

GLOBALIZAÇÃO, PÓS-MODERNIDADE LÍQUIDA E EDUCAÇÃO: UMA REFLEXÃO SOBRE O ENSINO NO UNIVERSO DIGITAL

Carlos Henrique da Costa Barreto¹
Taís Steffenello Ghisleni²

RESUMO

Este é um estudo de natureza qualitativa e bibliográfica, e que tem por objetivo construir uma reflexão na temática de ensino na contemporaneidade globalizada, pós-moderna (líquida) e tecnológica, cenário onde uma série de questões se implicam quanto ao impacto do universo digital em nossas vidas, destacando-se a importância da construção de consciências críticas, reflexivas e preparadas à experiência digital. Da contextualização de temas norteadores ao debate de autores como Santos, Bauman, Lévy, Castells, Gabriel, Fava, dentre outros, percebe-se que os efeitos sociais da experiência de mundo pela pós-modernidade líquida acabam por se refletir, também, na experiência digital das pessoas sobre o universo digital: líquida, efêmera, confusa e caótica, sem aprofundamento crítico nem filtro de conteúdo. Por conseguinte, destacamos a prática de Educação Midiática como caminho, ao cenário educacional, para a formação de pessoas aptas a vivenciar de forma consciente o estado de mundo digital cibridizado em que vivemos, tendo seus benefícios e possibilidades não só asseguradas aos professores e alunos, mas também a própria democracia e bem-estar social.

PALAVRAS-CHAVE

Atualidade. Pensamento crítico. Tecnologias. Digital. Educação.

1 INTRODUÇÃO

A Globalização é um processo iniciado décadas atrás, talvez inacabável, mas que certamente foi acelerado pelos avanços de mundo que presenciamos nas últimas décadas. Na obra de Campos e Canavezes (2007, p. 8) de introdução ao tema, os autores destacam que “os desenvolvimentos tecnológicos que facilitaram a comunicação [...] a circulação de pessoas, bens e serviços constituem um importante centro nevrálgico da Globalização” – caracterizando-a, desse modo, como processo de diversas dimensões diferentes, e que por isso trouxe uma série de implicações sobre a forma como experienciamos a realidade. Assim,

¹ Bacharel em Publicidade e Propaganda, Pesquisador em Comunicação e Mestrando em Ensino de Humanidades e Linguagens pela Universidade Franciscana (UFN) – Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil. Bolsista CAPES. E-mail: carloshcb123@gmail.com.

² Doutora em Comunicação. Professora Adjunta no Centro Universitário Franciscano. E-mail: taisghisleni@yahoo.com.br.

determinam os autores: o entendimento que construímos acerca dos impactos da globalização sobre nós trazem fortes “implicações sobre as leituras possíveis do mundo contemporâneo” (CAMPOS; CANAVEZES, 2007, p. 12).

Milton Santos (2000), geógrafo brasileiro de referência quanto ao estudo crítico da globalização, estabelece perspectivas acerca desse processo enquanto uma grande visão de mundo aglomerado e unificado como sendo, em verdade, o ápice do capitalismo pelo mundo, disseminador de várias ideologias e estruturas diferentes que resultam em consumo, desigualdades sociais, desaparecimento de culturas menores ou localizadas, mas também em possibilidades e alternativas de se repensar a utilização dos recursos mundiais para um futuro melhor. Outrossim, sob a leitura de Zygmunt Bauman, esse processo foi o que nos impulsionou ao patamar de desenvolvimento sociológico, cultural, político e – de forma geral – humano no qual hoje nos encontramos, a pós-modernidade.

E essa pós-modernidade em que vivemos, portanto, considerando a centralização da internet (hiper e multimidiática) como principal plataforma de comunicação planetária bem como o estabelecimento de um Universo Digital sobre o qual vários autores já ensaiavam nas décadas que nos precederam – como Pierre Lévy (1999), enquanto falava da Ciberficação de mundo pela internet, e Manuel Castells (2003), quanto às múltiplas apropriações dessa tecnologia –, podemos afirmar que tal conjuntura de mundo, que acelerou significativamente o processo de Globalização, certamente mesclou nela seus fatores e trouxe, por fim, uma série de questões formativas quanto aos seres humanos: formar seres humanos preparados para viver a Globalização e a Pós-modernidade Digital é um desafio que recai ao mais primordial espaço formativo da sociedade: a escola e seus processos educacionais.

Diante desses expostos, o presente trabalho é um estudo reflexivo que tem como temática a educação no mundo globalizado, numa era pós-moderna que implica uma série de questões desafiantes e de possibilidades aos contextos formativos, ao considerarmos o impacto que as tecnologias digitais desempenham em nossas vidas e o modo pelo qual estamos contemporaneamente habituados a experienciá-las

Sendo assim, o estudo tem por objetivo geral construir uma reflexão acerca da educação sobre o universo digital na pós-modernidade. Por especificidades, nos valeremos em 1) **contextualizar**, inicialmente, o processo de globalização como propulsor da Era pós-moderna e sua influência na sistematização do mundo atual para, em seguida, 2)

problematizar sobre o que é a pós-modernidade, sua caracterização como *líquida*³ e suas implicações no ensino nos possibilitando, enfim 3) **refletir** sobre o ensino na pós-modernidade líquida e digital com destaque na Educação Midiática, de olhar ao contexto, seu conceito, práticas, possibilidades e importância. Seguem nos próximos tópicos nossa sessão metodológica seguida pelos tópicos de resultados com reflexão construída.

2 MUNDO GLOBALIZADO, PÓS-MODERNO (DIGITAL) E LÍQUIDO

Em sua obra **Introdução à Globalização**, os autores Campos e Canavezes (2007, p. 17) nos apresentam esse termo para designar todo um “conjunto de transformações econômicas, políticas, sociais e culturais que se fazem sentir a nível mundial”, e que nos trouxeram a noção de um mundo de países independentes, mas interligados. Os autores refletiram, por conseguinte, que essas transformações foram profundas e nos constituíram novas formas de concebermos a realidade, nos trazendo tantas mudanças e dificuldades quanto as próprias alternativas para ultrapassá-las e repensar atuações em favor de rumos melhores ao mundo globalizado (CAMPOS; CANAVEZES, 2007). Mas será que isso realmente acontece? Para compreender a Globalização, bem como o nosso próprio estado humano no mundo globalizado, cabe-nos o debate deste tópico: *de onde veio a globalização? Que transformações foram essas? Como interpretar a globalização? E para o que ela nos guiou?* – dentre outras.

Primeiramente, citando o jornalista Ignácio Ramonet (1998), verifica-se que a Globalização teve seu possível estopim no século XX, com a Queda do Muro de Berlim, que politicamente dividia a Europa em dois blocos: capitalista e socialista. Desse evento, decorreu-se também o fim da Guerra Fria e o fim da Cortina de Ferro, como ficou conhecida tal divisão simbólica entre os polos capitalista e socialista, através do muro, tendo como potências líderes os Estados Unidos e a Rússia, respectivamente. Como efeito, o sistema capitalista se propagou pelo globo e, conforme o autor, esse processo catapultou a Globalização devido ao livre mercado que levou as nações a buscar novos laços econômicos, transações, integrações e comunicações umas com as outras, transformando as partes em grandes elos interligados em relações de diferentes naturezas.

