garamond, 2019.
- WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Porto, Portugal: Presença, 1995.

Engajamento, mídia e cotidiano: hegemonia em contexto de midiaticização e plataformização¹

Pablo Nabarrete Bastos

Introdução

Etimologicamente, engajamento vem do francês medieval *engagier*, de *en gage*, “sob compromisso, sob promessa”, de *en*, “fazer”, mais *gager*, “compromisso, garantia”². Dessa maneira, engajamento indica compromisso com algo. Nas Ciências Humanas, um dos primeiros autores a formular noção sobre o conceito e o colocar em evidência foi Jean-Paul Sartre (2004 [1948]), em meados do século passado, para defender perspectiva engajada de literatura. Para o autor, a prosa é “utilitária por essência” e o prosador escolhe ações que provocam “desvendamento”. “O escritor ‘engajado’ sabe que a palavra é ação: sabe que desvendar é mudar e que não se pode desvendar senão tencionando mudar” (SARTRE, 2004 [1948], p. 20). No campo da Comunicação, o conceito de engajamento envolve diferentes perspectivas e tensionamentos teórico-epistemológicos. Conquanto possa parecer um conceito novo na área, pela maneira como passou a circular cotidianamente junto ao avanço da comunicação e das plataformas digitais, há pesquisas que trabalham com engajamento nos estudos de audiência, com o objetivo de compreender as relações entre mídia e vida cotidiana, suas vinculações e contextos sociais, desde a década de 1990 (LIVINGS-TONE, 1994, 1998). E essa permanece sendo uma das matrizes teóricas utilizadas na área. Roger Silverstone (2002), também no fim da década de 1990, avalia que a mídia envolve engajamento e desengajamento de produtores e consumidores com significados, em atividades mais ou menos contínuas, a partir de textos

¹ Esse é o mesmo título do projeto de pesquisa contemplado no edital do Programa Jovem Cientista do Nosso Estado (JCNE - FAPERJ) - Período 2021-2023, em que se baseia este capítulo.

² Ver <https://origemdapalavra.com.br/?s=engajar>.

mediados que dilatam a experiência cotidiana. Há pesquisas que tratam engajamento também na perspectiva cívica e política, relacionando comunicação e democracia, como Rheingold (2008) e Dahlgren (2009). Autores como Jenkins (2008), Jenkins, Green e Ford (2014) e Shirky (2011), grandes responsáveis pelo “paradigma da participação” são referências para a perspectiva de engajamento que relaciona envolvimento de fãs com obras e suas diferentes formas de participação.

Os conceitos de hegemonia e hegemonia popular se relacionam inextricavelmente com o comum, na medida em que são processos de construção do poder ou de contrapoder que necessitam continuamente vincular os sujeitos, engajá-los em determinada noção do comum que sustente, reflita e refrate projetos ético-políticos. Dardot e Laval (2017) argumentam que o agir comum envolve o engajamento dos homens em uma mesma tarefa, o que envolve a construção de normas que regulem a ação. O termo comum designa o princípio político da “coobrigação” para o engajamento em uma mesma atividade. A situação de comarginalidade, coexploração e coexpropriação da classe trabalhadora é real, concreta. Dessa maneira, o caminho para a superação desse cenário está no agir em comum, na co-atividade³ que fundamenta o comum (DARDOT; LAVAL, 2017). O desenvolvimento material das infotelecomunicações⁴ (ITCs) em escala planetária promove a superação do insulamento dos sujeitos por meio da integração global da sociedade, contudo esse projeto ocorre historicamente sob a égide do capital. Ou, conforme Sodré (2014), a mídia ou a midiatização se inscrevem paradigmaticamente no conjunto de dispositivos informacionais como modo de inteligibilidade que tenta organizar um novo tipo de comum, compatível com a lógica das tecnologias associada ao mercado, ao capital.

³ Mantivemos a grafia “co-atividade” como está em Dardot e Laval (2017). A palavra “coatividade” apresenta o sentido de “coação”, o que possui sentido conflitante com relação ao nosso argumento.

⁴ Esse conceito, cunhado por Dênis de Moraes (2000), reúne três setores convergentes (informática, telecomunicações e comunicação) para designar a reunião de poderes estratégicos em conglomerados multimídia, que acumulam patrimônios e lucros sem precedentes.

Quando nos referimos ao contexto societal de plataformização e midiaticização para discutir as relações entre engajamento, mídia, cotidiano e hegemonia, localizamos nosso argumento a partir da base material, tecnológica, em que se estrutura a produção, circulação e consumo de mercadorias, serviços, bens simbólicos, capital, comunicação, lutas, e a ambiência interacional em que os sentidos e discursos são produzidos, reproduzidos ou transformados, fortalecendo ou tensionando a hegemonia. Podemos identificar aproximações e imbricamentos entre os termos midiaticização e plataformização na literatura nacional e internacional. O conceito de midiaticização possui histórico e produção bibliográfica mais extensos, com nuances teórico-epistemológicas significativas. O conceito⁵ vem ocupando lugar de destaque nos estudos em comunicação desde o início deste milênio, em diferentes países e com matizes diversos, notadamente na produção de autores europeus e latino-americanos. Em âmbito social específico, a palavra midiaticização pode ser compreendida como processo no qual diferentes instâncias sociais – política, entretenimento, educação – operam segundo *lógicas da mídia*. Em nível macro, podemos falar da midiaticização da própria sociedade, perspectiva que vem se destacando nas reflexões da área comunicacional (BRAGA, 2006). No capitalismo contemporâneo, com a imbricação entre mídia e capital financeiro, a midiaticização opera como lógica estruturante e totalizante. Diferentemente de midiaticização, o conceito de plataformização (POELL; NIEBORG; VAN DIJCK, 2020) evidencia em sua formulação a centralidade da base material na organização, mediação e extensão dos processos midiáticos em diferentes práticas sociais e na cotidianidade.

Na perspectiva crítica que desenvolvemos, o processo que compreendemos como engajamento se constitui na vinculação social, afetiva e gustativa do sujeito com determinada ideologia, portanto se configura como dimensão comunicacional e sensível atuante no engendramento da hegemonia (BASTOS, 2020a). Em termos gerais, a vinculação social se estabelece na sociabilidade cotidiana, nas práticas e processos socioculturais que medeiam

⁵ Um bom panorama das principais abordagens sobre mediação e midiaticização pode ser encontrado em Mattos, Janotti e Jacks (2012).

a construção de sentidos. Nesse sentido, há retroalimentação entre os filtros-bolha (PARISER, 2012) constituídos pelo sistema de algoritmos e as bolhas constituídas presencialmente na sociabilidade cotidiana. Em suma, compreendemos que há práticas sociais vividas e comunicadas para além das bolhas de filtro de mídia social, como argumenta Bruns (2019). Tanto no ambiente digital como no presencial há processos sociais, políticos e comunicativos com potencial para furar as bolhas. Contudo, para além do conformismo proporcionado pelos filtros bolha dos algoritmos, as bolhas constituídas também na sociabilidade cotidiana dificultam amiúde o encontro e o diálogo com o contraditório, a busca do comum. A vinculação afetiva e gustativa é a dimensão do envolvimento objetivo e subjetivo do sujeito com determinada ideologia, envolve a dimensão estética e sensível que denota a concretude de determinada ideologia na práxis social e interativa. Se o indivíduo gosta de determinada organização e do conteúdo desenvolvido por ela, pressupõe-se determinado conhecimento anterior para a formação desse gosto, a existência de determinações econômicas, sociais e culturais, o vínculo com determinada ideologia, cada vez mais midiaticizada. Sodré (2014) argumenta que o sentido e conteúdo da tecnologia envolve uma forma de codificação hegemônica, organizando culturalmente a vida social de um novo mundo sensível. Nessa realidade, segundo o autor, a cultura se define mais pelo sensível, por signos de envolvimento sensorial, do que pelo racionalismo da representação tradicional. O comunicólogo (SODRÉ, 2002) compreende a vinculação entre sujeitos, na luta pela hegemonia política e econômica ou no empenho ético de reequilíbrio das tensões comunitárias, como o núcleo teórico da comunicação. Vinculação para Sodré (2014, p. 223) é “a radicalidade da diferenciação e aproximação entre os seres humanos”. O autor argumenta que comunicar é “instaurar o comum da comunidade” como vinculação, não como entidade agregada, mas como um “nada constitutivo”, afinal o vínculo é sem substância física ou institucional, é pura abertura na linguagem (SODRÉ, 2014, p. 214).

Este capítulo contribui com a fundamentação teórica e epistemológica das pesquisas em Mídia e Cotidiano em sua vertente crítica ao investigar as relações empíricas e teóricas entre os

conceitos de engajamento, mídia e cotidiano e argumentar como estes são estratégicos para o engendramento, consolidação e disputa por hegemonia em contexto de midiaticização e plataformização. A proposta aqui apresentada nos possibilita fazer a mediação entre o debate epistemológico contemporâneo em ciências da comunicação, mídia e cotidiano, a Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura (EPICC) e os Estudos Culturais Críticos por meio de pesquisa teórica, bibliográfica, de caráter dialético⁶.

Relevância do tema para o campo de estudos em Mídia e Cotidiano

A relação dialética, de mútua determinação, entre mídia e cotidiano é o cerne teórico-epistemológico da área de concentração “Discursos Midiáticos e Práticas Sociais⁷”, sendo o segundo termo o conceito-chave definidor em última análise de nossa especificidade (CABRAL; SCHNEIDER, 2019). Obviamente, não é especificidade da área de concentração “Discursos Midiáticos e Práticas Sociais” a lida com mídia e cotidiano como elementos constitutivos de objetos de pesquisa, contudo trata-se de particularidade do nosso subcampo o contínuo exercício intelectual para a elaboração e atualização teórica-epistemológica desse par conceitual. Como afirma uma das referências teóricas em mídia e cotidiano, o britânico Roger Silverstone, não é possível escapar à mídia, pela sua presença em “todos os aspectos de nossa vida cotidiana”. É por ser tão fundamental e onipresente em nossa vida cotidiana que, ainda conforme Silverstone (2002, p. 12-13), devemos estudá-la em suas dimensões social, cultural, política e econômica do mundo moderno. Em artigo desenvolvido por

⁶ Em nosso projeto de pesquisa contemplado com o Programa Jovem Cientista do Nosso Estado (JCNE – FAPERJ), desenvolvemos também pesquisa empírica exploratória. Na pesquisa empírica, iremos realizar Análise Crítica do Discurso (FAIRCLOUGH, 2001) de duas redes de movimentos sociais internacionais, com foco principal na América Latina, e que de diferentes maneiras buscam articular as lutas contra o neoliberalismo em torno do comum: a Via Campesina e a Aliança Bolivariana para os Povos da Nossa América (ALBA) dos Movimentos Sociais.

⁷ Área de concentração do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense (PPGMC-UFF).

Cabral e Schneider (2019), respectivamente mestre e professor do PPGMC-UFF, no qual discutem a articulação entre os Estudos Culturais latino-americanos e a Economia Política da Comunicação na composição teórica e metodológica da pesquisa em Mídia e Cotidiano, os autores postulam que é a interface entre os dois termos que constitui o objeto de estudos dessa área: “Trata-se de um amplo programa de pesquisas em Comunicação, com ênfase na relação de mútuo condicionamento, ou mesmo determinação, entre a mídia e o cotidiano” (CABRAL; SCHNEIDER, 2019, p. 139).

Mídia e cotidiano interpenetram-se, constituem-se e significam-se reciprocamente, consubstanciando, organizando e modelando o espaço-tempo, mediando a produção material e simbólica da realidade. Mídia e cotidiano são categorias constituídas e constituintes da totalidade: tanto a estrutura, base material e suporte técnico indissociáveis de qualquer modo de produção e circulação, como superestrutura – cultura, ideologia e demais processos simbólicos e comunicacionais. Conquanto essa distinção entre forma e conteúdo, estrutura e superestrutura, como bem demonstrou Gramsci (1999, p. 238), seja mais didática do que prática, “já que as forças materiais não seriam historicamente concebíveis sem forma e as ideologias seriam fantasias individuais sem as forças materiais”. Além disso, conforme afirma Williams (2011), os meios de comunicação são também meios de produção, posto que seus “meios materiais” são intrínsecos às formas de trabalho e organização social, portanto “indispensáveis tanto para as forças produtivas quanto para as relações sociais de produção” (WILLIAMS, 2011, p. 69). Lefebvre (1969) entende que modernidade e cotidianidade, como conceito e linguagem, são dois conjuntos de fatos ligados e correlativos, “as duas faces do espírito do tempo”, da sociedade em que vivemos (LEFEBVRE, 1969, p. 38). Não obstante, ressalva que não são relativos à relação de significante e significado, posto que se apresentam alternadamente como tais, forma e essência, são faces complementares que se significam reciprocamente. São conceitos que nos auxiliam a compreender como se reproduzem as relações constitutivas da sociedade, “estranhamente frágeis e sólidas, singularmente estáveis (o cotidiano) sob o fetichismo

do efêmero e da mobilidade (a Modernidade)” (LEFEBVRE, 1969, p. 175). No cotidiano, significantes confundem-se com significados: imagens, sons e textos midiaticizados, que carregam e circulam, em suas frequências, ondas, *bits* e fotogramas, capital e substrato simbólico e cognitivo, que servem hegemonicamente às estratégias de classe para a produção e reprodução social da realidade, mas que também podem circular lutas com potencial contra-hegemônico.

Lefebvre atesta que a distinção dos conceitos de cotidianidade e modernidade constitui a chave para o papel ativo do sujeito observador diante das representações da realidade, como antídoto contra a falsa consciência, a ideologia, na acepção primária de Marx e Engels (LEFEBVRE, 1969, p. 39). Arte, cultura, comunicação e educação constituem níveis de luta hegemônica que se interligam dialeticamente na práxis. A cultura se materializa fundamentalmente por meio da linguagem, da comunicação e da arte. A cultura está presente tanto na linguagem que se objetiva na vida cotidiana, mediando expressão, conhecimento e reflexão sobre o mundo, como na linguagem corporificada no esforço criativo, que provém do cotidiano, da sua materialidade, e a este retorna em movimento pedagógico transformador. Ou seja, cultura como história, legado material e simbólico, que orienta as práticas sociais, reflete e refrata a realidade; e cultura como dimensão crítica e reflexiva, com potencial linguístico, estético, para transformar as práticas sociais e a realidade. Celso Frederico (2000, p. 304) sugere que o reflexo próprio da vida cotidiana, o pensamento cotidiano, pressupõe um “materialismo espontâneo”, porque os homens percebem intuitivamente a existência do mundo exterior independentemente da sua consciência, porém de maneira imediata, sem conhecer a essência dos fenômenos. Conforme Lukács, na leitura de Celso Frederico (2000), a arte e a ciência constituem meios para a superação da cotidianidade, porque são formas puras e desenvolvidas de reflexo e recepção da realidade objetiva, tendo a vida cotidiana como ponto de partida e chegada dessas criações. Esse contínuo retorno ao cotidiano, esse processo de circularidade, possui potencial para enriquecer espiritualmente o sujeito e forta-

lecer sua consciência crítica.

Desde investigação que realizamos em 2017 (BASTOS; SILVA, 2017), sobre a atuação das Frentes Brasil Popular e Povo Sem Medo no Facebook, permanecemos desenvolvendo pesquisas com o intuito de compreender as potencialidades e limitações políticas, tecnológicas e dialógicas da comunicação política mediada por ITCs (MORAES, 2000), com foco em plataformas digitais, mediante pesquisa empírica e reflexão teórica crítica (BASTOS, 2020a, 2020b). Nossa pesquisa empírica e reflexão teórica nos levou a pesquisar com centralidade e aproximar em nossas análises dois conceitos: engajamento (BASTOS, 2020a) e hegemonia popular (BASTOS, 2020c), em articulação com as noções do comum (DARDOT; LAVAL, 2017; SODRÉ, 2014), possibilitando um olhar comunicacional sobre esses conceitos, sem perder de vista a materialidade dos processos de produção, circulação e consumo da comunicação.

Em nossa trajetória de mais de 16 anos de pesquisa com movimentos sociais⁸, as discussões sobre hegemonia e contra-hegemonia têm sido trabalhadas com centralidade, embora estas não sejam categorias teóricas centrais utilizadas pelos principais pesquisadores de comunicação comunitária, popular e alternativa⁹. Não se trata de abordagem conceitual exclusiva do campo da Comunicação, sendo objeto de estudos e referencial teórico em pesquisas de diferentes áreas, sobretudo das Ciências

⁸ Pesquisamos o Movimento Hip Hop no mestrado (2005-2008) e o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) no doutorado (2011-2015). Mais recentemente, estudamos a atuação das Frentes Brasil Popular e Povo Sem Medo durante as eleições presidenciais de 2018 (BASTOS, 2020b) e comparamos as estratégias de comunicação no Facebook da Frente Brasil Popular e do Movimento Brasil Livre (MBL) (BASTOS; CÂMARA, 2020). Também sou líder, juntamente com a professora Patrícia Saldanha, do Laboratório de Investigação em Comunicação Comunitária e Publicidade Social, vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense.

⁹ Destacamos esse campo de estudos por nossa assídua participação no Grupo de Pesquisa “Comunicação para a Cidadania” da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) desde 2007, grupo do qual sou coordenador no período 2019-2021. Participamos também de congressos do Grupo Temático Comunicação Popular, Comunitária y Ciudadania, da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) e do Grupo de Trabalho Comunicação e Cidadania da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós).