³ Conforme sociólogo Zygmunt Bauman em suas obras.

Quanto às transformações que se decorreram dessa nova sistematização de mundo integrado, retomando o guia de Introdução à Globalização de Campos e Canavezes (2007), os autores classificam três dimensões: **Econômica**, **Cultural** e **Ambiental**. Os efeitos da dimensão econômica, e de maior impacto entre todos, se destacam no crescimento exponencial do comércio mundial⁴, na extensa industrialização⁵ de espaços urbanos e na emergência de um mercado financeiro internacional que levantou diferenças gritantes: muitos países se tornaram potências, enquanto vários outros acabaram substancialmente dependentes. Seja de matéria prima, de alimentação, de recursos, de tecnologia, de capital, dentre outros.

As outras duas dimensões, por conseguinte, nada mais são do que reflexos do sistema capitalista pelo mundo. Nosso planeta, que já enfrentava problemas ambientais – destacando o desmatamento, a poluição, as queimadas, enchentes, etc – seu viúvo obrigado a confirmar o aumento desses fatores em vista dos processos de industrialização e crescimento das fábricas que agora consomem muito mais recursos e espaços naturais. Na leitura dos autores, em vista disso, novos problemas isolados nascem enquanto outros se tornam supranacionais, sobretudo nos países subdesenvolvidos que, ao partilharem um conjunto de características sócio-política-econômicas que os fazem depender de países potências, tornam-se estruturalmente mais suscetíveis à degradação ambiental, dada sua exploração pois

É aí que as florestas tropicais se situam e vão sendo dizimadas, é aí que boa parte dos resíduos tóxicos vão sendo depositados e é ainda aí que, em maior grau, a desertificação ameaça zonas agrícolas e muitas espécies animais se encontram em vias de extinção [...] Embora possa existir uma componente de ordem geográfica para esta localização, muitos cientistas sociais têm sublinhado que se trata sobretudo do resultado de relações de natureza política e econômica (CAMPOS; CANAVEZES, 2007, p. 65).

Em outra perspectiva, a obra de Gabriel (2018) contribui com esse debate e pode nos acrescentar uma outra dimensão quanto a caracterização da Globalização: a **tecnológica**. Em sua leitura, a globalização tecnológica é efeito direto do domínio da internet pelo mundo (ao lado do capitalismo), uma tecnologia disruptiva que por englobar a dinâmica de todas as outras plataformas de comunicação concentrando-as num único meio digital se tornou disruptiva,

⁴ Sobre tudo nas relações de produtores/consumidores geograficamente separados por distâncias consideráveis (de um extremo ao outro do globo);

⁵ Diferente da industrialização da Revolução Industrial manufaturada, com as filas de operários em linhas de produção. Com a tecnologia na globalização, começam as indústrias de máquinas autônomas, que realizem através de si mesmas o próprio serviço.

popular e dominante. A autora aponta os nossos próprios celulares e dispositivos eletrônicos como a principal caracterização de uma sociedade *cíbridizada* – pessoas constantemente alternadas entre o estado *on* e *offline* não havendo mais uma delimitação clara entre cada. Por conseguinte, se na Globalização cada sociedade vive interligada com as outras pelo sistema econômico, político, social e capitalista do mundo, frente à autora podemos interpretar que na Globalização Tecnológica, *cada indivíduo* vive interconectado ao outro graças ao universo digital que se emerge da internet.

As leituras de Castells e Lévy ajudam a compreender esse cenário: para Lévy (1999), a popularização da internet pelo mundo modificou completamente as formas de relacionamento entre pessoas, sociedades e culturas umas com as outras porque o conteúdo mundial real e *offline* se *digitaliza* e migra, com impacto, para dentro do meio virtual emergido dessa tecnologia – aquilo que ele denomina como *ciberespaço*; a humanidade, portanto, faz-se diante de um processo de *ciberficação* que dá origem à uma *cibercultura*. Ao encontro, Castells (2003) analisa a internet enquanto tecnologia que foi apropriada pelas pessoas para diversas práticas diferentes – dentre elas a prática social; para Castells (2003), a internet atua como um grande oceano de informações que interliga comunidades de usuários e seus conteúdos conforme as utilidades que deles lhe são atribuídas, e não à toa, denomina sua obra com Galáxia da Internet, vasta, complexa, estruturada e viva. Porém, na leitura de outros autores – tecendo problemática com olhar à Globalização – o que acontece em decorrência dessa dinâmica da internet são os processos de *declínio* do indivíduo, de informação ou de culturas inteiras.

Quanto a Globalização pela expansão do capitalismo sobre o mundo, Domingues (1993) diagnosticou um declínio da identidade individual de pessoas ou grupos em vista das sociedades que foram engolidas ou diluídas pelo contato com sociedades maiores até que seus costumes, tradições e demais particularidades foram modificadas ou desapareceram por completo.

Já quanto ao cenário atual, na Globalização Tecnológica, o exposto de Lima, Nascimento e Farias (2016, p. 2) corrobora a afirmação desta tese: a mídia (e suas tecnologias) em efeito “aparece como aparato facilitador e assume o papel de disseminar os objetivos desse novo paradigma de sociedade”. A mídia, essencialmente em objetivo de venda de ideias, conteúdos, imagens e demais especificidades nos bombardeia com informações projetadas para nos

conduzir de maneira inconsciente à *compra de culturas* ou de *pacotes de identidades* que nos fazem abandonar a individualidade da nossa própria construção cultural – gerando na contemporaneidade uma série de modas efêmeras puramente guiadas pelo interesse capitalista globalizatório: seja ele objetificado, político, ideológico, comunicacional, etc.

Frente a esses expostos, por conseguinte, Santos (2000) estabeleceu três perspectivas sob as quais podemos interpretar o processo de Globalização – tanto como processo capitalista quanto processo tecnológico – que somadas aos expostos, hoje mais do que nunca nos são fundamentais para compreendermos o mundo ao qual fomos guiados:

1) Globalização enquanto uma *fábula* capitalista; 2) Globalização enquanto uma *perversidade* capitalista; 3) Globalização como uma *possibilidade* no capitalismo. Na primeira, compreendem-se os mitos da compressão, das facilidade e da acessibilidade num suposto mundo interligado que, na verdade, são apenas ideologias capitalistas criadas para instigar o consumo e o comércio; na segunda, compreendem-se a globalização como ela em fato é, uma estrutura de desigualdades sociais, das citadas explorações do meio ambiente, de fator disseminar de fome, doenças, violência, conflitos por interesses (políticos, econômicos, sociais, etc), dentre outras mazelas; e na terceira, compreendem-se, por fim, as possibilidades do uso capital, tecnológico, político e social conquistado pela integração entre nações para promover o bem-estar e o desenvolvimento sustentável mundial.

Por conseguinte, é o filósofo e sociólogo Zygmunt Bauman (1925 – 2017) que nos apresenta perspectivas acerca da globalização com olhar direto às consequências que o processo implica sobre os seres humanos e suas experiências no mundo contemporâneo. Bauman, em grande parte das suas obras, verifica a Globalização como um processo que impôs mudanças sob as quais até hoje ainda hoje relutamos, mas sem termos poderes nem alternativa nenhuma senão a adaptação ou coexistência. Classifica como resultado da globalização o chamado mundo **pós-moderno**, marcado pelas inovações e modificações caóticas de mundo (sociais, comunicacionais, informacionais, tecnológicas, etc) opõem-se diretamente à segurança projetada pela vida em estabilidade e abrem espaço para uma nova forma de experienciar o mundo, que é baseada em subjetivismo, vontade e liberdade individual.

Em sua obra “O mal-estar da pós-modernidade”, Bauman debatia a insegurança existencial do ser humano abrindo margem ao conceito que viria a desenvolver: “no mundo

moderno, notoriamente instável e constante apenas em sua hostilidade a qualquer coisa constante, a tentação e interromper o movimento [...] torna-se esmagadora e irresistível” (BAUMAN, 1999, p. 21).

Então, em “Tempos Líquidos”, Bauman (2007, p. 12) conclui que na pós-modernidade uma “nova ordem, como no derretimento dos primeiros sólidos, necessita driblar qualquer resistência que impeça seu avanço” e conclui que todas as mudanças de mundo vivenciadas nesse era “voltadas à perfuração e à quebra de fronteiras, comumente chamadas de globalização, fizeram seu trabalho”. Por essa razão o principal entendimento que permeia a tese de suas obras acerca da pós-modernidade globalizada na natureza humana é a inconstância, o desprendimento: nada é sólido, tudo é *líquido*, efêmero, mutável – e assim ele cria o conceito da *liquidez* na pós-modernidade, a principal característica (sintoma ou problema) de nosso mundo contemporâneo.

Para Bauman (2007), vivemos tempos líquidos porque nada é feito pra durar. O autor observa que os imediatismos e facilidades da era contemporânea despertam no ser humano um desprendimento da retenção de valores e aprofundamentos em suas relações com o mundo, o que gera uma onda inconstante na natureza humana: liquidez nas relações, liquidez em nossos medos, liquidez nos pensamentos, liquidez no conhecimento e, até liquidez na própria experiência de vida presente ou futura (BAUMAN, 2007).

Nessa linha, a formação humana baseada na formalidade e nos aspectos legislativos deu espaço, nas sociedades, para novos sistemas baseados num subjetivismo que segue a liquidez e a inconstância da era contemporânea – um subjetivismo, no entanto, cuja ausência total de bases reflexivas pode nos levar a um *relativismo formativo*. Na contemporaneidade, vemos pessoas que discursam, mas que propriamente não compreendem sua ideologia; pessoas que criticam, mas que não sabem o que estão criticando; pessoas que consomem, mas que não sabem por que consumir. A liquidez que Bauman delineia, que permeia nossas relações sociais, econômicas, ideológicas, produtivas, dentre outras, é capaz de afetar, sobretudo, nossa *experiência pelo mundo*.

E com efeito, o que se passa é que essa se reflete, também, pela experiência das pessoas no novo universo emergente: o universo digital, quando a internet e as Tecnologias da Informação e da Comunicação tomam centralidade na vida das pessoas, e cenário a partir do qual desenvolvemos as perspectivas deste trabalho. O **fenômeno da liquidez**, portanto,

também se torna um mal para a sociedade no mundo globalizado, numa era de pós-modernidade digital, e que destacamos como ponto de relevância aos espaços formativos da sociedade – a escola e os processos de ensino – quanto a tarefa de formar e prepara cidadãos para a vida em sociedade pós-moderna digital.

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Este é um estudo de natureza essencialmente qualitativa: conforme Michel (2009), aquele que não se utiliza de dados numéricos ou estatísticos, mas que se foca na interpretação de fatos e fenômenos em contextos e ambientes específicos com análise à suas relações de influência. Consideremos como fenômenos aqui abordados a grande caminhada de Globalização perpassada pelo mundo nas últimas décadas, a sistematização do mundo na pós-modernidade e a emergência da liquidez – delineada por Bauman – em nossas relações com os meios que incidem, portanto, responsabilidades quanto os espaços formativos da sociedade para preparar os indivíduos ao contexto de mundo contemporâneo.

O estudo, por se valer da descrição e explicação desses conceitos em sua etapa de contextualização teórica também apresenta caráter descritivo e explicativo: conforme Gil (2002) as abordagens metodológicas utilizadas para fundamentação dos temas cuja compreensão será necessária para nortear a construção de tese a se defender, cruzamento de dados ou reflexão geral do estudo. Desse exposto, o estudo utiliza como principais materiais bibliográficos o guia de Introdução à Globalização, de Campos e Canavezes (2007), as obras de Bauman que fundamentam seu conceito de *liquidez* e pós-modernidade, as obras de Gabriel (2018) e de Rui Fava (2016) sobre tecnologias e inovações, e perspectivas da educação na era tecnológica, respectivamente, dentre outras que convergem com os assuntos tratados embasam nossas interpretações.

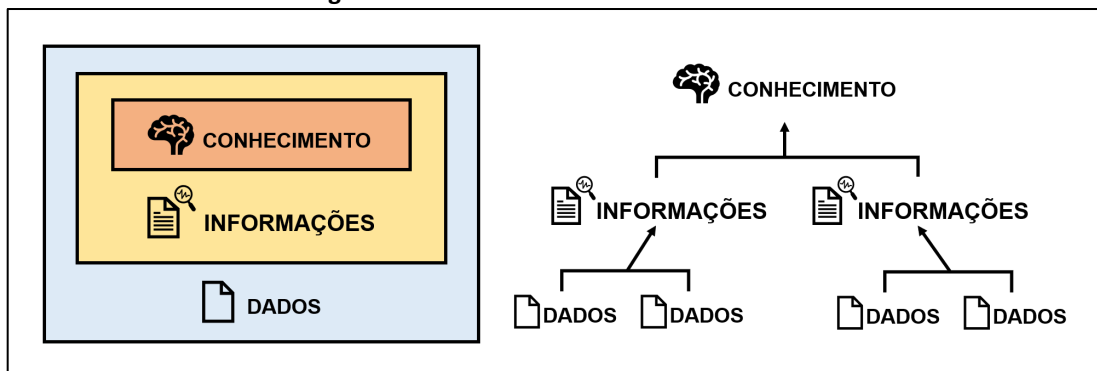
Por conseguinte, o estudo, de forma geral, busca sustentar a tese de que a pós-modernidade líquida, onde as experiências humanas são efêmeras, mutáveis, confusas e até mesmo vagas afeta, também, as nossas experiências digitais. Isso, em nosso ambiente informacional, é o que abre terreno para uma série de problemáticas relativas ao modo como consumimos os conteúdos digitais: desinformações, pós-verdades, fake news, discursos de

ódio, segregações etc. sendo necessário, portanto, o olhar educacional de caráter contínuo sobre a formação de seres humanos para o universo digital na sociedade contemporânea.