Humanas, Sociais e Sociais Aplicadas. A pesquisa sobre hegemonia e contra-hegemonia no campo da Comunicação implica a elaboração de mediações teórico-epistemológicas que possibilitem aos pesquisadores da área operacionalizar a perspectiva comunicacional na construção do objeto, o que tem engendrado uma tradição de pesquisas que privilegiam os níveis cultural, linguístico e discursivo das análises. Ao trazer o debate para a área de concentração “Discursos Midiáticos e Práticas Sociais” a questão se complexifica ainda mais. Afinal, é um desafio permanente dos pesquisadores desta área identificar, construir e delimitar as fronteiras e alicerces epistemológicos, teóricos e metodológicos que inscrevem e justificam cientificamente e institucionalmente o subcampo na Grande Área de Ciências da Comunicação e Informação, da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). O objetivo dessa área de concentração é compreender dialeticamente as relações entre mídia e vida cotidiana, as contradições e potencialidades sociais, as dimensões ideológica e cultural dos discursos midiáticos, bem como os processos de incorporação e transformação pelas práticas sociais¹⁰.

O fundamento de nossa crítica com relação ao que entendemos como um processo de insulamento das lutas populares (BASTOS, 2020c) está na dimensão científica e ético-política. Identificamos em muitos estudos de comunicação, sobretudo em comunicação comunitária, popular e alternativa, um uso banalizado e hipostasiado da categoria contra-hegemonia. Os conceitos de hegemonia e contra-hegemonia não aparecem com centralidade em referências centrais dos estudos de comunicação comunitária, popular e alternativa, como é o caso de Cicilia Peruzzo (2008, 2018). Outra importante referência desse campo de estudos, Raquel Paiva, possui produções que abordam o conceito, mas não se pode dizer que sejam centrais em sua obra, mais centrada no conceito de comunidade (PAIVA, 2012). Rozinaldo Miani (2011) é uma referência desse campo cujos estudos abordam a dimensão contra-hegemônica da comunicação comunitária, popular e alternativa. Vale destacar também os estudos

¹⁰ Informações disponíveis em: <http://www.ppgmidiaecotidiano.uff.br/site/index.php/programa/>. Acesso em: 29 jul. 2020.

sobre Gramsci, hegemonia e contra-hegemonia realizados por Eduardo Granja Coutinho (2020), como em seu mais recente livro no qual destaca a dimensão da paixão na vida e obra do filósofo sardo. Dênis de Moraes (2016) é o autor do campo da Comunicação cuja obra mais se destaca pelo estudo de Gramsci e seus conceitos, como hegemonia. Contudo, não apresenta em sua produção as especificidades teóricas e autorais de contra-hegemonia, parecendo por vezes que o conceito foi formulado por Gramsci, como equivalente ao projeto de construção de outra hegemonia. Buscamos mostrar em nossos estudos (BASTOS, 2020c) que há diferenças entre o projeto teórico-político gramsciano, que objetiva a construção de outra hegemonia sob direção e domínio da classe trabalhadora, o que denominamos como hegemonia popular, e o conceito de contra-hegemonia formulado por Raymond Williams (1979 [1971]), que enfatiza o tensionamento das práticas dominantes por práticas culturais alternativas e de oposição.

Identificamos também em nossas pesquisas empíricas fragilidade nas diferentes instâncias de organização e luta do campo popular em serem inteligíveis e comunicáveis entre si, o que limita o seu potencial contra-hegemônico. O sociólogo português Boaventura de Sousa Santos (2002, p. 265-266) argumenta que o “potencial anti-sistêmico ou contra-hegemônico de qualquer movimento social reside na sua capacidade de articulação com outros movimentos, com as suas formas de organização e os seus objetivos”. Nesse ínterim, corroborando a argumentação do autor, para que os movimentos sejam “reciprocamente inteligíveis” precisam encontrar o caminho do comum. Entretanto, a perspectiva de contra-hegemonia é frágil para pensar em alianças políticas e de classe, para a instituição do comum na luta popular. O processo de significação entre a classe trabalhadora acerca do sentido de classe, o processo pedagógico que cola o signo ao referente é a luta política, o agir em comum sob a perspectiva da hegemonia popular.

Notas sobre hegemonia

As reflexões sobre hegemonia, contra-hegemonia e hegemonia popular são centrais em nossas pesquisas. Nesse ínterim, como apontamos (BASTOS, 2020c), aspectos fundamentais do conceito têm sido negligenciados na apropriação realizada pelos estudos culturais e pela área da comunicação em geral, sobretudo com relação à totalidade do conceito e o caráter em última instância econômico da hegemonia. O conceito de hegemonia abarca a totalidade, a relação concreta e de múltipla determinação entre estrutura e superestrutura em determinada formação econômico-social, tendo como horizonte ético-político a superação do bloco histórico e constituição de outra formação econômico-social. Dessa maneira, ao destacar um dos aspectos de uma formação hegemônica, como a dimensão cultural, incorre-se no erro de ocultar a totalidade do processo, sua dimensão filosófica, econômica e política. Seria como analisar a imagem de um quebra-cabeça a partir de uma peça, reduzindo ou negando a complexidade dialética da integração e múltipla determinação entre as partes constitutivas e sua totalidade (BASTOS, 2020c). Buscamos superar essas limitações e equívocos ao cotejar os conceitos e discussões sobre hegemonia, a partir principalmente de Gramsci (1999, 2001, 2007a, 2007b) e alguns de seus principais comentadores (BIANCHI, 2008; COUTINHO, 1992; GRUPPI, 1978; LIGUORI, 2007; MORAES, 2016), com estudos recentes sobre economia política da informação, comunicação e cultura, mediação e plataformação. Conforme argumenta Gramsci (2007a, p. 48), “se a hegemonia é ético-política, não pode deixar de ser também econômica, não pode deixar de ter seu fundamento na função decisiva que o grupo dirigente exerce no núcleo decisivo da atividade econômica”. Em outra passagem, em seu tópico de estudos sobre “americanismo e fordismo”, ao analisar as especificidades econômicas e políticas da hegemonia na “América” durante a década de 1920, Gramsci (2007a, p. 248) afirma que naquele país “a hegemonia nasce da fábrica e necessita apenas, para ser exercida, de uma quantidade mínima de intermediários profissionais da política e da ideologia” (GRAMSCI, 2007b, p. 248). Isso porque ainda não havia se desenvolvido suficiente-

mente a sociedade política e a sociedade civil nos Estados Unidos, não havia grandes “tradições históricas e culturais”. A racionalização da produção e do trabalho apresentava como corolário a construção de um “novo tipo humano adequado ao novo tipo de trabalho” e a centralidade da vida do país na produção. Nessa sociedade racionalizada, “a ‘estrutura’ domina mais imediatamente as superestruturas” (GRAMSCI, 2007b). Para o filósofo sardo (GRAMSCI, 2001, p. 20), há dois grandes planos superestruturais: a sociedade civil, o conjunto dos organismos privados que corresponde à função de hegemonia que o grupo dominante exerce sobre o conjunto da sociedade, e a sociedade política, que corresponde ao “domínio direto” exercido pelo Estado e governo jurídico. Essas funções são “organizativas e conectivas”, sendo os intelectuais os “prepostos” das classes dominantes para o exercício da hegemonia e do governo político. As referências ao “aparelho hegemônico” aparecem desde as primeiras notas em que Gramsci fala de hegemonia. Quando começa a elaborar seu novo conceito de hegemonia, com relação ao usado no período pré-carcerário, ainda no *Quaderno 1*, em passagem sobre a história política francesa, é feita menção ao difícil exercício da hegemonia em período pós-guerra, com a “quebra” do aparelho hegemônico. Dessa maneira, o conceito aparece como fundamental para o exercício da hegemonia e sua desagregação leva à crise desta. O conceito de aparelho hegemônico cria também um elo conceitual com o “Estado integral”, conceito ainda em formação naquele momento, e “oferece uma base material à concepção gramsciana de hegemonia, não assimilável a uma concepção idealista, culturalista ou liberal” (LIGUORI, 2014, p. 76). No *Quaderno 10*, aparelho hegemônico e ideologia aparecem vinculados explicitamente. O aparelho hegemônico serve para criar “novo terreno ideológico”, para consubstanciar uma “reforma filosófica”, uma “nova concepção de mundo” (LIGUORI, 2014, p. 77). Coutinho (1992, p. 77) ressalta que a novidade na formulação de Gramsci não está tanto em relação ao conceito de hegemonia, desenvolvido inicialmente por Lênin, mas ao mostrar que a hegemonia, como “figura social”, possui base material própria, espaço autônomo e específico de manifestação. Essa materialidade da hegemonia é objetificada pelos aparelhos privados, pela sociedade civil.

Engajamento em contexto de midiaticização e plataformização

Em publicação (BASTOS; GROHMANN; OLIVEIRA, 2021) na qual tivemos por objetivo analisar quais os sentidos de engajamento em revistas de Mídia e Comunicação, que publicam em língua inglesa, nos últimos cinco anos (2016-2020), a partir de 502 artigos presentes no Web of Science, identificamos quatro principais categorias: a) perspectiva dos efeitos e proximidade com ciência comportamental; b) perspectivas de participação e cidadania, com vinculações com estudos sobre ciência; c) estruturas e usos das redes digitais; d) comunicação organizacional. A amostragem foi constituída por 89 artigos publicados em 2016, 97 em 2017, 117 em 2018, 108 em 2019, e 58 em 2020. Os artigos foram selecionados a partir de 133 periódicos, que publicam artigos em língua inglesa, de 50 diferentes cidades da Europa, Oceania, África, Ásia, América do Norte e do Sul. Os resultados da pesquisa evidenciam que o conceito de engajamento circula com polissemia na pesquisa em comunicação. Nossa questão motivadora inicial, de que engajamento seria predominantemente associado a métricas e mensuração de plataformas se mostrou equivocada, pois essa foi apenas uma das dimensões encontradas e não foi a prevalente. Contudo, é predominante a percepção do engajamento como fenômeno que se manifesta sobretudo na comunicação digital mediada por *Sites* de Redes Sociais (SRS), com diferentes aportes teóricos, metodológicos, práticas e interações sociais. Identificamos características funcionalistas das mais diversas ordens (organizacionais e midiáticas, por exemplo) nos artigos pesquisados, mas elas não são os únicos sentidos em circulação em relação ao engajamento – e isso revela a riqueza do conceito para a pesquisa em Comunicação. Não obstante, o conceito de engajamento nem sempre aparece a partir de teorizações, conceitualizações ou problematizações. Isso significa dizer que nem sempre os artigos visibilizam o que eles entendem por engajamento e quais suas raízes teóricas e epistemológicas. Uma das ausências ou “pontos-cegos” identificados, que buscamos superar com nossas pesquisas, são estudos que contemplem

engajamento na perspectiva da totalidade e da materialidade dos processos comunicacionais.

Grohmann (2017) avalia que, em meio a tantos sentidos e ausência de reflexividade metodológica, “a noção de engajamento tem o sentido político esvaziado” (GROHMANN, 2017, p. 11). O comunicólogo aponta o momento de “virada discursiva” (GROHMANN, 2017, p. 4) sobre o sentido de engajamento entre os anos 1990 e 2000, em processo amplo de ressignificação de noções principalmente relacionadas ao mundo do trabalho, como colaborador. Em nosso ensaio crítico sobre o conceito de engajamento, buscamos contribuir criticamente com a categoria de análise (BASTOS, 2020a). Nosso propósito é realizar incursão mais profunda no entendimento de engajamento a partir das condições materiais e simbólicas do seu desenvolvimento como prática e conceito estratégico para a construção do poder econômico e político, a partir das transformações produtivas e comunicacionais que ocorrem com os processos de midiáticação e plataformação. Em sua perspectiva institucional do conceito, Stig Hjarvard (2014) entende midiáticação como um processo de *dupla face*, em que a mídia se transformou em instituição semi-independente e à qual as demais instituições precisam se adaptar. Além disso, a mídia, tanto pelos meios de comunicação interativos como através dos meios de comunicação de massa, já se integrou ao cotidiano de outras instituições como política, família, trabalho e religião. Fausto Neto (2008) atesta que não se trata apenas de reconhecer a centralidade da mídia nos processos interacionais entre os campos sociais, mas de constatar que o próprio funcionamento da sociedade, suas práticas, lógicas e códigos são atravessados e permeados pela lógica da “cultura da mídia” (FAUSTO NETO, 2008, p. 92). Braga (2006, p. 11) afirma que a “mediatização” está em marcha para se tornar o que ele define como “processo interacional de referência”. Na argumentação do autor, isso não significa que a cultura escrita como processo interacional será anulada, mas que a “cultura mediaticada” constitui processualidades que passam a funcionar como “organizador principal da sociedade”. Sobressai nos debates a preocupação em entender como a midiáticação implica novos padrões de interação entre os sujeitos individuais e coletivos,

e destes com a realidade e o mundo, constituindo uma nova “ambiência interacional” (FAUSTO NETO, 2008, p. 95).

A palavra ambiência denota tanto o nível físico, espacial, como o nível estético, simbólico. Contudo, destacam-se nos estudos de midiatização o aspecto cultural e linguageiro das interações midiatizadas. Graham Murdock (2017) avalia que, em geral, os autores europeus não relacionam midiatização com o capitalismo. Avaliação crítica que podemos estender aos principais autores brasileiros. Conforme Murdock (2017, p. 15), é imprescindível relacionar as contradições do capitalismo para explicar “as forças motrizes que impulsionam e organizam a midiatização”. Para relacionar midiatização com a dinâmica do capital, a organização das lutas e forças políticas e sociais, é relevante acionar Octávio Ianni e seu prolífico conceito de “príncipe eletrônico”, que prenuncia uma série de reflexões sobre a relação entre midiatização, o capital e a política. Para Ianni (1999, p. 14), a entrada em cena do príncipe eletrônico, a mídia como aparelho hegemônico predominante, como “*intelectual coletivo e orgânico* das estruturas e blocos de poder presentes”, possui a capacidade de subordinar, absorver, recriar ou ultrapassar os demais “príncipes”. O sociólogo brasileiro se refere ao príncipe de Maquiavel, a figura política, o líder, e ao príncipe moderno de Gramsci, o partido político. A grande corporação de mídia atua combinando produção e reprodução cultural com produção e reprodução do capital e “realiza limpidamente a metamorfose da mercadoria em ideologia, do mercado em democracia, do consumismo em cidadania” (IANNI, 1999, p. 17). Em flagrante aproximação com os debates contemporâneos sobre midiatização e política, embora pouco mencionado, Ianni (1999, p. 18) argumenta que paulatinamente a política se insere como “espetáculo dentro do espetáculo” e a opinião pública, a política, o partido e os debates sobre os problemas da realidade nacional e internacional se baseiam nas linguagens e recursos técnicos midiáticos, com destaque naquele momento para a televisão. Ianni destaca a atuação das tecnologias da mídia como *técnicas sociais*, conceito cunhado por Karl Mannheim, pelo seu atributo de modelar as relações sociais e o comportamento humano. Para o sociólogo brasileiro, quando as tecnologias da mídia são inseridas nas formas de sociabilidade

e nos jogos das forças sociais passam a “dinamizar, intensificar, generalizar, modificar ou bloquear relações, processos e estruturas sociais, econômicas, políticas e culturais ativas em todas as esferas da sociedade nacional e mundial” (IANNI, 1999, p. 20).

Podemos compreender mediação como a dilatação da lógica das ITCs (MORAES, 2000) na mediação e organização da realidade, na relação entre os sujeitos e o mundo, o que certamente erige novos padrões de interação, o que implica também novas formas de se inserir e apreender a realidade, ou seja, há implicações e imbricações da mediação no arranjo ideológico pelo qual concebemos a realidade. Muniz Sodré (2014) recorre aos *Gundrisse* de Marx, mais precisamente ao processo de formação dialético do capital, em argumento no qual defende a comunicação “como principal forma organizativa” (SODRÉ, 2014, p. 14). Nos *Gundrisse*, Marx (2011) distingue o capital geral de categorias como trabalho, valor, dinheiro, para destacar a necessidade de “fixar a forma determinada” em que o capital é posto em “certo ponto” (SODRÉ, 2014, p. 14). Ao trazer a discussão para o campo da comunicação, nesse “certo ponto”, conforme Sodré, os signos, discursos e dispositivos técnicos “são os pressupostos do processo de formação de uma forma nova de socializar, de um novo ecossistema existencial em que a comunicação equivale a um modo geral de organização” (SODRÉ, 2014, p. 14). No capitalismo contemporâneo, com a imbricação entre mídia e capital financeiro, a mediação opera como lógica estruturante e totalizante (BASTOS, 2020a). Poell, Nieborg e Van Dijck (2020) conceituam plataforma a partir de estudos de *software*, economia política crítica, estudos de negócios e estudos culturais. A partir de estudos da economia política, de *softwares* e da área de negócios, os autores compreendem plataforma como “a penetração de infraestruturas, processos econômicos e estruturas governamentais de plataformas em diferentes setores econômicos e esferas da vida” (POELL; NIEBORG; VAN DIJCK, 2020, p. 5). A partir dos estudos culturais, os autores concebem plataforma como o processo de “reorganização de práticas e imaginações culturais em torno de plataformas” (POELL; NIEBORG; VAN DIJCK, 2020, p. 5). Poell, Nieborg e Van Dijck (2020) salientam a relevância da complementaridade entre as

perspectivas dos estudos culturais e da economia política crítica no estudo de plataformas. Enquanto o primeiro privilegia a dinâmica cultural e a mútua influência entre usuários e plataformas, o segundo destaca como essa relação é assimétrica.

Considerações finais

Neste capítulo, buscamos articular argumentos mais bem fundamentados, que resultam de pesquisas anteriores, com reflexões embrionárias e projetivas de nosso atual projeto de pesquisa. Iniciamos nossas reflexões sobre o conceito de engajamento motivados a participar de coletânea organizada pela Editora da Universidade Federal Fluminense sobre engajamento social no ensino de graduação. No capítulo escrito no início de 2018, selecionado e recentemente publicado (BASTOS; SALDANHA, 2021), refletimos criticamente sobre os conceitos de responsabilidade social e engajamento social em nossos projetos de pesquisa e ensino, respectivamente o Laboratório de Investigação em Comunicação Comunitária e Publicidade Social e a AÊ!UFF, a agência experimental da UFF. Em ensaio crítico sobre o conceito de engajamento (BASTOS, 2020a), desenvolvemos argumentos fundamentais que seguimos utilizando e refletindo epistemologicamente e teoricamente em nossas pesquisas: de que é um equívoco científico e político reduzir o conceito de engajamento a métricas de análise sobre a *performance* de um conteúdo nas plataformas digitais e a importância de se refletir sobre o conceito de engajamento a partir da materialidade das plataformas e da sociabilidade cotidiana em suas dimensões econômica, social, cultural e política. Mais recentemente, pudemos compreender, a partir de levantamento mais amplo de artigos publicados sobre a temática entre 2016 e 2020, os diferentes sentidos e os principais enfoques sobre engajamento no campo da comunicação (BASTOS; GROHMANN; OLIVEIRA, 2021).