4 PÓS-MODERNIDADE LÍQUIDA DIGITAL E ENSINO: UMA PROBLEMATIZAÇÃO

Maria Angeloni (2010), em sua obra “Comunicação nas organizações da Era do Conhecimento” defende a tese de que, dada a nossa contemporaneidade e a vastidão de conteúdos aos quais somos expostos – sobretudo a evolução que contextualizamos anteriormente – o conhecimento, afinal, passa a ter uma nova significação de utilidade; o conhecimento implica importância, como um capital, algo valioso pelo qual se devem destinar mecanismos humanos a se obter. Dessa perspectiva, a autora classifica a esfera informacional que gira sobre o mundo em 3 itens: dados, informações e conhecimentos. A Figura 1 ilustra sua ordem estrutural, bem como sintetiza seus modos de aquisição.

Figura 01 – Estrutura da esfera informacional



Fonte: elaboração própria, com base em Angeloni (2010)

Conforme a autora, os dados são as unidades de conteúdos mais puras, um código em sua essência; as informações são os dados inter cruzados, interpretados ou aplicados sob uma leitura específica; os conhecimentos, por fim, são as várias informações inter cruzadas, úteis, validadas e construídas de forma a expressar uma leitura final sobre o mundo real (ANGELONI, 2010).

No contexto digital, ilustremos um exemplo dessa ideia: vamos considerar os termos 1) *fake news* – notícia falsa, em tradução literal – e 2) internet. Os termos *fake news* e internet são dados, códigos em sua essência, com significados irreduzíveis, mas passíveis de várias aplicações; consideremos, então, a sentença “*Fake news* se propagam pela internet”: partindo do princípio de que já decodificamos o significado desses termos (os dois dados), podemos

intercruzá-los para estabelecer uma leitura inicial, específica sobre eles dois; agora consideremos a sentença “Fake news se propagam pela internet e podem se decorrer numa série de problemas sociais além da desinformação, a citar, por exemplo, a desvalorização dos meios políticos da comunicação, a segregação, movimentos negacionistas, o ódio e até mesmo ataques contra a Democracia”. Nesta sentença, vários dados e várias informações foram aplicados, intercruzados e integrados numa mesma lógica para expressar tal leitura que se aplica em nosso mundo contemporâneo. Partindo do princípio de que tenhamos decodificado todos esses dados e informações, a compreensão de sua sentença final se mostra como o conhecimento (produto) produzido através deles nesse processo.

Dentro da nossa debatida pós-modernidade (digital), esse processo todo, no entanto, **não acontece**. Em nossa interpretação, o fenômeno da liquidez – que Bauman diagnosticou como um mal contemporâneo – agora em nossa experiência pelo mundo digital se acentua gravemente. Conforme problematizam Ferrari, Machado e Ochs (2020), usualmente, ao consumirmos um conteúdo digital, não ultrapassamos da sua camada mais superficial e simplória, não fazemos estudos, não nos aprofundamos em conceitos e nem buscamos a interpretação por trás das mensagens que circulam pelas redes.

Apesar de não nos caber generalizações indevidas, ponderamos que a consciência e o senso de reflexão crítica sobre o universo digital certamente não estão desenvolvidos – ou nem são incentivados – entre grande maioria dos públicos nativos ou imigrantes digitais: conforme Buckingham (2010, p. 49) existe pouco reconhecimento consciente sobre os aspectos dos conteúdos digitais, “das dimensões emocionais de nossos usos e interpretações dessas mídias, ou mesmo dos aspectos da mídia digital” que se mostrem para além da mera informação, da superficialidade.

Do contrário, não teríamos um quadro tão (infelizmente) amplo de problemas ou de questões relativas à desinformação, aos discursos de ódio ou demais conflitos motivados pela divergência caracterizando tanto as apropriações sociais dadas à internet pelas pessoas, grupos e usuários, em sites, redes sociais e aplicativos dentre outros espaços – como observa Pereira (2017) em seu estudo “Educação e Sociedade da Informação”. O autor reflete sobre os desafios do ensino contemporâneo frente à formação de cidadãos para a vida em sociedade digital, e percebe que vários desafios caracterizam essa tarefa (PEREIRA, 2017).

Rui Fava (2016, p. 208), professor doutor em Ciências da Educação analisa o meio digital como novo meio de “interação e comunicação, que [...] possibilitou o crescimento [...] de informação e conteúdos disponíveis, acessíveis gratuitamente em rede, em qualquer instante, em todo lugar”. A internet e o meio digital – ou o Ciberespaço, de Lévy (1999) – se tornam o mais novo e centralizado meio de busca, composto de uma ampla massa de informações e de conteúdos aos quais acessamos, consumimos e compartilhamos – ao encontro do que caracterizam Lima, Nascimento e Farias (2016) quanto à mídia no mundo globalizado. Esses, portanto, nada mais são do que os efeitos da globalização do mundo refletidos pela internet.

Para Fava (2016), é por essa razão que as pessoas constantemente se deparam com a “necessidade de criar mecanismos [...] capazes de encontrar, entre inúmeros dados irrelevantes, uma informação precisa”, corroborando com mesma lógica de Angeloni (2010). Para o autor, ao mesmo tempo em que a informação digital se torna uma fonte abundante e inesgotável, torna-se também uma fonte *barata* e, por isso, nem sempre confiável. A internet é composta de sistemas focados na exibição e apresentação dos dados, de maneira a apresentar a informação de forma medíocre, mesclando-se ao confuso, comercial, entretenimento, persuasivo, dentre outras dimensões. Nos deparamos com o desafio de compreender essas informações e lhes atribuir um significado útil em nossas vidas para que não sejamos apenas usuários passivos no digital. É frente desse cenário que Fava (2016) propõe estarmos diante de uma Paideia Digital – abrindo-nos à compreensão do conceito.

Conforme Bortolini e Nunes (2018), a noção do que é uma Paideia vem da Grécia Antiga, e se refere ao modelo de educação e formação ética usado pelos gregos no objetivo de *preparar* um para a vida em sociedade. Sendo assim, a Paideia Grega incluía temas diversos como retórica, filosofia, música, ginástica, dentre outros saberes que eram passados de mestres para aprendizes. Por conseguinte, observam os autores, “a compreensão originária da paidéia grega sempre acompanha a formação de educadores e pensadores em Educação” (BORTOLINI; NUNES, 2018, p. 21). Através do contato da Cultura Grega com o mundo, vários modelos formativos surgem, com base na paidéia: a Paidéia greco-romana, romana, cristã, filosófica, cultural, dentre outras até os dias atuais que variam conforme o tipo de contexto **em que** se aplicam. A Paideia Digital de Fava (2016) nada mais é do que o conjunto de saberes necessários à formação do indivíduo para o Universo Digital – sobretudo na diagnosticada atualidade.

Dessa reflexão, chegamos, portanto, à problemática que se tenta responder a partir deste estudo: como tornamos nossa experiência digital menos *líquida*, menos caótica em sua relevância, menos baseada num subjetivismo de opiniões e ideologias que tanto lhe pendem ao mau uso da informação digital e da comunicação? Como tornar a experiência digital mais positiva, mais crítica e reflexiva, e acima de tudo, ancorada na democracia e numa coexistência de bem-estar entre os indivíduos digitais?

Muitas dessas incumbências se destinam às práticas de Educação Midiática, voltadas não apenas ao estudo de mídias em si, mas ao amplo do universo tecnológico, digital, comunicacional e informacional, e que será discorrido no próximo tópico, seguido das considerações finais deste estudo.