Esse estudo anterior justifica o atual em desenvolvimento por ter possibilitado constatar a ausência ou limitação de reflexão crítica e de precisão teórica na compreensão do conceito, por vezes utilizado como sinônimo de participação, interação ou envolvimento. Ao compreender engajamento como

a dimensão comunicacional, sensível, atuante no engendramento da hegemonia, demonstramos aqui a importância de relacionar a discussão sobre engajamento com os conceitos de midiaticização e de plataformização, permitindo-nos articular as reflexões sobre a ambiência cultural e a base material que sustentam, circulam e moldam os discursos midiáticos e as práticas sociais na contemporaneidade, com enfoque nas relações políticas e de classe.

Referências

BASTOS, Pablo Nabarrete. **Ecoss de espelhos - movimento Hip Hop do ABC Paulista**: sociabilidade, intervenções, identificações e mediações sociais, culturais, raciais, comunicacionais e políticas. 2008. Dissertação (Mestrado em Interfaces Sociais da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

BASTOS, Pablo Nabarrete. **Marcha dialética do MST**: formação política entre campo e cidade. 2015. Tese (Doutorado em Interfaces Sociais da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

BASTOS, Pablo Nabarrete. Dialética do engajamento: uma contribuição crítica ao conceito. **MATRIZES**, v. 14, n. 1, p. 193-220, 7 maio 2020a.

BASTOS, Pablo Nabarrete. Atuação das Frentes Brasil Popular e Povo Sem Medo no Facebook na campanha presidencial de 2018. **E-COMPOS (BRASÍLIA)**, 2020b.

BASTOS, Pablo Nabarrete. Dialética da insularidade: Notas para compreensão da hegemonia popular. In: **XXIX Encontro Anual da Compós**, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande - MS, 2020. **Anais Eletrônicos** [...]. Campo Grande: Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, 2020c. Disponível em: http://www.compos.org.br/biblioteca/trabalhos_arquivo_Z6YXOGOZJCMN00ENVSVS_30_8461_21_02_2020_12_53_39.pdf. Acesso em: 23 jul. 2021.

BASTOS, Pablo Nabarrete; CÂMARA, Gabryella Eloi. Análise comparativa sobre as postagens no Facebook da Frente Brasil Popular e do Movimento Brasil Livre (MBL). In: 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2020, Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2020.

BASTOS, Pablo Nabarrete.; GROHMANN, Rafael; OLIVEIRA, Thiane Moreira de. What is engagement in communication research? Circulation of meanings and consequences for audience studies. **Participations Journal of Audience & Reception Studies**, v. 18, Issue 1, May 2021. Disponível em: <https://www.participations.org/Volume%2018/Issue%201/12.pdf>. Acesso em: 11 maio 2021.

BASTOS, Pablo Nabarrete.; SALDANHA, Patrícia Gonçalves. A publicidade

social da AÊ!UFF e do Laccops: metodologias e práticas dialógicas para responsabilidade social e o engajamento social. In: FARIAS FILHOS, José Rodrigues de; VIRGINIO, Cinthia Paes; QUELHAS, Osvaldo L. G.; VIEIRA NETO, Julio (org.). **Engajamento social: contribuições para o ensino de graduação**. Niterói (RJ): Eduff, 2021. Disponível em: <http://www.eduff.uff.br/index.php/catalogo/livros/985-engajamento-social-contribuicoes-para-ensino-de-graduacao>.

BASTOS, Pablo Nabarrete; SILVA, Denise Terezinha da. Análise das postagens e interações das Frentes Brasil Popular e Povo Sem Medo durante a greve geral de 28 de abril de 2017. In: **40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2017, Curitiba. **Anais...** Curitiba: Universidade Positivo (UP), 2017.

BIANCHI, Alvaro. **O laboratório de Gramsci**: Filosofia, História e Política. Campinas (SP): Alameda Editorial, 2008.

BRAGA, José Luiz. Mediação como processo interacional de referência. **Animus**, v. 5, n. 10, p. 9-35, 2006. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/6693/4050>.

BRUNS, Axel. **Are filter bubbles real?** Cambridge: Polity Press, 2019.

CABRAL, Filipe Mello de Souza; SCHNEIDER, Marco André Feldman. O exercício do tear: a articulação entre Economia Política da Comunicação e os Estudos Culturais latino-americanos na pesquisa em Mídia e Cotidiano. **Revista Eptic**. v. 21, n. 2, maio-ago. 2019.

COUTINHO, Carlos Nelson. **Gramsci: um estudo sobre seu pensamento político**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

COUTINHO, Eduardo Granja. **A paixão segundo Antonio Gramsci**. Rio de Janeiro: Mórula Editorial, 2020.

DAHLGREN, Peter. **Media and Political Engagement: Citizens, Communication and Democracy**. New York: Cambridge University Press, 2009.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **Comum**. São Paulo: Boitempo, 2017.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma “analítica” da mediação. **MATRIZES**, v. 1, n. 2, p. 89-105, 2008. doi: 10.11606/issn.1982-8160.v1i2p89-105.

FREDERICO, Celso. Cotidiano e arte em Lukács. In: **Estudos Avançados**, São Paulo, 14 (40), 2000.

GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do cárcere**, v. 1: Introdução ao estudo da filosofia. A filosofia de Benedetto Croce. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do cárcere**, v. 2. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

- GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do cárcere**, v. 3. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007a.
- GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do cárcere**, v. 4. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007b.
- GROHMANN, Rafael. A noção de engajamento: sentidos e armadilhas para os estudos de recepção. Trabalho apresentado no **XXVI Encontro Anual da Compós**, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, SP, jun. 2017. Disponível em: <https://bit.ly/2JROPXm>.
- GRUPPI, Luciano. **Conceito de hegemonia em Gramsci**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1978.
- IANNI, Octávio. O príncipe eletrônico. **Perspectivas**, São Paulo, n. 22, p. 11-19, 1999.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
- JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.
- HJARVARD, Stig. Mídiação: conceituando a mudança social e cultural. **Matrizes**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 21-44, jun. 2014.
- LEFEBVRE, Henri. **A vida cotidiana no mundo moderno**. Lisboa: Ulisseia, 1969.
- LIGUORI, Guido. **Roteiros para Gramsci**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2007.
- LIGUORI, Guido. Aparelho hegemônico. In: LIGUORI, Guido; VOZA, Pasquale (org.) **Dicionário gramsciano**. São Paulo: Boitempo, 2014.
- LIVINGSTONE, Sonia. Watching talk: gender and engagement in the viewing of audience discussion programmes. **Media, Culture & Society**, v. 16, n. 4, p. 429-447, 1994.
- LIVINGSTONE, Sonia. Relationships between media and audiences: prospects for audience reception studies. In: LIEBES, Tamar; CURRAN, James (ed.). **Media, Ritual and Identity: Essays in Honor of Elihu Katz**. London: Routledge, 1998.
- MATTOS, Maria Ângela; JUNIOR, Mattos Jeder Janotti; JACKS, Nilda (org.). **Mediação & mídiação**. Salvador: Edufba, 2012.
- MIANI, Rozinaldo Antonio. Os pressupostos teóricos da comunicação comunitária e sua condição de alternativa política ao monopólio midiático. **Intexto**, Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 25, p. 221-233, dez. 2011.
- MORAES, Dênis. **A hegemonia das corporações de mídia no capitalismo global**. 2000. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/moraes-denis-hegemonia.html>.
- MORAES, Dênis. **Crítica da mídia & hegemonia cultural**. Rio de Janeiro: Mauad X: Faperj, 2016.

MURDOCK, Graham. Mediatization and the Transformation of Capitalism: the elephant in the room. **Javnost**, n. 24, p. 119-135, 2017.

PAIVA, Raquel. Novas formas de comunitarismo no cenário da visibilidade total: a comunidade do afeto. **MATRIZES**, [S. l.], v. 6, n. 1-2, p. 63-76, 2012. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/48050>. Acesso em: 26 jan. 2021.

PARISER, Eli. **O filtro invisível**: o que a internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados. Reelaborações no setor. **Palavra Chave**, v. 11, n. 2, dez. 2008, p. 367-379.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Possibilidades, realidade e desafios da comunicação cidadã na *web*. **MATRIZES**, v. 12, n. 3, p. 77-100, 26 dez. 2018.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Plataformização. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**. v. 22, n. 1, p. 2-10, jan./abr. 2020.

RHEINGOLD, Howard. Using Participatory Media and Public Voice to Encourage Civic Engagement. In: BENNETT, W. Lance (ed.) **Civic Life Online: Learning How Digital Media Can Engage Youth**. Cambridge, MA: MIT Press, p. 97-118, 2008.

SANTOS, Boaventura de Sousa. Sociologia das ausências e das emergências. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, n. 63, out. 2002, p. 237-280.

SARTRE, Jean-Paul. **Que é a literatura?** São Paulo: Ática, 2004 [1948].

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Edições Loyola, 2002.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis (RJ): Vozes, 2002.

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

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e literatura**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979 [1971].

WILLIAMS, Raymond. Meios de comunicação como meios de produção. In: WILLIAMS, Raymond. **Cultura e materialismo**. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

Publicidade Social x Publicidade Sensorial: a disputa pelo “comum” no tempo e no espaço

Patrícia Saldanha

Introdução

O efeito SIG (simultaneidade, instantaneidade e globalidade) já está definitivamente inscrito na temporalidade cotidiana abolindo todas as distâncias espaciais pela prevalência do tempo.

SODRÉ, 2014

O atravessamento da relação “espácio-temporal” tem sido cada vez mais frequente e decisivo nas reflexões sobre as experiências cotidianas desde o início da globalização. As discussões sobre espaço e sobre tempo compõem a filosofia, a física, a matemática, a arte e são estruturantes não só para pensar a ciência, mas para compreender os efeitos da ciência na rotina humana. No Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC), por exemplo, costumamos analisar criticamente o espaço pela perspectiva do topos¹ aristotélico, ou seja, pela delimitação de um lugar que supera o limite do distanciamento geográfico, pois é preenchido pelo território.

Partimos da noção territorial que configura um grupo amalgamado por uma identidade própria, ou melhor, uma comunidade. Não se trata apenas de um grupo que habita uma terra, mas de uma comunidade que constrói seu próprio sentido identitário quando habita determinado espaço pois, “o que dá identidade ao grupo são as marcas que ele imprime na terra, [...]” (SODRÉ, 1988, p. 22). Esta concepção de território deixa evidente que não tratamos aqui de um espaço estático demarcado por algum tipo de cercamento físico ou simbólico, mas de um território cambiante e preenchido de gente que se movimenta sem perder

¹ “Não é noção que se preste a um esmiuçamento cômodo. Tal é o sentimento de Aristóteles no Livro IV da física: ‘Parece ser algo de grande importância e difícil de apreender o topos, isto é, o espaço-lugar!’. [...] Topos significa propriamente lugar marcado [...]” (SODRÉ, 1988, p. 21)

sua característica comunitária. Isto é, seu limite se concretiza na “questão da identidade, por referir-se à demarcação de um espaço na diferença com os outros” (SODRÉ, 1988, p. 23).

Se ajustarmos um pouco o foco para o interesse do que pesquisamos, veremos o espaço como um *locus* onde é possível observar que tais movimentações ocorrem através das produções sociodiscursivas e de suas impactações na vida ordinária que, por seu turno, podem ser a própria matéria-prima dos acontecimentos que fortalecem, a cada instante, o *ethos* comunitário. Esse foi o ponto de partida para a proposição epistemológica da vertente de “publicidade social” que desenvolvi² durante seis anos e que estruturou os estudos do Laccops³/UFF desde sua certificação em 2014. Indubitavelmente, pensar o espaço e olhar cuidadosamente para os deslocamentos humanos que acontecem nele foram cruciais para a investigação que vem se consolidando desde que ingressei no PPGMC. No entanto, por volta de 2018, percebi que concomitante às publicidades de resistência, diferentes imbricações ligadas às estruturas digitais como a publicidade pervasiva, a oculta, a programática, a numérica, a ciberpublicidade etc. começavam a pulular nos locais pesquisados e pareciam ter o propósito de cooptar os indivíduos para, num processo de ressubjetivação, integrá-los à lógica capitalista, independentemente de seus movimentos identitários e territoriais.

O objetivo dessas novas publicidades era nitidamente aumentar o consumo das mercadorias materiais, cada vez mais efêmeras, e acelerar a circulação de mercadorias imateriais, cada vez mais constantes, sem ponderar as possíveis consequências humanitárias e ambientais dessa dinâmica. Para encantar seus públicos-alvo, suas campanhas geralmente são embaladas pelos discursos da inovação tecnológica e por sólidas argumentações que usam o “social” como temática para inebriar seus consumidores, como sempre fez a “publicidade social” de linhagem norte-americana. Se

² Utilizarei a primeira pessoa do singular todas as vezes que me referir às reflexões que me levaram a recortar objeto e a elaborar parte dele teoricamente para construir hipótese. A partir da discussão do objeto em si, utilizarei o “nós”. Foi necessário me afastar do objeto para a verificação da hipótese que trouxe novos elementos à pesquisa.

³ Laboratório de Investigação em Comunicação Comunitária e Publicidade Social/UFF.

recuarmos no tempo, foi para fazer frente à abordagem estadunidense, que reduz o enfoque social à responsabilidade empresarial, que comecei a consubstanciar uma nova proposição para a “publicidade social” numa angulação latina, como forma de resistência às estratégias de impulsionamento do consumo irrefletido.

Voltando a 2018, enquanto caminhava para a conclusão da proposição de “publicidade social”, que será apresentada adiante, constatei que as tais publicidades inovadoras que foram impregnando o cotidiano de maneira quase despercebida apostavam nas narrativas sociais para reforçar um discurso libertário de democratização da tecnologia, principalmente após a popularização dos dispositivos móveis. Em outras palavras, o fascínio pela sensação de libertação promovida pelos *smartphones* foi a pista para começar a observar mais detalhadamente uma dessas novas publicidades, a “publicidade sensorial”, que enquanto encanta, reforça a apatia via consumo em larga escala. Entendi que se tratava de um ringue e que o objeto não seria uma ou outra publicidade, mas a disputa entre essas formas publicitárias. O principal era entender o que estava em disputa para construir a hipótese.

Ao me aprofundar na disputa entre as duas tendências contemporâneas de publicidade, percebi a existência de dois “comuns” ligados ao entendimento de “social”: pelo viés dos estudos latinos, a visão do “social” se refere aos impactos humanitários e ambientais resultantes dos hábitos de consumo cotidianos; já pelo viés dos estudos norte-americanos, o “social” tem enfoque financeiro e entende a “responsabilidade social” das empresas a partir das atitudes e obrigações “of businessmen to pursue those policies, to make those decisions or to follow those lines of action which are desirable in terms of the objective and values of our society”⁴. (BOWEN, 1953, p. 6).

Parti então da hipótese que, para disputar o “comum”, as novas publicidades – a “social” e a “sensorial” – apesar de serem viabilizadas pelas mesmas tecnologias, a exemplo do *smartphone*, seguem trilhas diferentes. Enquanto a primeira está ligada à ocupação do espaço, a segunda está ligada à dominação da

⁴ “dos empresários que devem seguir as políticas, tomar as decisões ou seguir as linhas de ação desejáveis em termos dos objetivos e compatíveis com os valores da nossa sociedade” (tradução livre). Vale considerar que na década de 1950 os hábitos de consumo se potencializaram ao redor do planeta.

temporalidade. Essa apreensão gera o questionamento sobre se e em que medida esse embate pode vir a fortalecer o projeto hegemônico que comanda a reorganização do planeta, já que as duas publicidades em questão contribuem com a reinterpretção ou com a anulação do espaço pelo tempo através dos meios de comunicação que podem ser eles mesmos os meios de transporte, uma vez que mercadoria imaterial passou a se inserir no cotidiano. Fechada a hipótese, destaco que o “espaço” estará presente em todo o texto, mas sublinho que o protagonismo desta reflexão será conduzido pelo tempo.

O tempo histórico será o pano de fundo para entendermos a expansão capitalista e, concomitantemente, o tempo cronológico será a unidade de conexão entre a reelaboração do cotidiano e as publicidades “social” e “sensorial” que vêm permeando o espaço social de maneira cada vez mais assídua. Seguiremos, portanto, duas perspectivas de compreensão do tempo cronológico: o ritmo e a suspensão. O ritmo se refere ao tempo de produção em *looping* que vai esvaziando no ser o sentido durante o próprio ato de produzir. A execução ininterrupta pode indicar a estratégia capitalista de naturalização do “comum” hegemônico (DARDOT; LAVAL, 2017) que conforma o sujeito social na rotina do trivial. Já a ótica da suspensão prevê uma saída dessa dinâmica alienante que possibilita ao indivíduo a produção de um outro “comum” baseado na escolha “da sua própria comunidade e do seu próprio modo de vida no interior das possibilidades dadas” (HELLER, 2016, p. 42). Tal escolha lhe dá sentido à existência, pois é o cerne da comunidade que mantém viva a comunicação vinculativa na arte, no trabalho, na ciência e na moral (FERNANDES, 2002, p. 49).

O texto aprofundará essa argumentação em três fases: a primeira abordará como a construção da história da atividade publicitária está atrelada ao desenvolvimento do sistema capitalista; a segunda, discutirá como a “publicidade social”, que resiste à publicidade comercial, pode consistir num projeto metodológico, contra-hegemônico, para transformação social; a terceira parte será pautada pela maneira como o sistema capitalista driblou as barreiras do espaço e tenta driblar as do tempo, fortalecendo sua mais recente fase, a cognitiva, através da publicidade sensorial.

A amarração histórica da publicidade brasileira no tempo do capitalismo

Entender como o capitalismo foi estruturando a publicidade, ao longo do tempo histórico, nos dá base para ponderar se e como as publicidades emergentes abordadas aqui podem interferir em práticas de produção de sentido. Para tanto, problematizaremos os dois lados da mesma hipótese, no decurso do texto, apoiados nas seguintes questões norteadoras: o fato de as esferas publicitárias emergentes se embrenharem na vida ordinária seria um indício da implementação de um projeto de dominação que fortalece, de modo quase imperceptível, um “comum” hegemônico no cotidiano da sociedade contemporânea? Ou, o fato de essas esferas publicitárias atuarem na rotina das pessoas comuns pode indicar sinais que lhes façam pensar em escapes desse/ nesse cenário aparentemente hermético, onde até mesmo as novidades dos últimos modelos tecnológicos fluem sem causar nenhuma ruptura aparente, pois reforçam a sensação de praticidade para resoluções corriqueiras?

O capitalismo financeiro vem se alastrando de maneira irremediável no tecido social, em dimensões planetárias, desde o início do século XX e, conforme se expande, altera costumes e conforma as rotinas aos interesses financeiros da classe dominante. Inicialmente, o sistema econômico se estruturou pelo acúmulo de riqueza, adquirido pelo comércio de especiarias e matérias-primas externas à Europa entre os séculos XVI e XVIII; na sequência, na fase industrial, as atividades comerciais se fortaleceram com a lucratividade advinda da mercantilização dos produtos industrializados, dessa vez, no continente europeu. Já no século XX, alguns conceitos em vias de consolidação, ou já consolidados desde o século XIX, foram cruciais para a ampliação do capitalismo monopolista-financeiro global: a concepção de propriedade, a possibilidade imaterial da mercadoria, a veloz circulação de dados e as estratégias inovadoras de comunicação. Atualmente, no século XXI, percebe-se o capital como um “predador” que persegue “a riqueza comum produzida autonomamente” (DARDOT; LAVAL, 2017, p. 200), pois não se trata mais de privatizar espaços como meios “de apropriação, e sim a renda financeira como alavanca de captura do ‘comum’ produzido pelo trabalho imaterial”

(DARDOT; LAVAL, 2017, p. 201). Entramos na era do capitalismo cognitivo, uma fase sustentada por um discurso que, ao circular no dia a dia, passa uma sensação de imaterialidade decorrente de um progresso preenchido por um tipo de inovação tecnológica hiperavançada. Ademais, retomaremos esse assunto para discutirmos a ligação do “comum” com a publicidade sensorial. Importante atentarmos para como esse encadeamento serviu simultaneamente às estruturas de poder vigentes e às expressões de resistência aos poderes estabelecidos.

Por isso, mais do que entender seu significado, é premente depreender como o “comum” se consubstanciou ao longo da história, além de cogitar quem vem gerenciando seu processo de validação nos últimos tempos. Ora, se o “comum”, ele mesmo, é o centro evolutivo da comunicação (SODRÉ, 2014), podemos afirmar que uma das maneiras de administrar o “comum”, é dominar a comunicação. A comunicação⁵ pode ser, portanto, o canal de autopropaganda fundamentada na ideologia de um pensamento matricial que reconhece o sistema capitalista enquanto legitimador dos “modos de ser” e dos “modos do Ser”, e essa pode ser uma pista de como o sistema se fortificou no tempo da vida. Quando o sistema contribui para a definição dos valores de quem “é” no mundo, no fim das contas, define quem gerenciará o mundo. Assim, a propagação diária dos valores a serem seguidos se diversificaram em forma e canais de distribuição e começaram a aparecer sob as mais diversas fontes de dados, como a veiculação das produções audiovisuais, imagéticas, elaborações sonoras, de notícias ou mesmo dos dígitos financeiramente mensuráveis, como a monetização das mídias digitais, por exemplo.

⁵ Importante destacar que compreendemos o campo comunicacional aqui em três níveis operacionais: o vinculativo, ligado às relações sociais, interpessoais e comunitárias; o relacional, que abrange uma comunicação que atende a interesses de mercado e que vão se infiltrando cada vez mais profundamente na vida comum; e, por fim, o crítico-cognitivo, que reflete criticamente o próprio campo. Na obra *Ciência do Comum*, Sodré atualiza o campo comunicacional trabalhado anteriormente no *Antropológica do Espelho* “em três níveis de operação: o que era vinculação, se mantém na ordem vinculativa; já a veiculação, passa a ser relacional e, por fim, o que era cognição, vira crítico-cognitivo ou metacrítico” (SALDANHA, 2016, p. 195). No presente artigo, trabalharei ora com uma noção, ora com outra, dependendo do enfoque publicitário da vez.

Nos referimos aqui aos conteúdos difundidos pelos meios de comunicação hegemônicos, bem como investigamos os novos modos de produção e de divulgação da comunicação de resistência dos espaços populares e comunitários. Nesse sentido, procuramos refletir sobre como o eixo publicitário que sustenta a comunicação brasileira atua taticamente tanto na vertente mercadológica como na vertente social.

Em linhas gerais, a publicidade comercial brasileira se desenvolveu historicamente em quatro etapas: a emergência do mercado, a lei, a academia e a reconfiguração do mercado. As atividades protagonizadas pelos agenciadores de veículos demarcaram o início da atividade publicitária no país, mais ou menos na época da formação da sociedade de massa. Por volta de 1913 ou 1914 (não há documentação oficial sobre o ano), foi inaugurada a agência “A Eclética” como desdobramento dos corretores João Castaldi e Jocelyn Benaton, que agenciavam anúncios para os veículos impressos e locais da época (SANT’ANNA *et al.* 2015, p. 319). Na segunda etapa, em meados de 1960, o governo militar resolve regulamentar a atividade com a Lei Federal nº 4.680/65⁶, para fins de controle do conteúdo que seria produzido e veiculado. Na mesma época, o próprio mercado se organizou e criou as entidades reguladoras da atividade, sendo as centrais: o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR)⁷ – que passou a regulamentar a produção de conteúdo desde a década de 1970 – e o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP)⁸ – que desde 1998 estruturou comercialmente a atividade profissional publicitária. Nesse ínterim, as associações atuantes, sindicatos

⁶ Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/14680.htm. Acesso em: 30 jun. 2021.

⁷ Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária, criado no final da década de 1970 para evitar que o governo sancionasse uma lei de censura prévia ao conteúdo que viesse a ser veiculado. Disponível em: <http://www.conar.org.br/>. Acesso em: 26 jul. 2021.

⁸ Conselho Executivo de Normas-Padrão, criado no final da década de 1990, com a participação de um representante do governo federal e “dos principais agentes econômicos do mercado publicitário brasileiro”. Disponível em: <https://cenp.com.br/sobre-o-cenp/historico>. Acesso em: 26 jul. 2021.

(Sinapro⁹) de todos os estados brasileiros e a federação (Fenapro¹⁰) que unifica todos os sindicatos, ganharam fôlego e o mercado avançou com autonomia independentemente das imposições do Estado. Ainda no final da década de 1970, mas principalmente durante a década de 1980, houve uma profusão de cursos universitários de comunicação que investiram na inauguração de novas graduações em Publicidade e Propaganda (PP) por todo o país e, desde então, o mercado começou a exigir mais qualificação técnica, estratégica e inovadora de seus profissionais. Esse foi o gancho para que a academia entrasse no circuito com uma participação reflexiva sobre a publicidade enquanto um subcampo de estudos da Comunicação Social. A quarta etapa estamos vivendo agora. É a reorganização da atividade publicitária que passa a contar com novas tipologias, como as citadas na introdução, e propostas metodológicas e epistemológicas próprias, como é o caso da “publicidade social”, relatada pelo viés contra-hegemônico.

Publicidade Social Brasileira, uma metodologia contra-hegemônica de resgate social

A “publicidade social” se concretiza quando a participação de pessoas comuns durante o processo de construção da comunicação publicitária supera o limite das relações interativas e se fortalece na vinculação através do compartilhamento de um “nexo atrativo entre o si próprio e o outro” (SODRÉ, 2002, p. 223). Ou seja, há “publicidade social” quando sua ação inclusiva se dilata. Não se trata de expandir ou aumentar o alcance espacial das ações publicitárias, tampouco impulsionar a divulgação de uma causa para torná-la mais conhecida em função do patrocínio público ou privado. A dilatação acontece quando uma ideia se avoluma

⁹ Sindicato das Agências de Propaganda. Disponível em: <http://www.sinapro-rj.com.br/institucional>. Acesso em: 26 jul. 2021. Obs.: há ainda o Sindicato dos Publicitários e Agenciadores de Propaganda e Publicidade do Estado do Rio de Janeiro, fundado em 16 de maio de 1945, graças à autorização do Ministério dos Negócios do Trabalho e Previdência Social que, à época, normatizava atos de natureza sindical e assistia aos profissionais autônomos. Disponível em: <http://www.findglocal.com/BR/Rio-de-Janeiro/337549409630387/Sindicato-dos-Publicit%C3%A1rios-do-Estado-do-Rio-de-Janeiro>. Acesso em: 26 jul. 2021.

¹⁰ Federação Nacional das Agências de Propaganda. Disponível em: <https://www.fenaproinforma.com/>. Acesso em: 26 jul. 2021.

em decorrência do engajamento de novos atores que cooperam com saberes genuínos para resoluções das questões da campanha. Ou melhor, quando *outsiders* tomam para si as causas de minorias como se fossem suas e participam da proposição de soluções a serem construídas de maneira colaborativa, com práticas alternativas às formas tradicionais. Essa proposta de publicidade social já é, em si, o processo que subverte a lógica hegemônica das publicidades do *mass media*, pois sugere uma angulação contra-hegemônica de entendimento para uma outra práxis publicitária, pois a “contra-hegemonia institui o contraditório e a tensão no que até então parecia uníssono e estável” (MORAES, 2010, p. 73).

A lógica hegemônica neutraliza as heterogeneidades que ordenam as existências, sobretudo em relação “ao conteúdo e à significação ou importância de nossos tipos de atividades [...] orgânicas da vida cotidiana: a organização do trabalho e da vida privada, os lazeres e o descanso, a atividade social sistematizada, o intercâmbio e a purificação” (HELLER, 2016, p. 16). Romper a organicidade que difere das estruturas de poder estabelecidas pode promover “pequenos acontecimentos” (FRANÇA, 2020) na vida ordinária capazes de tensionar com o que estava assegurado e estimular novas formas de pensar. Considerando que esses “pequenos acontecimentos” contribuem com um processo de *mutação* que prevê uma hibridização com o estabelecido, pois a “ruptura total nunca ocorre” (BACCEGA, 2010, p. 53), remontaremos os contextos em que as ideias de hegemonia e hegemonia alternativa emanaram, para fecharmos com a publicidade contra-hegemônica, no caso, a social na vertente brasileira.

A fim de compreender os processos sociais e políticos em que estavam inseridos, Vladimir Lênin e Antonio Gramsci enveredaram as concepções de hegemonia pelo materialismo histórico marxista. Historicamente, a Revolução Russa foi o pano de fundo em que Lênin organizou um periódico clandestino denominado “A centelha” (o *Iskra*), um importante instrumento que fortaleceu a criação do Partido Bolchevique e além de substanciar a propagação da ideologia proletária, contribuiu com a elaboração do conceito de hegemonia, a partir da ideia do acordo de classes para alcance do poder. A noção de acordo seria o pacto firmado nos princípios do proletariado que não se curva ao medo, mas

“adequa a ação à palavra” e realmente “struggle against the auto-cracy”¹¹ (LÊNIN, 2009 [1905]).

Alguns anos depois, Gramsci se depara com um panorama marcado pela ascensão da autocracia fascista e, no cárcere, escreve suas reflexões. Em acordo com Lênin, no que tange ao pensamento materialista, Gramsci afirma que “se a hegemonia é ético-política também é econômica; não pode deixar de se fundamentar na função decisiva que o grupo dirigente exerce no núcleo decisivo da atividade econômica”. Nesse sentido, os grupos dirigentes deveriam se comprometer em ouvir os diversos atores sociais, para compreender “os interesses e as tendências dos grupos sobre os quais a hegemonia será exercida” (GRAMSCI, 1968, p. 33) e o espaço dessa interlocução seria a sociedade civil. Está aí a articulação com a presente proposta de “publicidade social” na perspectiva brasileira que desenvolvi, aquela que só “é”, a partir do envolvimento concreto da sociedade civil enquanto portadora “material da figura social da hegemonia, como esfera de mediação entre a infra-estrutura econômica e o Estado em sentido restrito” (COUTINHO, 2007, p. 121).

A acepção gramsciana de sociedade civil está ligada à superestrutura¹² e se compatibiliza com Williams (2005 [1973]) quando ambos argumentam a importância de entender o processo social como um todo, incluindo na discussão a base que o faz funcionar a partir de suas ideias, costumes e formas internas de organização estruturadas pelas instituições políticas, jurídicas, religiosas, educacionais e mesmo as comunicacionais. Se todas essas bases têm percursos históricos próprios, vale acentuar que a hegemonia em si “não é algo unívoco; [...] pois suas estruturas internas [...] podem ser continuamente desafiadas e em certos aspectos modificadas” (WILLIAMS, 2005 [1973], p. 216), até porque “a forma concreta de hierarquia não é eterna e imutável” (HELLER, 2016, p. 36), mas se altera no decurso do tempo.

¹¹ Luta contra a autocracia, o absolutismo, o despotismo (tradução livre).

¹² O “Estado em sentido estrito” ou “Estado-coerção” é composto pelos mecanismos legais que resguardam o poder econômico da classe dominante, seja pelo controle burocrático ou pela repressão autorizada. Já a sociedade civil, ligada à superestrutura, é formada pela elaboração e difusão de ideologias, desde o sistema escolar, passando pelas instituições estruturantes, incluindo os meios de comunicação.

É a noção gramsciana de sociedade civil enquanto espaço privilegiado de debate e entendimento das construções de hegemonia que, segundo Williams (2005 [1973]), é mutável, que é possível discorrer sobre a “publicidade social” que proponho desde que se leve em conta dois quesitos: o primeiro é que faz parte da própria natureza do conceito a diversidade de acepções, uma vez que a “publicidade social” só se constrói quando reflete as relações complexas da sociedade civil em que está inserida. O segundo é que, apesar de ter a diversidade como pilar, existe um rigor metodológico baseado na pesquisa-ação que faculta uma práxis contra-hegemônica para essa publicidade, pois como faz parte da própria estrutura do método pesquisar *in loco*, aumentam as possibilidades de uma compreensão sensível das particularidades marcadas pela história e pela cultura do território investigado. Por exemplo, a “publicidade social” latina¹³ conflui em determinados pontos com algumas propostas do norte global¹⁴, como a “publicidade participativa”, porém, partem de momentos históricos diferentes e têm como berço sociedades civis desiguais econômica, política, social e culturalmente.

Um ponto comum às sociedades civis do sul global é que estão em contínua atividade e costumam resistir aos imperativos ideológicos que suplantam a realidade local sem respeitar as demandas territoriais. Geralmente, nota-se um avanço nas sociedades do Cone Sul quando são perpassadas por processos sociais de construção participativa e, portanto, mais adequados às realidades locais, como

¹³ Observamos que recentemente alguns países latino-americanos começaram a sistematizar cientificamente suas perspectivas sobre publicidade contra-hegemônica, a exemplo do México que iniciou uma classificação da publicidade social com nove tipos de campanhas, cujos aspectos “se relacionan con el desarrollo político y económico en el país, desde objetivos ideológicos y problemas sociales locales, hasta crisis globales y medios digitales” (FUENTES; ISLAS, 2018, p. 230). Outro exemplo, marcante é a perspectiva colombiana chamada de “publicidade popular” identificada por investigadores “da Unipanamericana Fundação Universitária como alternativa para elaboração de mensagens publicitárias” (SALDANHA, 2021, p. 305) ou no México.

¹⁴ “Das noções observadas no Norte Global, a que se aproxima da perspectiva latino-americana é a publicidade participativa que foi alavancada por pesquisadoras portuguesas em conjunto com pesquisas colombianas. Em 2018, o livro *PartipanAd – Publicidad Participativa: una perspectiva global com un enfoque latinoamericano*, [...] teve como objetivo discutir contrapontos tais como “interesses privados vs. públicos, econômicos vs. culturais, corporativos vs. comunitários” (MELO; DUQUE, 2018, p. 9), sem enfraquecer o pensamento com posições maniqueístas” (SALDANHA, 2021, p. 302).

é o caso dos movimentos sociais emergentes que reagem às imposições, ainda que residuais, dos saberes dominantes. Para que uma campanha de “publicidade social” baseada nos fundamentos epistemológicos da vertente trabalhada no Laccops funcione, é primordial entender a vida do lugar onde será implementada e da essência das pessoas que ali vivem, através de suas histórias, pois “a ‘essência humana’ é também ela histórica; a história é, entre outras coisas, história da explicitação da essência humana [...]” (HELLER, 2016, p. 11). Em outras palavras, o respeito e a escuta mútua entre as pessoas que operam o/no lugar permitem o alcance profundo das/nas bases locais de modo a viabilizar um entendimento que pode ser considerado alternativo aos *modi operandi* habitualmente estabelecidos pelo mercado. Em suma, uma das formas de efetivar a “publicidade social” com produções que coadunem com a vida da localidade a partir da invenção e da implementação de *modi operandi* próprios é através de parcerias ou a partir do firmamento de associações “com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo e no qual os pesquisadores e os participantes representativos [...] estão envolvidos de modo cooperativo ou participativo” (THIOLLENT, 2003, p. 14).