5 EDUCAÇÃO MIDIÁTICA: CONCEITO E POSSIBILIDADES NO ENSINO PELO UNIVERSO TECNOLÓGICO E DIGITAL

Conforme descreve Sayad (2019, p. 11), a Educação Midiática pode ser compreendida como “um conceito guarda-chuva [...] que abarca o desenvolvimento de uma série de habilidades voltadas à leitura, análise e produção de informação autêntica e de qualidade” – e por isso engloba uma série de outras práticas, técnicas, metodologias e competências em pauta de letramento crítico sob o Universo Digital em que estamos imersos. Habilidades que, tal como destacamos antes, o autor também reconhece como fundamentais diante dos desafios impostos desse contexto. O presente tópico, por conseguinte, visa caracterizar o ensino diante do universo tecnológico digital refletindo sobre tal importância como uma nova demanda de mundo globalizado, interconectado e moderno – sobretudo em sua pós-modernidade *líquida*.

No Guia de Educação Midiática elaborado pelo Portal Educamídia em conjunto com a Google, as autoras Ferrari, Machado e Ochs (2020) refletem que a toda a informação (seja digital ou mesmo offline) tanto paira como é moldada sobre as mídias e suas tecnologias – e em primeira instância, produzida pelas próprias pessoas – estando por isso sujeitas a filtros ou óticas tendenciosas, ideológicas, sensacionalistas, ou qualquer outra forma de manipulação sob inferência do caráter humano. Desse modo, as autoras dividem a proposta

do letramento crítico, reflexivo e responsivo da Educação Midiática em 3 eixos específicos: leitura, escrita e participação, ilustrados didaticamente no infográfico da Figura 2.

Figura 02 – Os 3 Eixos da Educação Midiática



Fonte: Elaboração própria com base em Ferrari, Machado e Ochs (2020)

Com base nas propostas de cada eixo ilustradas no infográfico, podemos compreender como eles podem ser utilizados para estruturar os mais diversos tipos de atividades e estratégias de ensino em sala de aula (ou fora), quando abordado por docentes em pauta de Educação Midiática. Conforme Ferrari, Machado e Ochs (2020):

1) do **Eixo Leitura**, é possível se projetar, em exercício letivo, a compreensão de textos e materiais midiáticos, ensinar e entender as intenções dotadas de trás de cada conteúdo que paira na rede, separar o que é notícia do que é opinião, diferenciar manchetes de *clickbait*s, mensagens falsas, tendenciosas, inexatas e *fake news*, dentre outros – ao mesmo tempo em que, através de linguagens acessíveis e didáticas, aproxima o educando (nativo ou imigrante digital) do universo midiático com o qual tem afinidade/contato, e que cerca o seu dia-a-dia e os meios por onde consome conteúdo;

2) do **Eixo Escrita**, considerando que a própria escrita nada mais é do que uma forma de expressão e produção, é possível guiar os alunos entre os processos de produção de conteúdo a partir de suas próprias subjetividades, respeitando cada tempo e espaço individual ao mesmo tempo em que são instruídos sobre como se portar da melhor maneira pelos ambientes do digital, como dialogar, como se expressar e como reconhecer a seu próprio espaço de fala; pode-se, também, voltar-se ao lado criativo do educando, ensinando-o como construir narrativas, como utilizar as ferramentas para conceber, desenvolver e materializar suas próprias ideias, como compartilhá-las e como interagir com o ciberespaço;

3) do **Eixo Participação**, como as próprias autoras descrevem, o objetivo principal é “estimular estudantes a refletir sobre seu papel e suas responsabilidades enquanto consumidores e produtores de informação e incentivá-los a criar e publicar mídias de forma ética e responsável” (FERRARI; MACHADO; OCHS, 2020, p. 54); Reconhece-se que, com a contextualizada Ciberficação de mundo de Lévy (1999) e de nosso estado humano-cibridizado (GABRIEL, 2018), o espaço digital não é mais um espaço à parte de nossa realidade, mas uma extensão dela – o que nos demanda mesmas responsabilidades de participação e atuação sobre.

As ideias de Buckingham (2010, p. 51), mesmo anteriores à elaboração de um Guia de Educação Midiática, corroboram com a proposta desses eixos ao enfatizar que “o conhecimento da mídia envolve tanto escrever quanto ler a mesma mídia; e aqui, novamente, a tecnologia digital apresenta alguns novos e importantes desafios e possibilidades”. O autor observa que o

acesso facilitado à tecnologia possibilitou que crianças e jovens passassem a aprendê-las com muito mais facilidade e acessibilidade do que em décadas de ensino anteriores.

Assim, Buckingham (2010, p. 51) descreve que uma série de produções acadêmicas podem ser desenvolvidas “combinando texto escrito, imagens visuais, simples animação, áudio e vídeo”, a partir dos trabalhos de Sinker (1999)⁶ e Lachs (2000)⁷. O autor enfatiza que a Educação Midiática abre espaço para desenvolvimento nos alunos tanto o conhecimento para aplicação técnica e formalizada quanto dota-lhes do aspecto artístico e criativo sobre elas – uma vez conquistado o conhecimento da linguagem dessa respectiva tecnologia. Dessas ideias, construímos na Figura 3 nossas sugestões com adaptação ao contexto de ensino atual, na Era Digital com base no aspecto produtivo vinculado ao Eixo de Escrita, seguida pelo respectivo conhecimento/aprendizado por de trás, vinculado ao Eixo de Leitura.

Figura 03 – Possibilidades da Educação Midiática

Possibilidades produtivas na Educação Midiática (Eixo Escrita)
▪ 1) Construção de fotografias Em aulas de arte com aparelhos e máquinas, adaptáveis às disponibilidades dos alunos; ▪ 2) Criação de vídeos e documentários Trabalho sobre temas ou conteúdos específicos, com construção de roteiro, storyboard, cenário e outras peças; ▪ 3) Desenhos digitais e Criação Gráfica Utilização de ferramentas gratuitas, criação de conceitos em temas prévios, artes, gráficos, ilustrações, sistemas, mapas, etc; ▪ 4) Escrita de textos e narrativas Construção de histórias pessoais dos alunos, trabalhos sobre gêneros literários, exercícios de criatividade, hipertextos para mídias e redes sociais, etc; ▪ 5) Gravação de áudios Composição de músicas, criação de podcasts, spots, jingles, trabalhos artísticos;
Possibilidades de aprendizado na Educação Midiática (Eixo Leitura)
▪ 1) Linguagem, estética e aspectos fotográficos, leitura de composição, enquadramentos, significações simbólicas, semiótica, etc; ▪ 2) Linguagem e aspectos do audiovisual, noções sobre narrativas, gravação, técnicas e diferenças de construção entre a imagem estática de o vídeo, ferramentas de edição e produção audiovisual; ▪ 3) Noções e aspectos do desenho artístico e da criação gráfica, multimodalidade, gráficos, infográficos, memes, esquemas e etc; ▪ 4) Aspectos da linguagem, formas de expressão para cada texto, filtro de informações, posicionamentos, ideologias, significações, figuras de linguagem, formatos e etc; ▪ 5) Ferramentas de gravação, equipamentos, tempo e duração de cada formato de áudio, softwares de edição, etc.

Fonte: elaboração própria.