Para que as iniciativas contra-hegemônicas de “publicidade social” se consolidem, as soluções encontradas precisam ser disseminadas em ampla escala, pois é a circulação dos resultados obtidos que pode inspirar outros ambientes comunitários e sociais. A articulação com outros saberes, que possivelmente também foram desenvolvidos para resolver questões similares, originados, quem sabe, como forma de resistência a algum tipo de opressão, podem efetivar um possível escape do “epistemicídio, ou seja, a supressão dos conhecimentos locais perpetrada por um conhecimento alienígena” (SANTOS; MENESES, 2009, p. 8).

Nossa proposta é estimular o aumento do fluxo dos inventos em diversos territórios, para que possam propiciar resoluções materiais e/ou imateriais para questões concretas, da vida real, no tempo possível e com a matéria-prima que estiver ao alcance, independentemente da localização geográfica. Uma das brechas que permite a fuga da aceitação passiva é a apropriação das técnicas já existentes, a exemplo, sobretudo, das tecnologias de ponta que não precisam ser utilizadas como meras multiplicadoras de conteúdo,

mas podem e devem ser um canal de reverberação de reivindicações comunitárias, humanitárias e socioambientais de modo a sensibilizar os membros da sociedade civil para participação na resolução das causas divulgadas. Conforme quadro abaixo, a “publicidade social” foi estruturada com cinco tipificações: Comunitária, Afirmativa, de Causa, de Interesse Público e Transversal.

Quadro 1 – Mapa epistemológico da “publicidade social”.

Publicidade Social Comunitária	Publicidade Social Afirmativa	Publicidade Social de Causa	Publicidade Social de Interesse Público	Publicidade Social Transversal
<p>A publicidade comunitária é aquela feita por, para e na comunidade de forma a fomentar a economia, cultura, expressões artísticas, eventos esportivos, culinária, entre outros. Prioriza as resoluções desenvolvidas no espaço físico. Com agente externo no quesito técnico, cria novos dispositivos de produção com materiais de baixo custo para as realizações publicitárias que “tornam públicas” as questões da localidade, revertendo-as em benefícios para o lugar.</p>	<p>A publicidade afirmativa atua no fortalecimento dos territórios marginalizados através da divulgação de expressões culturais, atividades e comercialização de produtos que reforcem a identidade de um grupo ou dinamize a economia local. Linguagem positiva. É Publicidade Social na prática. Tem agentes externos, mas conta com membros locais e pode ser desenvolvida nas ambiências físicas digitais.</p>	<p>Campanhas publicitárias que buscam dar visibilidade em larga escala e mobilizar a sociedade civil em prol de causas específicas a partir da relação dialógica com os Movimentos Sociais, ONG’s que mapeiam e atualizam as demandas emergentes e urgentes. Está, portanto, conectada com a agenda das organizações internacionais (OMS, OMC) e instituições intergovernamentais como a ONU, por exemplo.</p>	<p>A publicidade de interesse público é aquela que promove o interesse da sociedade civil, a partir do princípio da “escuta” sem impor nem se pautar nos interesses da classe dominante. Se opõe à “Publicidade de Utilidade Pública” que faz parte da estrutura da Comunicação Pública do governo federal, e propõe resoluções legais com propostas concretas de políticas públicas para problemas que afetam a vida, destacando os das minorias. Outro ponto importante desse tipo de publicidade é o olhar atento aos investimentos que o governo federal faz com a verba pública.</p>	<p>A publicidade transversal é um tipo de ação publicitária que envolve três pilares da sociedade civil (poder público, organizações privadas e movimentos sociais) e atende aos seus interesses de forma orgânica, pois é a interdependência que garante a transversalidade. Destaca-se, portanto, que, apesar de envolver financiamentos de projetos de publicidade social através de editais, trata-se de uma prática que transcende o aspecto da gestão quando o investimento social ultrapassa a prestação de contas entre financiador e financiado, e equilibra a participação do poder público, empresas e agentes locais para viabilizar projetos de transformação social.</p>

Fonte: Saldanha (2019).

A “publicidade social” pode ser entendida como uma metodologia de resistência para permanência nos espaços territorializados que são constantemente invadidos por ações de interesse unicamente mercadológico, a exemplo das “publicidade(s) de dominação”.

Publicidade Sensorial, uma tática de reconfiguração do “comum” no tempo do sistema

Se voltarmos ao processo histórico capitalista, veremos que a lógica que move o sistema tem por princípio se alastrar eliminando os obstáculos e se reinventando quando preciso. Conforme desenvolvido na Introdução, o espaço foi ora recriado, ora anulado pelo tempo, em alguma medida, quando necessário. Mas e o tempo? Como aniquilar a barreira “tempo”, já que trata-se de uma unidade crucial para sua própria existência?

1) o tempo de circulação do capital é um momento especial na sua valorização; 2) ao circular, entretanto, o capital deixa de ser produtivo, por não gerar mercadorias nem mais-valia; 3) donde, o tempo de circulação cria uma contradição interna para o capital, por se opor à realização do seu próprio processo de valorização. O tempo de circulação apresenta-se como uma barreira tanto à realização quanto à criação do valor. (SODRÉ, 1988, p. 26).

E o que a publicidade tem a ver com isso? Pois bem, o cenário atual se divide em três frentes publicitárias concomitantes na arena global: a tradicional, que comercializa os artefatos que proliferam a lógica mercantil; a social, que retoma o sentido territorial e resiste às imposições hegemônicas que ocuparam o tabuleiro do jogo; e a sensorial, que ultrapassa a racionalidade digital e age no nível sensorial para retomar uma hegemonia que vem sendo colocada em risco pois, como disse Heller (2016), as hierarquias são mutáveis.

Enquanto se multiplicam as divulgações mundiais dos novos modelos e marcas de aparelhos, suportes e ferramentais tecnológicos da China aos Estados Unidos, as ações da Agenda 2030 da ONU incrementam a visibilidade das correntes de resistência ao consumo desenfreado que começaram a despontar nos quatro cantos do planeta. Na mesma proporção que os canais de comunicação tradicionais e inovadores foram ocupados por esse conflito, o mercado se adaptou ao novo panorama e passou a apresentar uma pedagogia de caminhos conscientes para um consumo sem culpa. Por mais incoerente que possa parecer, já é

possível adquirir uma gama de produtos que surgiram da crítica ao consumo alienado, como a variedade de modelos de canudos de alumínio, coleções de produtos pensadas para os minimalistas, grifes de moda que relançam tendências caríssimas a partir do *upcycling* etc.

Do mercado transnacional ao local, a consciência passou a ser atribuída às marcas que se posicionam como responsáveis e às formas de fabricação que dizem se pautar no “comércio justo”. A consciência não é mais do consumidor; foi transferida para o consumo, que é chancelado por selos de garantia de indulgência para colecionar inutilidades conscientes. O surpreendente nessa reconfiguração do consumo é a forma como vem se desenvolvendo. A nova fase do capitalismo tem sugado e envolvido o indivíduo numa experiência de consumo para uma nova estrutura publicitária jamais vista anteriormente. O que chama a atenção é que as construções discursivas repletas de atributos que sugerem um consumo responsável e empático à vida ambiental e humana, na prática, reproduzem o consumismo de forma mais elaborada. A perspicácia está numa divulgação mais sutil, pois instila-se pelos sentidos para chegar à cognição sem que o receptor se dê conta de que foi afetado por uma ação publicitária. E esse é o assunto da “publicidade sensorial” que chegou para re-habitar o espaço hegemônico de uma comunicação que vem se incomodando com as oposições à vista.

Ultimamente tem sido possível notar um deslocamento parcial da comunicação publicitária do campo físico para o sensório, uma remoção que vem paulatinamente alternando e invertendo a ordem dos fatores. Se antes tínhamos a segurança dos territórios mediados pelas relações institucionais e articulados pela dinâmica espaço-temporal, atualmente, a frequente sensação de segurança dada pela submersão nas relações tempo-espaciais tem sido suficiente. Estamos falando de um movimento que tem conciliado as prioridades sociais às convicções da racionalidade técnica enquanto base impulsionadora da midiáticação. Importante pontuar que entendemos a midiáticação pela perspectiva crítica do viés latino, alinhado ao bios midiático que, estrategicamente, naturaliza o pensamento neoliberal nas rotinas, mais acentuadamente no século XXI.

A dinâmica da midiaticização ganhou espaço no dia a dia, quando passou a solucionar questões práticas de forma imediata, através do desenvolvimento de tecnologias digitais que vão desde a criação de *softwares* e disponibilização de aplicativos até a popularização dos *smartphones*, de 2010 para cá. A entrada da Internet nos dispositivos portáteis, como era o caso dos radinhos de pilha ou mesmo dos telefones celulares, os enquadrou na mobilidade, como é o caso do *smartphone* que passou a movimentar, de um lado a outro, as *web-rádios*, as soluções em *streaming*, os locais de compra e venda, as instituições financeiras, escolares e comerciais, assim como o entretenimento etc. Até mesmo as redes interpessoais que antes se desenvolviam em espaços de sociabilidade como a rua, a praça, a escola, os espaços religiosos entre outros, passaram a se desenvolver nas redes sociotécnicas como Facebook, Instagram, grupos de WhatsApp, Twitter, Tik Tok e por aí vai. São canais cuja capilaridade espalha em tempo real, e em rede, um “comum” que circula mais rápido que o tempo de verificação de sua veracidade. A circulação imaterial se concretiza num clique que acelera e encolhe o tempo.

De alguma forma, a comunicação embasada na mediação sociocultural, aquela que vinculava o sujeito ao território e fazia nexos para as pontas envolvidas, começou a ser transportada para os *mobiles*. A novidade dessa alteração na sociedade contemporânea é

[...] a profunda afetação da experiência do atual pela acessibilidade imediata das novas tecnologias da comunicação, que acaba transformando a ‘ferramenta’ (o dispositivo técnico) numa espécie de morada permanente da consciência. O tempo da existência se inscreve na causalidade maquinal da eletrônica. Assim, a temporalidade se acelera, criando efeitos de simultaneidade e sensações de imediatismo dos acontecimentos. O efeito SIG (simultaneidade, instantaneidade e globalidade) já está definitivamente inscrito na temporalidade cotidiana abolindo todas as distâncias espaciais pela prevalência do tempo. (SODRÉ, 2014, p. 115).

O imediatismo anula o tempo de reflexão, ocupando-o com um sentimento de urgência do que não é urgente, como uma votação num *reality show*, as discussões inócuas em redes sociotécnicas, o acúmulo de produtos desnecessários para aproveitar promoções imperdíveis e as crenças nas mensagens que chegam pelo WhatsApp com a mesma assiduidade que as estatísticas da pandemia que assolam a humanidade foram divulgadas. Ou seja, por mais incongruente que o teor das mensagens circulantes possa parecer, é o envolvimento do interagente na irradiação dos conteúdos realizados pelo trabalho abstrato e não remunerado que lhe esvazia da consciência política a substância crucial para o entendimento sobre a organização das sociabilidades. Ao se esvaziar da consciência política, o interagente preenche essa lacuna com a sensação de discernimento através do consumo de determinadas marcas. Então, quanto mais atomizado nesse *looping*, sem troca social e esvaziado do tempo de meditação, mais adequado estará o indivíduo para a nova etapa do sistema.

O processo de isolamento, sem dúvidas, foi acentuado pela pandemia provocada pelo alastramento do novo coronavírus, contudo, o processo de isolamento já ocorria através da individualização do sujeito, em especial nos últimos 10 anos, por conta do aumento de seu vício da conexão com o *smartphone*. Um estratégia que adensou essa dependência foi a informação em imagem que facilitou a decodificação das mensagens sem muito esforço. Para atingir um número significativo de públicos-alvo, as referências chegam pelas redes digitais das mais variadas formas, desde os infográficos científicos, passando pelas imagens religiosas e políticas, até mesmo à maneira como devemos nos vestir, nos portar, nos alimentar etc.

As imagens podem ser apreendidas a partir da representação material e imaterial, pois “pode ser um produto da imaginação, consciente ou inconsciente”, já que se referem “a um conjunto de experiências, impressões, posições e sentimentos que as pessoas apresentam em relação a uma empresa, produto, personalidade, etc. Imagem é um conjunto de signos distribuídos em um espaço concreto, virtual ou no pensamento” (PEREZ, 2016, p. 156). Quer dizer, enquanto está mergulhado na tela móvel

absorvendo, criando e fazendo as imagens circularem, o usuário produz dados para o sistema com trabalho imaterial e contribui com a fabricação do “comum” que dita as regras do jogo. Uma vez capturado por essa mecânica, a próxima etapa seria encantá-lo através da ativação dos sentidos, de maneira absorta, dessa vez, pelo entretenimento. É com a leveza do divertimento que a publicidade sensorial entra em campo, pela experiência sinestésica que marca, com jeito de lazer, a era do capitalismo cognitivo. Para tangibilizar a discussão, foram observados casos concretos nessa fase inicial.

Esta parte da pesquisa está em estágio incipiente, a partir da observação de como os sentidos físicos vêm sendo usados em campanhas publicitárias que, ao não serem percebidas como tal, instilam as experiências sinestésicas no rearranjo da vida ordinária. Para melhor entendimento, partiremos da etimologia do termo sinestesia (do grego *synaísthesis*) e veremos que ele se subdivide em duas partes: em *syn* (união) e *esthesia* (sensação), um tipo de sensação associativa conduzida por uma condição neurológica em que o cérebro associa sincronicamente sensações de origens diferentes. Ou seja, um cheiro (olfato) pode ativar um sabor (paladar). É quando um só estímulo gera uma experiência que aciona duas sensações no mesmo tempo. Outro exemplo é quando o contato com um som ou com uma imagem pode ativar uma emoção no instante em que se conecta à memória.

Essa é a forma de operação da publicidade sensorial na produção de sensações derivadas da ativação dos sentidos físicos (visão, audição, olfato, paladar e tato) para gerar experiências cognitivas até mesmo emocionais. É uma publicidade que incorpora valores positivos aos produtos ou serviços prontos para o consumo. Assim, as agências, *startups* e empresas de comunicação criam marcas imbuídas de valores que são percebidos pelo humano através dos sentidos e, posteriormente, fixados no conhecimento, pela experiência. É exatamente isso que a Publicidade Sensorial faz e, para tanto, veicula repetidamente as sensações que elabora. “A causa da sensação é o corpo exterior, ou objeto, que pressiona o órgão próprio de cada sentido, ou de forma imediata, como no gosto

e tato, ou de forma mediata, como na vista, no ouvido, e no cheiro” (HOBBS, 1979, p. 9). O inédito dessa proposição é fazer tudo isso pelo *smartphone*. Seria possível sentir cheiro pelo celular? Seria possível o algoritmo saber e direcionar o som através do exato fragmento da música que gera emoção para cada indivíduo? Seria possível através de uma experiência sensorial, ativar o paladar de uma comida através do mesmo aparelho que acabei de usar para encaminhar uma mensagem para um parente? Sim, isso já acontece, enquanto a ONU reforça a Agenda 2030.

Na fase de construção do estado da arte das publicidades sensoriais, entre 2018 e 2020 encontramos aproximadamente 50 casos matriciais com desdobramentos e constatamos que é um campo fértil de investigação. Priorizamos a busca pelo Brasil e complementamos com países de outros continentes através das palavras-chave: marketing sinestésico, marketing sensorial, sinestesia e publicidade, publicidade sinestésica, publicidade sensorial, neuromarketing, marketing de experiência, além de termos com algum grau de interface com os diferentes sentidos, no decorrer da coleta. Percebemos que apenas os resultados das agências e empresas multinacionais da Ásia, América do Norte e Europa, além do Brasil representando a América Latina, tinham expressividade, ao passo que a aparição da África e da Oceania era pouca ou nula. Alteramos alguns termos de busca e a pesquisa foi redirecionada para os portfólios das agências publicitárias regionais e locais. Nessa fase, observou-se que os continentes apresentam peculiaridades na escolha das estratégias sensoriais. Em regiões como Estados Unidos, Europa e Ásia a publicidade sensorial é utilizada com fins mercadológicos; já países africanos e a Nova Zelândia, na Oceania, aproveitam o poder sensibilizador que possui a publicidade sensorial para engajar o público num viés social¹⁵. O ponto comum em todos os locais é a presença das mesmas corporações internacionais desde 2010 e essa foi a pista para o início do recorte do nosso *corpus*.

¹⁵ Resultados iniciais da pesquisa de PIBIC 2019/2020, com a bolsista Eduarda Inês de Marcos.

Quadro 2 – Critérios para recorte de *corpus*.

<p>Metodologia:</p> <ol style="list-style-type: none">1. 2010 em diante entrada dos <i>smartphones</i>2. Cruzamento das informações das pesquisas acadêmicas (Compós, Intercom, Alaic, Propesq + Google Scholar, Research Gate)3. IAMCR + Web of Science (falta)4. Aplicativo de geração de nuvem de palavras (http://nuvem.farmi.pro.br/), Laboratório em Rede de Humanidades Digitais (Larhud), do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT-UFRJ).5. Google – busca aleatória por continente6. Empresa mercadologicamente impactante
<p>Recorte: 1 ou 2 empresas</p> <p>Critério: Com o levantamento de experiências mercadológicas de grande relevância econômica e com visibilidade cotidiana na rede e na vida.</p>

Fonte: Patrícia Saldanha.

Decidimos investigar grandes corporações com invenções tecnológicas capazes de impactar os espaços físicos e os corpos através das inovações ligadas às técnicas de Inteligência Artificial (IA) que indicam certa autonomia capaz de reestruturar o futuro pois,

quando as máquinas conseguirem ver e ouvir o mundo que as rodeia estarão prontas para se movimentarem nele em segurança e trabalharão nele de forma produtiva[...]. Os dispositivos com IA autônoma vão revolucionar muito da nossa vida cotidiana, incluindo nossos centros comerciais, restaurantes, cidades, fábricas e corpos de bombeiros (FU LEE, 2019, p. 155-156).

Nesta pesquisa iniciamos com três casos: 1) a Scentee, empresa japonesa que trabalha com experiência sinestésica que ativa cheiro e paladar através do smartphone e que tem investido em gerar cheiros que agendam a vida e demarcam territórios através do desenvolvimento de tecnologia atrelada à Inteligência Artificial¹⁶; 2) as empresas que combinam visão e tato usam a

¹⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xc8Uoxs6dKk>. Acesso em: 4 jan. 2020.

combinação de tecnologias como “computer vision” + “deep learning algorithms” + “sensor fusion”, como é o caso da Amazon Go¹⁷ e do dispositivo Glass Enterprise Edition¹⁸ ou o acessório chamado Eye Tracking Glass¹⁹; 3) o Spotify, que conecta audição e emoção. O aplicativo não age somente na comercialização da música *pop*, mas tem criado *playlists* que promovem experiências para curas de doenças neurológicas em parceria com o Hospital Albert Einstein.

Considerações finais

Enquanto continuamos a desenvolver projetos empíricos de “publicidade social”, começamos a desvelar a “publicidade sensorial” e pretendemos verificar, no Brasil, quais são os impactos desse embate através da análise das inovações ligadas à Inteligência Artificial (FULEE, 2019), cujas técnicas de multiplicação de dados, ainda incipientes, afetam a humanidade e o meio ambiente de maneira arrebatadora. A ideia é, a partir dessa observação, achar pistas para a confirmação ou não da hipótese a partir da compreensão se a tensão citada colabora, em alguma medida, com o projeto hegemônico que gerencia a reorganização do planeta.

Refletir sobre as formas de atuação da comunicação publicitária pode ser um dos caminhos fulcrais para entender a reordenação do cenário vigente e verificar se há linhas de fuga nesse circuito. Sairemos, portanto, dos aspectos técnicos de transmissão de sinais, das plataformas de veiculação (meios eletrônicos, impressos ou digitais) ou mesmo da qualidade estético-discursiva de postagens de conteúdo. Nossa intenção na pesquisa é analisar como a lógica estrutural da comunicação publicitária contemporânea contribui para o ajustamento tátil, na perspectiva cognitiva do sistema capitalista, compreendendo tatilidade enquanto “interação dos sentidos a partir de imagens simuladoras do

¹⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=NrmMk1Myrxc>. Acesso em: 5 jan. 2020.

¹⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=5IK-zU51MU4>. Acesso em: 5 jan. 2020.

¹⁹ Disponível em: <https://edgegroup.com.br/>. Acesso em: 5 jan. 2020.

mundo” (SODRÉ, 2006, p.105). Ora, tudo isso só é possível se contarmos com uma estrutura material. Por mais hipermoderno, imaterial e intangível que essa ordem aparente ser, é necessário que haja o suporte dos equipamentos para produzir a imagem, fazê-la circular e criar com ela a vinculação sensorial que não se materializa na fé, tampouco no sobrenatural, mas precisa de uma parafernália maquímica e de muita mão de obra, nem sempre indenizada, para se consolidar. Afinal, o capitalismo é cognitivo e não espiritual.

Destacamos que, por mais que o discurso inovador da cognição descole seu sentido da materialidade, ele não funciona sem ela. A práxis dos desenvolvimentos publicitários está atrelada à lógica da ordem material ou do cosmocapitalismo pois, “as instituições, as atividades, os tempos de vida são submetidos a uma lógica normativa geral que os remodela e reorienta conforme os ritmos e objetivos da acumulação do capital” (DARDOT; LAVAL, 2017, p. 12). É possível perceber que em todos os ciclos capitalistas desde o período de acúmulo de riqueza, passando pela era industrial, ampliando-se ao capitalismo monopolista-financeiro ou em sua etapa atual, a cognitiva, o capitalismo sempre que se reinventou e se autopropagou com uma narrativa leve, de fácil compreensão e com tom afável que interage com o consumidor.

As interações costumam fluir a partir da decodificação social do “comum” multiplicado na rede virtual, a serviço do mercado. Essas relações são epidérmicas e não têm a profundidade vinculativa que se constrói na extensão afetiva e dialógica do compartilhamento do “comum” genuíno que, por ser construído coletivamente, faz sentido para os membros do grupo que habita um território. Ou seja, um grupo que entende o “comum” como parte de sua riqueza simbólica, capaz de tornar o intangível concreto quando o sente porque o produziu em comunidade. Diferente do ritmo contínuo da fábrica, seja para confeccionar parafusos ou *posts* para o Instagram e vídeos para TikTok, a temporalidade da produção comunitária se eleva “acima da vida cotidiana que produz” (HELLER, 2016, p. 47) sentido. Trata-se de um movimento de suspensão elaborado com irrupções cotidianas, provocadas pela “ruptura da normalidade que provoca sentido” (FRANÇA, 2020) que é ele mesmo o escape, a brecha, a linha de fuga. O

tempo de “suspensão temporária” se dá no território que o tempo não conseguiu capturar, muito menos exterminar.

Esse espaço ou, como dito antes, o topos é um lugar que supera a geografia, pois é delimitado por um “comum” territorial e vinculativo, cuja potência transforma “a carência em determinação. Onde o sujeito pode escolher os caminhos e fazer sua própria história [...] de forma crítica e profunda” (FERNANDES, 2002, p. 49). Um espaço constituído de “momentos produtivos do ponto de vista do processo da (des)alienação” (FERNANDES, 2002, p. 49). Um território alimentado de um “comum” indominável, pois se fortalece na história de suas raízes e se eterniza publicizando socialmente o que produz na prevalência do espaço sobre o tempo.

Referências

BACCEGA, Maria Aparecida, Comunicação/educação: relações com o consumo. Importância para a constituição da cidadania. *In: Comunicação, mídia e consumo*. São Paulo, v. 7, n. 19, p. 49-65, jul. 2010.

BOWEN, Howard Rothmann. **Social responsibilities of the businessman**. New York: Harper. 1953.

COUTINHO, Carlos Nelson, **Gramsci: um estudo sobre seu pensamento político**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **Comum: ensaio sobre a revolução no século XXI**. Tradução de Mariana Echalar. São Paulo: Boitempo, 2017.

FERNANDES, Idília. A dialética dos grupos e das relações cotidianas. *In: GUIMARÃES, G.; FERNANDES, Idília. et al. (org.) Aspectos da teoria do cotidiano: Agnes Heller em perspectiva*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.

FRANÇA, Vera. O acontecimento e a mídia. **Galáxia** (São Paulo, *online*), n. 24, p. 10-21, dez. 2012.

FRANÇA, Vera. **Pandemia, cotidiano e mídia**. Série#memóriadaeletricidade. Transmitido em 2 jun. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=L4pIdu7TQIQ>. Acesso em: 1º jul. 2021.

FUENTES, Eder Antonio Salamanca; ISLAS, Liliana Andrea Sánchez. La publicidad social en México, comprender su pasado y crear su futuro. *In: Revista Ícone*, Recife, v. 17, n. 2, p. 213-228, maio 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/icone/article/download/241356/pdf>.

GRAMSCI, Antonio. **Maquiavel, a política e o Estado moderno**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1968.

HELLER, Agnes. **O cotidiano e a História**. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2016.

HOBBS, Thomas. **Leviatã ou matéria, forma e poder de um Estado Eclesiástico e Civil**. Tradução: João Paulo Monteiro e Maria Beatriz Nizza da Silva. São Paulo: Abril Cultural, 1979.

LEE, KAI-FU. **As supepotências da inteligência artificial: a China, Silicon Valey e a nova ordem mundial**. Lisboa: Relógio D'Água Editores, 2019.

LÊNIN, Vladimir. Working-Class and Bourgeois Democracy. *In: **Collected Works***. v. 8, jan.-jul. 1905. Digital Reprints, 2009.

MELO, Ana Duarte; DUQUE, Marcela. **ParticipAD**. Participatory Advertising: a global perspective with a Latin American focus. Braga: Ed. CECS, 2018.

MORAES, Dênis. Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia: a contribuição teórica de Gramsci. *In: **Revista Debates***, Porto Alegre, v. 4, n. 1, p. 54-77, jan.-jun. 2010.

PEREZ, Clotilde. **Signos da marca: expressividade e sensorialidade**. São Paulo: Cengage Learning, 2016.

SANT'ANNA, Armando; JÚNIOR, Ismael Rocha; GARCIA, Luiz Fernando Dabul. **Propaganda: teoria, técnica e prática**. São Paulo: Cengage Learning, 2015.

SALDANHA, Patrícia. Publicidade Social e sua tipificação: uma metodologia de transformação social. *In: **Comun. Mídia Consumo***, São Paulo, v. 18, n. 52, p. 292-313, maio-ago. 2021. Disponível em: <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/2538>.

SALDANHA, Patrícia. "A ciência do comum": a transcendência do Bios Midiático que reordena as vinculações cotidianas. *Revista Latinoamericana de Ciencias de La Comunicación*, ALAIC, v. 13, n. 25, p. 191-195, jul./dez. 2016.

SANTOS, Boaventura de Sousa.; MENESES, Maria Paula. **As epistemologias do Sul**. Coimbra: Edições Almedina, 2009.

SODRÉ, Muniz. **O terreiro e a cidade: a forma social negro-brasileira**. Petrópolis (RJ): Vozes, 1988.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho – uma teoria da comunicação linear e em Rede**. Petrópolis (RJ): Vozes, 2002.

SODRÉ, Muniz. **Estratégias sensíveis: afeto, mídia e política**. Petrópolis (RJ): Vozes; 2006.

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

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da pesquisa-ação**. São Paulo: Cortez, 2003.

WILLIAMS, Raymond. Base e estrutura na teoria cultural marxista. *Revista USP*, São Paulo, n. 65, p. 210-224, mar.-maio 2005.

Sobre os autores

Adilson Vaz Cabral Filho – Professor titular do curso de Comunicação Social e professor do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC) da Universidade Federal Fluminense (UFF). Doutor e mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), com pós-doutorado em Comunicação pela Universidade Carlos III, Madrid. Bolsista de Produtividade de Pesquisa do CNPq, nível 2. Coordenador do grupo de pesquisa “Centro de Pesquisas e Produção em Comunicação e Emergência” (EMERGE) (PPGMC/UFF). Integrante do grupo de pesquisa Comuni (UERJ). Pesquisador com ênfase em políticas de comunicação; comunicação comunitária; mídia e movimentos sociais e digitalização das comunicações. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1787526384833274>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8132-6675>. Email: acabral@id.uff.br.

Adriana Barsotti – Professora do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC) da Universidade Federal Fluminense (UFF). Doutora e mestra em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Coordenadora do projeto de extensão Universidade no Ar. Integra a Rede de Pesquisa Aplicada em Jornalismo e Tecnologias Digitais, da Associação Brasileira dos Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). Integrante dos grupos de pesquisa “Temporalidade dos Meios Comunicacionais, Linguagem e Cotidiano” (Tempos) (PPGMC/UFF) e “Teorias do Jornalismo e Experiências Profissionais” (Tejor) (PUC-Rio). Autora dos livros *Jornalista em mutação: do cão de guarda ao mobilizador de audiência* e *Uma história da primeira página: do grito ao silêncio no jornalismo em rede*. Vencedora do Prêmio Vladimir Herzog, na categoria reportagem multimídia. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5886848823097817>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7834-9937>. E-mail: adrianabarsotti@id.uff.br.

Alexandre Farbiarz – Professor do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC) da Universidade Federal Fluminense (UFF), que coordenou de 2012 a 2015. Doutor e mestre em Design pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Mestre em Educação e Linguagem pela Universidade de São Paulo (USP). Coordenador dos grupos de pesquisa “Educação para as Mídias em Comunicação” (educ@mídias.com) (PPGMC/UFF) e “Design na Leitura de Sujeitos e Suportes em Interação” (DeSSIn) (PPGDesign/PUC-Rio). Pesquisador com ênfase em Comunicação, Design e Educação, com foco em relações discursivas, mídias, jogos e ensino-aprendizagem; atuando principalmente nos seguintes temas: educação crítica para as mídias; mídia-educação; literacia midiática; educomunicação; educação a distância (EaD); jogos e educação; gamificação; comunicação visual; discurso e linguagem. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0832671797685704>. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-2237-7074>. E-mail: alexandrefarbiarz@id.uff.br.

Ana Paula Bragaglia – Professora do curso de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC) da Universidade Federal Fluminense (UFF). Doutora em Psicologia Social pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) e mestre em Comunicação Social pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Coordenadora do grupo de pesquisa “Ética na Sociedade de Consumo” (ESC) (PPGMC/UFF) e integrante do projeto de extensão “Observatório de Publicidade Expandida” (Obs.) (ECO/UFRJ). Autora dos livros *Ética na Publicidade: por uma nova sociedade de consumo* junto a colaboradores; *Conceitos e técnicas de criação para diversas mídias*, em coautoria; é uma das organizadoras e autoras de *A dissimulação na sociedade de consumo: um olhar crítico sobre as estratégias de persuasão indireta no marketing*. Pesquisadora com ênfase em Mídia, Consumo e Ética.

Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2542584687169854>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8538-2882>. E-mail: anabragaglia@id.uff.br.

Carla Baiense Felix – Professora do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC) da Universidade Federal Fluminense (UFF). Doutora e mestra em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), com pós-doutorado em Educação pela Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). Coordenadora do grupo de pesquisa “Mídias, redes e jovens” (PPGMC/UFF) e do projeto de extensão homônimo. Integrante do grupo emergente “Juventude e Suicídio” (PPGMC/UFF). Pesquisadora com ênfase na relação das juventudes brasileiras com as mídias, seus impactos sociais e subjetivos. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2716034436852580>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7287-6170>. E-mail: carlabaiense@id.uff.br.

Denise Tavares – Professora do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC) da Universidade Federal Fluminense (UFF), que coordenou de 2015 a 2019. Doutora em Integração Latino-Americana pela Universidade de São Paulo (USP), mestre em Multimeios pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), com pós-doutorado em Estudo das Práticas e Culturas da Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS). Coordenadora do grupo de pesquisa “Núcleo de Estudos e Experimentações do Audiovisual” (Multis) (PPGMC/UFF). Autora de diversos artigos e capítulos de livro, além de organizadora de coletâneas. Também é escritora e poeta, sendo autora do livro *Encontros – quase poesia* e de *O gato da Clara* (infantil). Pesquisadora com ênfase no audiovisual em suas múltiplas configurações e trânsitos, com foco especial na narrativa, no imaginário e na representação. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0641026140583587>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5692-7356>. E-mail: denisetavares@id.uff.br.

Flávia Clemente de Souza – Professora do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC) da Universidade Federal Fluminense (UFF). Diretora do Instituto de Arte e Comunicação Social da (UFF). Doutora em Linguística pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e mestre em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Coordenadora do grupo de pesquisa “Comunicação Institucional e suas Interfaces” (GCII) (PPGMC/UFF) e do projeto de extensão “Observatório das Fontes de Informação Pública” (OFIP) (UFF). Pesquisadora com ênfase nas questões relacionadas à memória institucional, às narrativas discursivas que se constituem no território das relações da imprensa com as instituições, sejam elas públicas e/ou privadas, com foco, especialmente, na área de assessoria de comunicação e mídias sociais, em abordagem que problematiza seus produtos e processos, considerando o atual cenário das plataformas digitais e a midiaticização do cotidiano. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3553601419788459>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3147-8563>. E-mail: flaviaclemente@id.uff.br.

Larissa Morais – Professora do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC) da Universidade Federal Fluminense (UFF). Doutora em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF) e mestre em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Integrante dos grupos “Mídias, Redes e Jovens” e “Juventude e suicídio: percursos midiáticos e suas interfaces com a Educação”. Pesquisadora com ênfase em discursos, práticas e identidade profissional no jornalismo contemporâneo. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4724094981271574>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6906-1635>. E-mail: larissamorais@id.uff.br.

Marco Schneider – Professor do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC) da Universidade Federal Fluminense (UFF). Professor do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCI-Ibict) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Pesquisador titular do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict). Bolsista de Produtividade do CNPq e Cientista do Nosso Estado da FAPERJ. Representante da América Latina e Caribe no Conselho Consultivo do International Center for Information Ethics (ICIE). Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP), mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), com pós-doutorado em Estudos Culturais pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Coordenador do grupo de pesquisa “Perspectivas Filosóficas em Informação” (Perfil-i) (Ibict). Integrante dos grupos de pesquisa “Escritos” (Ibict) e “Emerge” (UFF), e do Laboratório em Rede de Humanidades Digitais (Larhud) (Ibict). Autor de *A dialética do gosto: informação, música e política*, publicado em 2015 pela Editora Circuito, com bolsa de auxílio à publicação, da Faperj. Vencedor dos concursos de ensaio “Pensar a Contracorrente” (Cuba-2003) e “Mário Pedrosa” (Brasil-2010). Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6589062304969432>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5053-9491>. E-mail: marco_feldman@id.uff.br.

Pablo Nabarrete Bastos – Professor do curso de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC) da Universidade Federal Fluminense (UFF). Subchefe do Departamento de Comunicação Social (UFF). Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP), mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP), com pós-doutorado em Estudos Culturais pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Pesquisador Jovem Cientista do Nosso Estado (JCNE) (FAPERJ). Coor-

denador pedagógico do Laboratório de Investigação em Comunicação Comunitária e Publicidade Social (Laccops) (UFF). Coordenador do GP Comunicação para a Cidadania da Intercom. Pesquisador com ênfase em hegemonia, contra-hegemonia, hegemonia popular, engajamento, movimentos sociais e comunicação popular. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1667118409899449>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5981-9107>. E-mail: pablobastos@id.uff.br.

Patrícia Saldanha – Professora do curso de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC) da Universidade Federal Fluminense (UFF). Coordenadora do Curso de Comunicação Social (UFF). Doutora e mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), com pós-doutorado em Comunicação e Cultura (Publicidade sensorial) pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Coordenadora e vice-coordenadora do GT de Cidadania da Associação Latino-Americana de Livre Comércio (ALAI). Coordenadora do Intercom Jr. Cidadania (2016-2018). Coordenadora geral do Grupo de Pesquisa “Laboratório de Investigação em Comunicação Comunitária e Publicidade Social (Laccops)” (UFF) e integrante fundadora do Instituto Nacional de Pesquisa em Comunicação Comunitária (INPECC) (UFRJ/UFF/UFRN/UFC). Pesquisadora com ênfase em: Publicidade social, Publicidade sensorial, midiaticização, hegemonia e contra-hegemonia, comunicação comunitária, minorias políticas. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5711133772165586>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7041-129X>. Email: patriciasaldanha@id.uff.br.