⁶ Um projeto multimídia, que combinava tecnologia com investigação da história da família, comunidade e sociedade;

⁷ Um projeto pedagógico de ciências da natureza e sociais que fazia uso das tecnologias emergentes daquele período.

Por conclusão desse debate, podemos reconhecer que dentro da Educação Midiática existe uma relação de conjunto entre os Eixos da Leitura e da Escrita: para cada conhecimento técnico obtido através da escrita e produção tecnológica, existe o conhecimento obtido, por base, sobre “como ela funciona”, sobre “o que se pode fazer com ela” e ainda os “para quais finalidades usar” compreendendo, assim, seus aspectos de leitura – e por isso abrindo o espaço para reflexão crítica, consciente e responsável sobre a utilização dessa tecnologia. O Eixo da Participação, por fim, nada mais é do que a junção de ambos, quando o educando é capaz de se apropriar do conhecimento tecnológico midiático e digital aprendido, e o utiliza em prol da sociedade, para participar e construir. Por fim, sustentamos como a Educação Midiática proporciona benefícios e possibilidades de aprendizado tanto para alunos, os que trabalharão e vivenciarão essa tecnologia, quanto para os professores, que se apropriam e nelas se aprofundam para transmitir e aplicá-las em suas metodologias.

6 EDUCAÇÃO MIDIÁTICA E SUA IMPORTÂNCIA PARA A SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

Sayad (2019, p. 13), corrobora com as ideias então debatidas e determina que “a vida é física, mas é também digital [...] a mídia é hoje não só uma lente pela qual enxergamos o mundo, mas também um espaço e tempo nos quais estamos inseridos e vivemos”: o autor, em viés reflexivo diretamente em prol da democracia, tece uma aplicabilidade muito mais específica sobre a Educação Midiática defendendo-a como *antídoto* no campo **político** e da **gestão pública** contra a desinformação. Observa como a produção de conteúdo (tendencioso ou não) alarmantemente dispara em tempos eleitorais:

Os primeiros sintomas de uma “nova ordem” na produção e consumo de informações em período eleitoral [...]. A eleição para o segundo mandato de Barack Obama, por exemplo, já destinava um volume de recursos às redes sociais semelhante ao tradicionalmente voltado à propaganda televisiva. O mesmo movimento pôde ser sentido no Brasil no processo eleitoral relativo ao primeiro mandato de Dilma Rousseff. Numa análise social mais ampla, é possível constatar que a explosão da não-informação, crescimento exponencial dos veículos de comunicação virtuais e a transformação dos cidadãos de consumidores a produtores de conteúdo já é parte do [...] século 21 (SAYAD, 2019, p. 10).

Em acréscimo, observemos que tudo isso acontece numa evolução tecnológica e comunicacional de mundo onde o Universo Digital dota os indivíduos nas redes de todos os

poderes, recursos e facilidades necessárias para eles mesmos criarem seu próprio conteúdo; podemos interpretar isso, a princípio, apenas como resultado da evolução tecnológica – mas realidade é que num cenário onde as pessoas tem a facilidade da produção de conteúdo (e, nem sempre, estímulo ao senso crítico) um quadro com todos os tipos de produções pode ser diagnosticada (do constitucionalmente correto e democrático ao extremismo nocivo, difamatório, pejorativo, ou etc).

A partir dessas questões, Sayad (2019, p. 16) reconhece a alfabetização midiática como prática “diretamente ligada à participação política, democrática e desenvolvimento econômico [...] uma real necessidade de a escola atualizar sua proposta de pensamento crítico para crianças e jovens”. Outrossim, reconhecem Ferrari, Machado e Ochs (2020, p. 27): sociedades midiaticamente educadas são essenciais para “salvaguardar a democracia”.

Contudo, as autoras observam no Guia de Educação Midiática que tal prática normalmente recorre com mais frequência entre os públicos iniciais como crianças, jovens ou adolescentes **nativos digitais**⁸ em formação. Isso porque a própria proposta de formação digital é algo que – evidentemente – entra em pauta no contexto educacional juntamente ao próprio crescimento do Universo Tecnológico, o que, para Gabriel (2018) começa abraçar nossa sociedade somente com a virada do milênio e décadas que se decorrem, quando damos entrada na Era Digital⁹. Por isso, muitas pessoas mais velhas – ou que tiveram suas formações em décadas passadas – não são contempladas com o ensino sobre os aspectos do digital, sendo estas as **imigrantes digitais** (PRENSKY, 2001). Em vista disso, devemos ponderar que todas as práticas sobre ensino no digital enfrentam diversos desafios de implementação, ou mesmo, de aceitação: seja por questões infraestruturas, disponibilidades ou ideológicas.

É justamente desses expostos que retomamos o diagnóstico anterior de Bauman sobre a liquidez na pós-modernidade e seus efeitos sobre nossa experiência no mundo real e digital: Bauman, em entrevista para Porcheddu (2010) reconhece que a educação começa aos anos iniciais, com a formação do sujeito sobre bases sólidas, legisladas e formalizadas, de onde ele, em seu futuro, encontrará suporte para experienciar a vida e os fenômenos da pós-modernidade; igualmente reconhece, enfim, que esse aprendizado jamais deve se esgotar em

⁸ Termo cunhado por Marc Prensky (2001) para designar aquelas pessoas nascidas após os anos 2000, já num mundo em crescente dominação tecnológica.

⁹ Termo utilizado pela autora Martha Gabriel para designar nossa era de mundo atual digital, conectada, imediata, hipermidiatizada e, também, caótica;

si, nem se estagnar – visto que o próprio *mundo não irá*, permanecendo em constantes mudanças. Bauman, portanto determina como imprescindível a **formação continuada** do indivíduo sobre o mundo, para que não afunde no subjetivismo líquido da pós-modernidade, nem em quaisquer efeitos caóticos/nocivos que se possam dele decorrer. Determina:

a educação e a aprendizagem no ambiente líquido-moderno, para serem úteis, devem ser contínuas e durar a vida toda. Nenhum outro tipo de educação e/ou aprendizagem é concebível; a ‘formação’ do próprio eu, ou da personalidade, é impensável de qualquer outro modo que não seja aquele contínuo e perpetuamente incompleto (BAUMAN in PORCHEDDU, 2010, p. 674).

Outrossim, recentemente, Gabriel (2023) constrói uma reflexão no emergente campo das Inteligências Artificiais¹⁰ a respeito do chamado ChatGPT – uma tecnologia inteligente, capaz de gerar estruturas complexas em formatos midiáticos diversos a partir de simples descrições *solicitadas* pelos seus usuários – sobre a importância do pensamento crítico e da inteligência humana no processo de criação e utilização de tecnologias dessa natureza, aquilo que a autora determina como o *superpoder humano*. Determina:

A inteligência sem o balizamento de valores humanos orquestrados pelo pensamento crítico, resulta exclusivamente em razão, tendendo a criar uma sociedade utilitária e cruel. Sem pensar criticamente, estaremos tão perdidos no poderoso ambiente sócio-tecnológico que emerge quanto um navegante, que apesar de ter disponível as mais poderosas bússolas e naves, não consegue usá-las para dominar o poder da natureza, ficando em risco, à sua mercê. Hoje, a nossa bússola é o pensamento crítico [...] (GABRIEL, 2023, online).