Rachel Bertol – Professora do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC) da Universidade Federal Fluminense (UFF). Doutora em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), com período

visitante na Universidade de Princeton (EUA) e mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Coordenadora do grupo de pesquisa “Temporalidade dos Meios Comunicacionais, Linguagem e Cotidiano” (Tempos) (PPGMC/UFF) e do projeto de extensão “Reconfigurações Jornalísticas” (UFF). Integrante dos grupos “Imprensa e Circulação de Ideias: o papel dos periódicos nos séculos XIX e XX” (Casa de Rui Barbosa) e “Mídia, Memória e Temporalidade” (Memento) (UFRJ). Integrante da Rede de Grupos de Pesquisa da Historicidade dos Processos Comunicacionais (Historicidades) e da Rede de História Latino-americana de Mídia (Rehlam). Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6048950036951543>. ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-8411-4002>. E-mail: rachelbertol@id.uff.br.

Renata Rezende Ribeiro – Professora do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC) da Universidade Federal Fluminense (UFF), que coordenou de 2019 a 2021. Doutora em Comunicação e mestre em Comunicação, Imagem e Informação pela Universidade Federal Fluminense (UFF), mestre em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF), com pós-doutorado na Université René Descartes, Paris V, Sorbonne, com bolsa Capes (2017/2018) e na Escola de Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Coordenadora do grupo de pesquisa “Núcleo de Estudos e Experimentações do Audiovisual” (Multis) (PPGMC/UFF) e do “Laboratório de Experimentos Audiovisuais e Multimídia” (LEA) (UFF). Autora dos livros *A morte midiaticizada* (indicado ao Prêmio Jabuti 2016) e *Mídias e divulgação científica* (em parceria com Denise Tavares). Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0869559062728292>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3380-1600>. E-mail: renatarezende@id.uff.br.

Walcéa Barreto Alves – Professora da Faculdade de Educação e do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC) da Universidade Federal Fluminense (UFF). Doutora em Educação pela Universidade Federal Fluminense (UFF) e mestre em Educação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), com pós-doutorado em Educação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Coordenadora do “Núcleo de Estudos em Comunicação e Educação, Etnografia e Representações Sociais” (NECEERS/UFF/CNPq). Integrante da Comissão Editorial da *Revista Aleph* (*online*). Pesquisadora com ênfase em didática e formação do-discente; psicologia da educação; etnografia; teoria das representações sociais; cibercultura; tecnologias educacionais e mídias digitais. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1637516633982361>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8294-917X>. E-mail: walceaalves@id.uff.br.

Índice Remissivo

- Abordagem Tradicional - p.49
- Acontecimento - p.10, 11, 30, 33, 34, 81, 111, 130, 132, 154, 201, 205, 214, 237, 240, 286, 293, 300, 307
- Afeto - p.131, 132, 136, 137, 144, 145, 160, 167, 253, 257, 284, 308
- Algoritmos - p.24, 25, 26, 28, 124, 186, 267
- Alienação - p.12, 14-16, 160, 182, 194, 200, 210, 235, 238, 251, 254, 259, 307
- Ambientes de Ensino-Aprendizagem - p.52
- Ambientes de Ensino-Aprendizagem Contemporâneos - p.44
- América Latina - p.34, 74, 80, 85, 86, 174, 179, 180, 243, 262, 268, 303, 313
- Análise de conteúdo - p.142, 144, 157, 165, 233, 234, 239, 240, 241, 243, 248
- Análise de discurso - p.106, 248
- Análise de redes digitais - p.248
- Analogia - p.60, 253, 254
- Antropoceno - p.14, 122-125
- Aparência - p.92, 127, 139-141, 198, 199, 237, 247, 259
- Arqueologia - p.37
- Arte - p.53, 60, 61, 63, 65, 116, 117, 119, 120, 128, 144, 198, 209, 212, 229, 235, 251, 270, 282, 285, 288, 303, 312
- Assessoria de imprensa - p.88, 93, 94, 97-99, 105, 106
- Audiovisual - p.12, 67, 75, 78, 80, 82, 84, 85, 132, 133, 136, 184, 242, 311, 315
- Autonomia - p.12, 47, 51-54, 86, 152-155, 159, 163, 194, 195, 212, 221, 239, 292, 304
- Biblioteca - p.41, 42, 45, 64, 229, 281
- Bios Midiático - p.260, 299, 308
- Bottom-up - p.156
- Canal da Cidadania - p.185
- Capital - p.15, 88, 103, 191, 202, 203, 208, 209, 212, 213, 249, 257, 261, 265, 266, 270, 270, 278, 279, 290, 298, 306
- Capitalismo - p.12, 14, 15, 112, 131, 155, 195, 197, 199, 203, 204, 207-209, 211, 234, 236, 254, 266, 278, 279, 283, 289, 299, 306
- Capitalismo Cognitivo - p.290, 302
- Capitalismo e Pandemia - p.191
- Catarse - p.134, 135, 138, 144, 253
- Catástrofe - p.7, 14, 107, 109, 116, 119, 120, 124, 125, 129, 209, 327
- CENP - p.291, 292
- Cibercultura - p.43, 54, 64, 65, 106, 147, 153, 163, 166, 167, 217, 231, 316
- Ciência da Informação - p.246, 248, 262, 313
- Ciências Sociais - p.31, 132, 134, 151, 244, 246, 284
- Círculo Mágico - p.59, 60
- Classes de aceleração - p.158
- Cobertura das manifestações de 2013 - p.232
- Cobertura do golpe de 1964 - p.240
- Cognição - p.290, 299, 306
- Colaboração - p.51, 52, 147, 153, 167
- Colonização da vida cotidiana - p.249

- Colonização do tempo livre - p.249, 257
- Commercium et Cognitionis - p.50
- Competência crítica em informação - p.261, 262
- Competências e Habilidades - p.41, 43, 45, 51, 53
- Comum - p.8, 14, 52, 74, 83, 85, 88, 89, 91, 97, 102, 107, 116, 120, 132, 133, 139, 142, 144, 145, 178, 182, 185, 194, 198, 210, 219, 230, 232, 237, 238, 242, 243, 250, 258, 263, 265, 267, 268, 271, 273, 282, 284, 285, 287-290, 295, 298, 300, 302, 303, 306-308, 327
- Comunicação - p.10, 13, 15-17, 26, 34-38, 43-45, 49, 55, 56, 61, 64, 65, 68, 69, 74, 77, 88-95, 97, 99-103, 105, 106, 114, 120-122, 128, 131-133, 135-139, 141-144, 147, 151, 154, 155, 162, 166, 171-184, 187-190, 213, 216, 220, 221, 223-230, 238, 239, 242-246, 248, 249, 258, 259, 261-274, 276, 277, 279-284, 286, 288, 290-29, 294, 297-300, 302, 305, 307-316
- Comunicação Comunitária - p.171, 176-178, 180, 182, 183, 189, 190, 271, 272, 280, 283, 286, 309, 314
- Comunicação institucional - p. 7, 13, 88-93, 95, 97, 100, 103, 105, 312, 327
- Comunicação pública - p.90, 100-102, 105, 262, 297
- Comunidades - p.77, 171, 173, 174, 176, 178, 207, 242
- CONAR - p.291
- Condução da vida - p.255, 256, 259
- Confiança - p.30-32, 257
- Conformidade a normas - p.256
- Conformismo - p.256, 258, 267
- Conhecimento - p.12, 14, 23, 38, 41-43, 45, 47-49, 51, 52, 56, 58, 61,-63, 70, 73, 85, 88, 90, 91, 101, 103, 105, 107, 111, 130, 139, 141, 143, 144, 147, 149, 152, 153, 155, 161, 163-165, 172-174, 179, 183, 186, 189, 190, 193, 205, 216, 221, 228, 235, 237, 243, 247, 250-252, 257, 259-261, 267, 270, 296, 302, 316
- Constituir na Ação - p.62
- Construção social da realidade - p.31, 165, 211, 235, 243
- Construtivismo - p.50
- Contradição - p.204, 248, 298
- Contra-hegemonia - p.14, 272-274, 293, 308, 314
- Cotidiano - p.1, 2, 5, 7-327
- Cotidiano Escolar - p.8, 44, 146, 149, 155, 241, 327
- Cotidiano pandêmico - p.8, 191, 208, 327
- Credibilidade - p. 99, 233, 241
- Crise do tempo - p.109
- Cultura - p.15, 24, 31, 32, 34, 50, 64, 65, 68, 70, 86, 87, 110-113, 116, 122, 123, 126, 128, 131, 136, 141, 143, 147, 152, 155, 166, 167, 171, 178, 186, 190, 209, 212, 213, 216, 217, 221, 226-230, 235, 246, 249, 262, 263, 267-270, 277, 283, 284, 295, 297, 311, 314, 315
- Cultura Contemporânea - p.50, 128
- Cultura de Mídia - p.50
- Democratização da comunicação - p.176, 180, 183, 184, 220, 262
- Design - p.39-41, 43, 49, 64, 65, 102, 103, 117, 123, 131, 154, 157, 184, 185, 239, 265, 310
- Design da leitura - p.40
- Design do livro - p.40
- Desigualdades - p.7, 21, 28, 152, 163, 200, 224, 229, 327

- Desinformação - p.7, 13, 21, 22, 25, 26, 28, 35, 38, 110, 114, 217, 222, 226, 228, 229, 231, 233, 262, 327
- Dialética - p.67, 87, 92, 106, 109, 133, 139, 153, 155, 210, 237, 247, 251, 252, 254, 258-260, 262, 263, 268, 270, 272, 274, 281, 307, 313
- Direito humano à comunicação - p.173
- Discurso jornalístico - p.90, 235
- Discursos midiáticos - p.11, 58, 89, 237, 268, 272, 281
- Dissimulação das marcas - p.8, 191, 208, 327
- Dissimulação do capital - p.208, 209
- Distopia - p.14, 115, 116
- Documentário - p.72-76, 80, 84, 85, 87, 161
- Dodecaedria - p.41, 42, 44, 49
- Economia política da informação, da comunicação e da cultura - p.246
- Economicismo - p.210, 253, 254, 255
- Educação a distância - p.42, 43, 63-65, 310
- Educação bancária - p.47, 48
- Educação Crítica para as Mídias - p.63, 310
- Educação Libertadora - p.47, 52, 63, 164
- Educação Problematicadora - p.47
- Educomunicação - p.221, 227, 230, 310
- Efeito SIG - p.285, 300
- Empreendedorismo - p.223, 233, 234, 239
- Engajamento - p.8, 14, 50, 51, 53, 55, 58, 101, 146, 159, 182, 216-218, 227, 253, 264-266, 268, 271, 276, 277, 280-283, 293, 314, 327
- Ensino Superior - p.49, 64, 151
- Ensino-Aprendizagem - p.7, 39, 44, 48, 51, 52, 55, 146, 148, 310, 327
- Entonação - p.253, 254
- EPC - p.23, 32, 34, 40, 47, 50, 55, 72, 74, 88, 89, 98, 101, 103, 104, 107, 111, 113, 119, 129, 143, 150, 153, 154, 156-158, 160, 161, 163, 177, 188, 193, 201, 210, 215, 217, 221-223, 234, 235, 237, 238, 241, 246, 247, 253, 256, 262, 270, 275, 276, 283, 285, 289, 293-295
- Epistemologia - p.78, 143, 246, 308
- Esfera Espaço-Temporal - p.61
- Espaço - p.8, 10, 12, 26, 28, 34, 35, 42, 45, 49, 55, 56, 59, 61, 67, 69, 70, 73, 78, 84, 85, 88, 99, 110, 113, 114, 117, 118, 125, 133, 141, 146-148, 152, 154-158, 166, 172, 174, 178, 180, 188, 209, 225, 235-239, 247, 250, 269, 275, 285, 286, 288-291, 294, 295, 297-301, 307
- Espontaneidade - p.12, 88, 198, 253, 254
- Esquecimento - p.109, 114, 133, 145
- Essência - p.46, 47, 49, 52, 60, 114, 127, 132, 137, 138, 140, 152, 178, 181, 194, 217, 227, 247, 251, 254, 255, 259, 264, 269, 270, 295, 296
- Estereótipos - p.12, 242, 256
- Estética - p.16, 78, 86, 129, 131, 133, 140, 198, 243, 245, 246, 250, 251, 253, 255, 261, 263, 267
- Estetização da vida cotidiana - p.198, 209
- Estudos Culturais - p.34, 65, 177, 213, 246, 249, 261, 263, 268, 269, 274, 279, 280, 282, 313
- Ética - p.107, 109, 125-127, 133, 137, 138, 145, 156, 157, 191, 210-212, 237, 255, 261, 310
- Etnografia - p.149, 151, 165, 166, 316
- Experiência Sinestésica - p.302, 304
- Fé - p.253, 254, 257, 258, 303, 306

- Ficção Interativa Multiparticipativa - p.42
- Filosofia - p.31, 139, 246, 250, 251, 263, 282, 285
- Fisiologia - p.45
- Flexibilidade - p.51, 52
- Fluxo(s) de Informações - p.50, 129
- Fontes de informação pública - p.89, 100, 102-105, 312
- Formas Verbo-Visuais - p.62
- Game - p.35, 45, 48, 57, 64-66, 90, 115, 160, 200, 207, 216, 229, 233
- Gamificação - p.50, 54, 59, 64, 310
- Giro Decolonial - p.78, 86
- Gnosiologia comparada - p.250
- Gosto - p.215, 228, 242, 257, 263, 267, 302, 313
- Grupo de Pesquisa Multis - p.83, 133, 242, 311, 315
- Hedonismo individualista-imediatista - p.193, 209
- Hedonismo sensorial-imediatista-individualista - p.202
- Hegemonia - p.8, 14, 17, 155, 166, 229, 237, 249, 263-268, 271-275, 281, 283, 293-295, 298, 308, 314, 327
- Hegemonia popular - p.265, 271, 273, 274, 281, 314
- Heterocronia - p.14, 115, 117, 118
- Heterogeneidade - p.9, 252, 293
- Heterotopia - p.14, 117
- Hipóteses progressivas - p.150, 159
- Historicidade - p.7, 13, 14, 107, 109, 112, 123-125, 128, 250, 315, 327
- Homem-Genérico - p.61
- Homogeneidade - p.252
- Ibict - p.246, 248, 262, 304, 313
- Idealismo alemão - p.250
- Identidade profissional jornalística - p.232
- Ideologia - p.8, 14, 16, 17, 70, 191, 200, 206, 207, 209, 213, 236, 263, 266, 267, 269, 270, 274, 275, 278, 290, 294, 327
- Ideologias do Capital - p.8, 191, 209, 327
- Iluminismo - p.76, 110, 121, 250, 259
- Imagem - p.7, 15, 53, 67, 68, 78, 85, 91, 97, 98, 105, 107, 122, 128, 131, 132, 135, 137, 199, 202, 257, 274, 301, 302, 306, 315, 327
- Imaginário - p.7, 13, 14, 16, 23, 24, 67, 68, 70-76, 82-85; 87, 130, 133, 134, 138, 140, 223, 263, 311, 327
- Individualização - p.193, 194, 195, 202, 208, 210, 301
- Individualização pós-moderna - p.195, 202, 210
- Indústria Cultural - p.113, 195, 249, 250, 260
- Indústrias culturais - p.249, 257
- Informação - p.21, 23, 25, 28, 34, 52, 60, 62, 64, 68, 80, 89, 91, 94, 99-105, 131, 133, 137, 141, 143, 147, 157, 172, 178, 180, 190, 212, 227-229, 231, 236, 246, 248, 261-263, 268, 272, 274, 301, 304, 312, 313, 315
- Integração da classe operária - p.249
- Inteligência coletiva - p.94, 147
- Interação - p.45, 49-52, 54-56, 62, 91, 130, 138, 140, 147, 149, 153, 154, 156, 157, 159-162; 164, 167, 217, 241, 252, 277, 279, 280, 305, 310
- Interação mediada, quase interação mediada e mediada online - p.156
- Interseccionalidade - p.223
- Intolerância emocional - p.257
- Jogo - p.24, 42-46, 48, 50-57, 59-63, 65, 68, 72, 110, 112, 137, 138,