Por conclusão, paralelamente, ao que diz respeito à experiência digital na pós-modernidade e seus desafios, ainda complexificada por tecnologias emergentes que ressignificam o papel humano – e dotam os *valores humanos* com ainda mais importância – a Educação Midiática pode ser interpretada pela mesma proposta – em caráter contínuo – que a própria Educação Tradicional deve ser concebida, conforme Bauman. A Educação Midiática, como ramo que abraça o universo tecnológico, cumpre as mesmas perspectivas formativas que a educação tradicional, num universo semelhante, mas ciberficado, em forma de projeção, extensão, automatização e diversificação da realidade.

¹⁰ Tecnologias no campo da informática digital e internet compostas de algoritmos de programação inteligentes e que desempenham funções autônomas, autossuficientes e interativas com o usuário.

Ainda, Gabriel (2023, online) determina que a reflexão, o pensamento crítico, o senso ético e moral são “o superpoder humano na era das máquinas inteligentes [...] a força motriz que está por detrás das melhores perguntas, ele é também o filtro que seleciona as melhores respostas” – dialogando diretamente com as ideias que expomos de Angeloni (2010), ao mesmo tempo, enfatizando a educação agente catalizador no processo de transformação de dados em conhecimentos, tão necessário em nosso mundo contemporâneo, globalizado, pós-moderno e cibridizado, dentre todos os seus defeitos e possibilidades. Em soma às inovações e disrupções que debatemos – de mesma forma que uma sociedade democrática de seres humanos offline encontra seu salvaguardo através da educação, é – e cabe-nos inferir como *sempre será* – somente através da educação que a democracia prevalecerá em quaisquer outros ambientes, digitas ou não, num mundo globalizado cuja pós-modernidade se concebe líquida ou não, tal como em quaisquer outros diagnósticos de mundo que possam surgir em nossas evoluções sociais.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pela conclusão deste estudo, foi-nos possível traçar um panorama inicial geral do processo de globalização como processo unificador de mundo, sociedades e culturas, mas também dos vários problemas ambientais, desafios tecnológicos e mundiais com os quais nos deparamos – e que, por sua vez, colocam o mundo em seu estado no qual hoje nos encontramos: aquele que Bauman (1999; 2007) classifica como Pós-Modernidade. Através do debate sobre o autor, podemos compreender sua caracterização da Pós-Modernidade como *líquida*, sendo nela tudo mutável, confuso, caótico e efêmero, um reflexo das transformações vivenciadas da globalização em todos os âmbitos da vida: social, político, econômico, tecnológico.

Deste último, podemos compreender a emergência de um amplo e vasto Universo Tecnológico, fruto dos processos de Ciberficação (LÉVY, 1999; CASTELLS, 2003), domínio da internet como principal plataforma de comunicação planetária e centralização das Tecnologias da Comunicação e da Informação na sociedade que, na visão de Gabriel (2018; 2023) catapultaram-nos na Era Digital – o cenário por onde os já prevalentes desafios da pós-modernidade líquida se estendem, também, pelo Universo Digital. Podemos destacar a

necessidade do pensamento crítico nesse contexto, da reflexão sobre os usos e aplicações tecnológicas e o papel do indispensável senso ético-moral que somente a natureza humana bem construída é capaz de oferecer e preparar o indivíduo à experiência digital.

Por conseguinte, podemos compreender na pauta de Educação Midiática através do Guia de Ferrari, Machado e Ochs (2020), juntamente das obras de Buckingham (2010) e outros autores, o caminho que se guia por essa proposta: preparar indivíduos e consciências críticas para o universo digital, um processo que, além dos benefícios, tanto para professores quanto para os alunos, mostra-se fundamental até mesmo à preservação da própria democracia em tempos onde a informação digital – dos dados aos conhecimentos (ANGELONI, 2010) – desempenha tamanho impacto em nossa experimentação da realidade nas mídias e tecnologias que utilizamos. Por fim, compreendido de Bauman, tal e qual a Educação Tradicional deve guiar as pessoas pela vida toda na pós-modernidade e seus desafios, a Educação Midiática necessita, pelo cenário educacional, mesma concepção: deve ser contínua, continuada, e visada para todas as idades – visto que nosso patamar tecnológico é irrefreável e cada vez mais terá o espaço de dominância nas nossas vidas e consciências ciberizadas, pós-modernas, líquidas e globalizadas.

REFERÊNCIAS

- ANGELONI, M. T. **Comunicação nas organizações na era do conhecimento**. São Paulo: Atlas, 2010.
- BAUMAN, Z. **O mal-estar da pós-modernidade**. Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 1999.
- BAUMAN, Z. **Tempos líquidos**. Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2007.
- BORTOLINI, Rosane Wandscheer; NUNES, César. A Paideia grega: aproximações teóricas sobre o ideal de formação do homem grego. **Filosofia e Educação**, v. 10, n. 1, p. 21-36, 2018.
- BUCKINGHAM, D. Cultura digital, educação midiática e o lugar da escolarização. **Educação & Realidade**, v. 35, n. 3, p. 37-58, 2010.
- CAMPOS, L.; CANAVEZES, S. **Introdução à globalização**. Lisboa: Instituto Bento Jesus Caraça, 2007.
- CASTELLS, M. A **Galáxia da Internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- DOMINGUES, J. M. Globalização, sociologia e cultura. **Contexto internacional**, v. 15, n. 2, p. 279, 1993.

FAVA, R. **Educação para o século 21: a era do indivíduo digital**. São Paulo: Editora Saraiva, 2016.

FERRARI, A. C.; MACHADO, D.; OCHS, M. **Guia da Educação Midiática**. 1.ed. São Paulo: Instituto Palavra Aberta, 2020.

GABRIEL, M. O superpoder humano no mundo das máquinas. MIT Sloan Management Review Brasil. Inteligência Artificial, 2023. Disponível em <https://www.martha.com.br/o-superpoder-humano-no-mundo-das-maquinas/>. Acesso em 17 de fev. 2023.

GABRIEL, M. **Você, eu e os robôs: pequeno manual do mundo digital**. São Paulo: Atlas, 2018.

GIL, A. C. et al. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

LÉVY, P. **Cibercultura**. Editora 34, 1999.

LIMA, L. P.; NASCIMENTO, R. G. do; FARIAS, W. da. S. Influência da globalização nos hábitos culturais: aprendizagem significativa a partir da relação teoria-prática. **Encontro Internacional de Formação de Professores e Fórum Permanente de Inovação Educacional**, v. 9, n. 9, 2016.

MICHEL, M. H. **Metodologia e pesquisa científica em Ciências Sociais**. São Paulo: Editora Atlas, 2. Ed., 2009.

PORCHEDDU, A. Zygmunt Bauman: entrevista sobre a educação. Desafios pedagógicos e modernidade líquida. **Cadernos de pesquisa**, v. 39, p. 661-684, 2010.

PRENSKY, M. Nativos digitais, imigrantes digitais. **On the horizon**, v. 9, n. 5, p. 1-7, 2001.

RAMONET, I. **O Pensamento Único e os Regimes Globalitários**. In: FIORI, J. L. et al. Globalização: O Fato e o Mito, Eduerj, Rio de Janeiro, 1998.