- 141, 160, 214, 216, 279, 298,
302, 310
- Jogos Narrativos - p.63
- Jornal Nacional - p.207, 233
- Jornalismo - p.8, 12, 13, 14, 21-33,
35-38, 49, 66, 90, 91, 93-96, 99,
167, 228-230, 232-243, 245, 250,
258, 259, 262, 309-315
- Jornalismo econômico - p.233, 239
- Jornalismo sensível - p.234, 240
- Juízo provisório - p.254
- Juventude e Suicídio - p.13, 68, 78, 79,
83, 135, 242, 311, 312
- Juventude - p.13, 15, 68, 74, 78, 79, 82,
83, 84, 87, 135, 216, 217, 222-225,
227-229, 240, 242, 311, 312
- Letramento Midiático - p.217-220,
226, 227, 241
- Letramento midiático e informacional -
p.217, 226, 227
- Literacia midiática - p.262, 310
- Ludicidade - p.7, 39, 62, 64, 327
- Lúdico - p.13, 42-45, 48, 52, 53
- Lúdico-Narrativo - p.45
- Lugar - p.11, 13, 15, 21, 22, 30, 32,
34, 36, 39, 41, 47-49, 57, 60, 62,
64, 68-70, 72, 76, 103, 105, 115,
117, 118, 132, 136, 140, 177, 178,
181, 194, 200, 202, 205, 207, 219,
221, 223, 237, 238, 249, 266, 285,
295-297, 307
- Lugar Educativo - p.62
- Magisterium - p.56, 57, 59
- Marxismo - p.246, 284
- Materialismo histórico - p.191,
203-205, 208, 246, 247, 250, 293
- Materialismo histórico-dialético -
p.246, 247, 250
- Mecânica - p.43, 51, 52, 54, 56, 57, 61,
259, 302
- Mediação - p.34, 90, 91, 97, 99, 100,
103, 154, 155, 157-160, 162, 163,
166, 217, 230, 248, 252, 255, 260,
266, 268, 279, 283, 294, 300
- Meio Ambiente - p.13, 68, 72, 74, 75,
77, 84, 116, 305
- Meios de produção - p.92, 131, 204,
247, 269, 284
- Memória - p.29, 34, 35, 37, 60, 71,
87-89, 91, 105, 106, 109, 110,
112-116, 119, 122-124, 133, 144,
145, 186, 245, 246, 252, 261, 302,
307, 312, 315
- Mercadoria - p.203, 204, 213, 266,
278, 286, 288, 289, 298
- Mercantilização - p.87, 203, 204, 208,
289
- Meritocracia - p.234
- Método etnográfico - p.248
- Método Poético - p.14, 72
- Métodos e técnicas de pesquisa
aplicados - p.248
- Mídia - p.1-327
- Mídia e Cotidiano - p.1-327
- Mídias sociais - p.25, 79, 130, 172,
186, 312
- Midiatização - p.8, 12, 86, 89, 105,
131, 135, 137, 147, 148, 151, 154,
163, 166, 225, 264-266, 268, 274,
276-279, 281-283, 299, 300, 312,
314, 327
- Mimese - p.253, 254
- Momento da Leitura - p.45
- Morte - p.14, 24, 27, 68, 80, 82, 134,
135, 138, 144, 191, 192, 199-202,
224, 315
- Motivação - p.50, 51, 55, 58, 80, 127,
152, 172, 196
- Movimento pela democratização da
comunicação - p.180, 184

- Movimentos sociais - p.76, 77, 173, 175, 189, 210, 268, 271, 295, 297, 309, 314
- Narrativa - p.7, 13, 34, 35, 37, 41-43, 45, 45, 56-59, 67-70, 72, 75, 76, 78, 79, 82-88, 90, 91, 103, 119, 120, 130-138, 140-145, 163, 179, 236, 247, 287, 306, 311, 312
- Narrativa Lúdico-Interativa - p.45
- Narrativas audiovisuais - p.136, 140
- Narrativo - p.42, 45, 63, 70, 75, 83, 130, 132, 136, 139, 142
- Neutralidade axiológica - p.247
- Notícias - p. 7, 13, 21-26, 29, 30, 36-38, 82, 90, 95-99, 223, 229, 232, 233, 235, 236, 241, 291, 327
- Notícias falsas - p.37, 233
- Novos Movimentos Sociais - p.76
- O Bem Viver - p.77, 86
- Objetividade jornalística - p.7, 21, 23, 26, 28, 30, 31, 33, 35, 36, 327
- Ontologia - p.249
- Opinião pública - p.89, 95-97, 101, 106, 278
- Particular - p.9-12, 16, 47, 56, 60, 74, 76, 77, 80, 81, 89, 93, 107, 111, 127, 131, 132, 134, 136, 137, 174, 177, 182, 202, 221, 226, 233, 235, 250-254, 256-260, 268, 295
- Pedagogia Construcionista - p.48
- Pedagogia Crítica - p.50, 64
- Pedagogia de “Fogos de Artificio” - p.54
- Pensamento cotidiano - p.60, 251, 270
- Pensamento crítico - p.12, 13, 61, 92, 262
- Pesquisa de opinião - p.248
- Pesquisa documental - p.248
- Pesquisa-ação - p.295, 308
- Plataformas digitais - p.91, 100, 102, 130, 136, 172, 264, 271, 280, 312
- Plataformização - p.8, 12, 14, 264, 266, 268, 274, 276, 277, 279, 281, 284, 327
- Política - p.8, 9, 14, 15, 29, 65, 76, 84-87, 94, 95, 97, 101, 112, 113, 115-117, 120, 124, 129, 131, 138, 144, 145, 162, 164, 167, 169, 171-182, 184, 188, 189, 210, 213-215, 218-220, 222, 225-229, 232, 233, 236, 238, 241, 243, 244, 246, 247, 253, 256, 261-263, 265-269, 271-275, 277-283, 287, 294, 295, 297, 301, 307-309, 313, 314
- Políticas de Comunicação - p.171, 177, 243, 309
- Pós-humanismo - p.122
- Pós-modernidade - p.131, 132, 194, 197, 212
- Pós-verdade - p.257, 262
- PPGCI-Ibict/UFRJ - p.248
- PPGMC-UFF - p.133, 134, 143, 171, 248, 262, 268, 269
- Pragmatismo - p.54, 202, 203, 213, 253-255
- Práticas jornalísticas - p.23
- Práxis - p.62, 88, 92, 146, 148, 248, 251, 253, 255, 258, 267, 270, 293, 295, 306
- Prazer imediato - p.196, 198, 199
- Precedentes - p.245, 254, 265
- Preconceito(s) - p.12, 74, 161, 251, 254-258
- Presentismo - p.14, 123-125, 128
- Processos Discursivos - p.44, 50
- Produção de Sentidos - p.7, 9, 11, 13, 19, 34, 42, 44, 64, 69, 79, 89, 90, 94, 105, 130, 133, 214, 222-225, 227, 327

- Progresso - p.111, 112, 122, 124, 127, 212, 290
- Publicidade(s) de dominação - p.297
- Publicidade de resistência - p.286
- Publicidade emocional - p.205
- Publicidade expandida - p.207, 310
- Publicidade Pandêmica - p.199
- Publicidade Participativa - p.295
- Publicidade popular - p.295
- Publicidade Sensorial - p.8, 15, 285, 287, 289, 290, 298, 299, 302, 303, 305, 314, 327
- Publicidade Social - p.8, 271, 280, 285-288, 292-297, 305, 308, 314, 327
- Publicidade Social Afirmativa - p.297
- Publicidade Social Comunitária - p.297
- Publicidade Social de Causa - p.297
- Publicidade Social de Interesse Público - p.297
- Publicidade Social Transversal - p.297
- QRCodes - p.58
- Racismo - p.27, 35, 37, 229
- Radiodifusão comunitária - p.8, 171, 172, 175-177, 182, 184-187, 190, 327
- Rádios comunitárias - p.172, 175, 176, 187, 190
- Razão positivista - p.247
- Recepção ativa - p.246
- Redes discursivas - p.120, 121
- Redes Sociais Digitais - p.130, 134, 138, 215
- Reflexão - p.9, 14, 46, 55, 60-62, 67, 88, 92, 93, 142, 160, 204, 209, 236, 245, 251, 270, 271, 280, 288, 301
- Reflexos - p.180, 250
- Relativismo pós-moderno - p.259
- Representações - p.7-9, 11, 13, 16, 17, 19, 67-71, 73, 74, 77, 79, 82, 84, 89, 92, 104, 131-133, 135-137, 146, 148-151, 155, 157, 159-167, 198, 206, 227, 235-237, 241-243, 270, 316, 327
- Representações sociais - p.149-151, 155, 157, 159, 165-167, 243, 316
- Responsabilidade - p.11, 51, 52, 55, 63, 68, 189, 194, 202, 280, 282, 287
- Responsabilidade Social - p.189, 280, 282, 287
- Ritmo - p.118, 121, 196, 234, 288, 306
- RPG - p.42, 57
- Sala de Aula - p.43-45, 49, 54, 62, 63, 152, 158, 161, 164, 165
- Sêneca - p.259
- Senso comum - p.14, 74, 85, 139, 210, 237, 238, 243, 258, 263
- Senso crítico - p.52, 237, 238, 243, 258, 263
- Sentido à História - p.126, 127
- Serious Game - p.45
- Singular - p.12, 72, 73, 250, 251, 253, 259, 260, 286
- Sociedade de Consumo - p.12, 191, 310
- Sociedade do Espetáculo - p.198, 212, 262
- Subjetividade - p.31, 70, 136, 140, 144, 194-196, 221, 234
- Suicídio - p.13, 68, 78-84, 87, 135, 138, 242, 311, 312
- Suspensão - p.11, 12, 29, 60-62, 107, 150, 159, 162, 209, 235, 237, 252, 253, 255, 258, 288, 306, 307
- Suspensão da cotidianidade - p.252, 253, 255, 258
- Suspensão do Cotidiano - p.252, 253, 255, 258

- Sustentabilidade - p.11, 12, 60, 61, 107, 209, 235
- Táticas e estratégias - p.154
- TDICs - p.45, 50
- Televisão - p.124, 134, 136, 183, 262, 278
- Tempo - p.5, 8, 10, 11, 14, 15, 28, 29, 34, 37, 39, 40, 46, 50, 54-56, 60, 65, 67-72, 76, 85, 87, 88, 90, 92, 98, 99, 104, 108, 109, 111-113, 117, 118, 122, 123, 125, 128-133, 137, 139, 145, 147, 154, 157, 163, 173, 174, 176, 179-181, 193, 195-197, 205, 211, 222, 230, 236-238, 243, 247, 249, 250, 252, 256-258, 261, 262, 269, 285, 287-290, 295, 296, 298, 300-302, 307
- Tempo de produção - p.259, 288
- Tempo de trabalho - p.118, 249
- Tempo histórico - p.163, 237, 288, 289
- Tempo livre - p.249, 257
- Temporalidades - p.107, 108, 118, 119, 122, 123, 125
- Teoria Crítica - p.191, 204, 205, 208
- Teoria do Fluxo - p. 52
- Território - p.22, 67, 68, 75-77, 80, 85, 138, 174, 186, 188, 219, 285, 286, 295, 300, 306, 307, 312
- Topos - p.285, 307
- Totalidade - p.81, 93, 274, 277
- Trabalho - p.83, 91, 101, 103, 111, 112, 116, 118, 120, 124, 139, 150, 153, 159, 171, 179, 191, 193, 194, 209, 229, 232-235, 238, 241, 246-249, 262, 269, 271, 275, 277, 279, 283, 288, 290, 293, 301, 302
- Transformação Social - p.85, 110, 114, 163, 235, 288, 297, 308
- TVs comunitárias - p.171, 173-176, 184, 186
- Ultrageneralização - p.253, 254
- Universal - p.12, 136, 186, 250, 251, 254, 257, 259, 260
- Universo Ficcional - p.56, 82
- Utopia - p.75, 110, 111, 115-117, 263
- Vida cotidiana - p.9, 10, 12, 14, 15, 33, 34, 60, 61, 65, 87, 105, 113, 127, 132, 133, 137, 138, 141, 143, 154, 166, 174, 181, 182, 198, 209, 210, 213, 249, 252, 254-256, 264, 268, 270, 272, 293, 304, 306
- Vinculação - p.137, 239, 250, 261, 266, 267, 290, 292, 306

Índice Onomástico

- ADORNO, Theodor - p.109, 113, 191, 204, 210, 248, 249, 250, 260, 262
- ANTUNES, Ricardo - p.249, 250, 262
- BARBOSA, Marialva - p.32, 33, 36, 133, 135, 144, 236, 246
- BAUMAN, Zygmunt - p.193-195-199, 211, 128, 281, 282
- BENJAMIN, Walter - p.85, 86, 113, 120, 248, 182
- BERGER, Peter - p.150, 157, 165, 195, 209, 211, 235, 243
- BLOCH, Ernst - p.115, 248
- BURROWES, Patricia Cecilia - p.191, 207, 211
- CAMPBELL, Collin - p.196, 197, 211
- CARVALHO, Mário F. de L. - p.192, 200, 211
- CATANI, Afrânio Mendes - p.191, 204, 211
- CERTEAU, Michel de - p.13, 34, 37, 76, 86, 89, 92, 143, 149, 153, 165, 225, 228, 250, 260
- DEBORD, Guy - p.198, 212, 248-250, 260, 262
- DERAKHSHAN, Hossein - p.21, 38
- DIDI-HUBERMAN, Georges - p.76, 78, 79, 86, 108, 119, 120, 128
- DUPAS, Gilberto - p.196, 197, 212
- EAGLETON, Terry - p.248
- ELIAS, Norbert - p.122, 128
- ENGELS, Friedrich - p.16, 111, 206, 247, 248, 270
- FEATHERSTONE, Mike - p.195, 197, 198, 199, 212
- FOUCAULT, Michel - p.14, 28, 34, 37, 88, 108, 115, 117, 118, 120, 121, 128, 236
- GOUVÊIA, Marina Machado - p.191, 203-205, 212
- GRAMSCI, Antônio - p.14, 17, 248, 250, 253, 258, 269, 273-275, 278, 282, 283, 293, 294, 307
- HALL, Stuart - p.193-195, 212, 214, 229
- HARTOG, François - p.108, 123-125, 127, 128
- HEGEL, G.W. F. - p.111, 247
- HELLER, Agnes - p.8, 9, 11, 14, 33, 34, 37, 60-62, 65, 76, 86, 107-112, 115, 119, 127, 128, 143, 181, 182, 190, 191, 209, 210, 212, 225, 229, 235, 238, 243, 245, 248-259, 262, 263, 288, 293, 295, 296, 298, 306, 307, 327
- HORKHEIMER, Max - p.109, 191, 204, 210, 248-20, 260, 262
- HUYSEN, Andreas - p.108-110, 112-115, 123, 129
- ILYENKOV, Evald - p.248
- JAMESON, Fredric - p.248, 249, 250, 263
- KELLNER, Douglas - p.50, 65, 108, 115, 116, 129, 154, 162, 166, 206, 213, 248, 249, 263
- KILOMBA, Grada - p.35, 37
- KITTLER, Friedrich - p.108, 109, 119-122, 125, 126, 128, 129
- KOSELLECK, Reinhart - p.110, 129
- KOSIK, Karel - p.11, 71, 87, 92, 106, 248, 250
- LEFEBVRE, Henry - p.11, 61, 65, 70, 71, 76, 87, 143, 269, 270, 283
- LENIN, Vladimir Ilich - p.248, 275, 293, 294, 308
- LIPOVETSKY, Gilles - p.50, 65, 195, 196, 213

- LUCKMANN, Thomas - p.150, 165, 211, 243
- LUKÁCS, Georgy - p.8, 14, 17, 115, 238, 243, 245, 249, 253, 259, 263, 270, 282
- MARCUSE, Herbert - p.248, 249,
- MARTIN-BARBERO, Jesús - p.34, 35, 37, 155, 159, 166, 179, 190, 250
- MARTINS, José de Souza - p.76, 191, 210, 213
- MARX, Karl - p.16, 70, 111, 191, 203, 204, 206, 213, 247, 248, 270, 279
- MATTELART, Armand - p.249, 263
- MATTELART, Michèle - p.249, 263
- MÉSZÁROS, Isztván - p.248-250, 263
- MORAES, Dênis de - p.82, 87, 137, 144, 239, 243, 249, 263, 265, 271, 273, 274, 283, 293, 308
- MORETZSOHN, Sylvia - p.8, 14, 237, 243, 245, 249, 250, 258-261, 263, 327
- NICOLELIS, Miguel - p.192, 200-202, 211, 213
- PAZ, Octavio - p.72, 87
- POMIAN, Krzysztof - p.111, 112, 122, 129
- RANCIÈRE, Jacques - p.14, 108, 115-119, 125, 129
- RUBIM, Antônio Albino Canelas - p.261, 263
- SÉBASTIAN, Charles - p.195, 196, 203
- SODRÉ, Muniz - p.32, 38, 131, 136-138, 142, 143, 145, 160, 167, 235, 244, 260, 265, 267, 271, 279, 284-286, 290, 292, 298, 300, 306, 308
- THOMPSON, John B. - p.154, 156, 167, 191, 206, 213
- TUCHMAN, Gaye - p.23, 31, 38
- VIRILIO, Paul - p.121, 129
- WARDLE, Claire - p.21, 38
- WILLIAMS, Raymond - p.248, 269, 273, 284, 294, 295, 308
- WOLF, Mauro - p.204, 205, 213, 249, 263
- ZIZEK, Slavoj - p.248

Linha 1: Linguagens, Representações e Produção de Sentidos

Os limites da objetividade jornalística em um cenário de desinformação, desigualdades e distribuição algorítmica de notícias

Adriana Barsotti

Ludicidade e cotidiano nos contextos contemporâneos de ensino-aprendizagem

Alexandre Farbiarz

Uma pesquisa sem fim: narrativas, representações e imaginários nos múltiplos trânsitos cotidianos da imagem

Denise Tavares

A comunicação institucional e suas interfaces diante dos processos de representação no cenário cotidiano midiático

Flávia Clemente de Souza

Regimes temporais do cotidiano: perspectivas para o debate sobre a mídia, catástrofe e historicidade

Rachel Bertol

Narrativas e afetos do cotidiano midiático: mídia, imaginário e produção de sentidos na sociedade contemporânea

Renata Rezende Ribeiro

Tecnologias, representações e percursos midiáticos no cotidiano escolar

Walécia Barreto Alves

Linha 2: Políticas, Discursos e Sociedade

O cotidiano como arena de luta pelas iniciativas de radiodifusão comunitária

Adilson Vaz Cabral Filho

A dissimulação das marcas em tempos de Covid-19: ideologias do capital e resistência no cotidiano pandêmico

Ana Paula Bragaglia

Mídia, cotidiano e política: o que os jovens nos ensinam sobre esta relação?

Carla Baiense Felix

O jornalismo confrontado a partir de seus discursos e práticas

Larissa Morais

Pensando a relação entre mídia e cotidiano com Lukács, Heller, Moretzsohn *et al.*

Marco Schneider

Engajamento, mídia e cotidiano: hegemonia em contexto de midiática e plataformação

Pablo Nabarrete Bastos

Publicidade Social x Publicidade Sensorial: a disputa pelo “comum” no tempo e no espaço

Patrícia Saldanha