SANTOS, M. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. Rio de Janeiro: Record, 2000.

SAYAD, Alexandre Le Voci. **Educação midiática e pensamento crítico: antídotos contra a “desinformação”**. Liberdade de expressão: questões da atualidade [recurso eletrônico]. São Paulo: ECA-USP, p. 09-17, 2019.

Globalization, Liquid Post-Modernity and Education: a reflection on teaching in the Digital Universe

ABSTRACT

This is a qualitative and bibliographical study, which aims to build a reflection on the theme of teaching in the globalized, post-modern (liquid) and technological contemporaneity, a scenario where a series of questions are involved regarding the impact of the digital universe on our lives, highlighting the importance of building critical awareness, reflective and prepared for the digital experience. From the contextualization of guiding themes to the

debate of authors such as Santos, Bauman, Lévy, Castells, Gabriel, Fava, among others, it is clear that the social effects of experiencing the world through liquid post-modernity end up being reflected, too, in the experience people's digital about the digital universe: liquid, ephemeral, confused and chaotic, without critical deepening or content filter. Therefore, we highlight the practice of Media Education as a path, to the educational scenario, for the formation of people capable of consciously experiencing the state of the cybridized digital world in which we live, having its benefits and possibilities not only assured to teachers and students, but also democracy and social welfare itself.

Keywords: Currenting. World. Technologies. Digital. Education.

Globalización, Posmodernidad Líquida y Educación: una reflexión sobre la docencia en el Universo Digital

RESUMEN

Se trata de un estudio cualitativo y bibliográfico, que tiene como objetivo construir una reflexión sobre el tema de la enseñanza en la contemporaneidad globalizada, posmoderna (líquida) y tecnológica, escenario donde se involucran una serie de interrogantes sobre el impacto del universo digital en nuestras vidas, destacando la importancia de construir una conciencia crítica, reflexiva y preparada para la experiencia digital. Desde la contextualización de temas orientadores hasta el debate de autores como Santos, Bauman, Lévy, Castells, Gabriel, Fava, entre otros, es claro que los efectos sociales de experimentar el mundo a través de la posmodernidad líquida terminan reflejándose también. , en la experiencia de las personas digitales sobre el universo digital: líquido, efímero, confuso y caótico, sin profundización crítica ni filtro de contenido. Por ello, destacamos la práctica de la Educación en Medios como camino, al escenario educativo, para la formación de personas capaces de experimentar conscientemente el estado del mundo digital cibridado en el que vivimos, teniendo sus beneficios y posibilidades no solo aseguradas a docentes y estudiantes, sino también la democracia y el propio bienestar social.

Palabras clave: Actual. Mundo. Tecnologías. Digital. Educación.

Recebido em: 23/08/2022

Aceito em: 09/09/2022

O CONTEMPORÂNEO EM BESTA FERA, DE JARDS MACALÉ: O TEMPO, O ASSOMBRO E O POSSÍVEL

Thiago Henrique Fernandes Leão¹
Cláudio Rodrigues Coração²

RESUMO

O trabalho busca analisar o último disco do cantor e compositor Jards Macalé a partir, principalmente, da perspectiva do *contemporâneo*, proposta pelo filósofo italiano Giorgio Agamben. Para compreender as relações que atravessam o disco, pretende-se dialogar também com reflexões teóricas propostas por autores como Michel Foucault, Márcio Seligman entre outros. A partir desses entrecruzamentos, compreender como questões da temporalidade estão presentes no disco, fundamentalmente as potencialidades estéticas em torno do tempo, do assombro e do possível.

PALAVRAS-CHAVE

Contemporâneo. Temporalidades. *Besta Fera*. Jards Macalé.

BESTA FERA E A TRAJETÓRIA DE JARDS MACALÉ

Durante a década de 1970, alguns músicos brasileiros, entre eles Jards Macalé, Jorge Mautner, Tom Zé, Sérgio Sampaio e outros, foram denominados como “os malditos”, pois destoavam esteticamente da música produzida naquele momento, não só por explorar temáticas mais provocadoras, como também por flertar com experimentalismos. O termo “maldito” é retirado da poesia do século XIX e era aplicado, essencialmente, a poetas que buscavam uma vida mais marginal, como Charles Baudelaire e Arthur Rimbaud.

A designação sobre um caráter de situar-se às margens da sociedade, uma postura frente ao tempo, de contestação, ou de profanação (AGAMBEN, 2007), entendendo o ato como uma forma de libertação do olhar daquilo que está sacralizado, que “...desativa os dispositivos do poder e devolve ao seu uso comum os espaços que ele havia confiscado” (AGAMBEN, 2007, p.68).

¹ Mestrando em Comunicação no Instituto de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal de Ouro Preto. E-mail: thiagoh.gomes23@gmail.com.

² Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). Doutor em Comunicação: meios e processos audiovisuais pela ECA/USP. Coordenador do Grupo de Pesquisa 'Quintais: cultura da mídia, arte e política' (CNPq-UFOP). E-mail: crcorao@gmail.com.

Assim, o que os poetas ditos malditos faziam era assumir uma postura de profanação enquanto sujeito contemporâneo, que “...não coincide perfeitamente com seu tempo e nem está adequado às suas pretensões e é, portanto, inatual. Mas através desse anacronismo é capaz de perceber e apreender o seu tempo” (AGAMBEN, 2009, p.58).

Jards Macalé, nascido no Rio de Janeiro em 1943, começou sua carreira o disco *Só Morto* lançado em 1970, quando tinha 27 anos, idade emblemática considerada “amaldiçoada” em que morreram Janis Joplin, Jimi Hendrix, Jim Morrison, Kurt Cobain entre outros. Já nesse disco de estreia fica marcada a postura contestadora que vai atravessar sua carreira. O disco *Besta Fera*, último trabalho de Macalé, é um retorno após um intervalo de 20 anos sem gravar nenhum disco de inéditas. O álbum não só demonstra uma postura contemporânea, na perspectiva de Agamben, como também um olhar consciente para as relações e para o cenário político-social brasileiro atual, além de ser um reconhecimento de seu lugar no tempo e um esforço de compreender as dinâmicas dos sujeitos que compõem essas relações.

Nesse sentido, propomos dividir o disco em dois momentos significativos para o nosso percurso: *Trevas* e *Caminho do Sol*. O primeiro, demonstrando as percepções de Macalé sobre o contexto social, sua insatisfação e melancolia; e o segundo, a tomada de consciência e o desejo de resistência.

A primeira parte, *Trevas*, é composta pelas seis primeiras músicas do disco: “Vampiro de Copacabana”, “Besta Fera”, “Trevas”, “Buraco da Consolação”, “Pacto de Sangue” e “Obstáculos”. As seis restantes são parte do segundo momento do disco: “Meu Amor e Meu Cansaço”, “Tempo e Contratempo”, “Peixe”, “Longo Caminho do Sol”, “Limite e Valor”.

À PROCURA DAS FRESTAS DE LUZ: PASSADO, PRESENTE E FUTURO

“Vampiro de Copacabana”, faixa de abertura do disco, diz muito sobre um habitar a cidade e as violências que estão postas nos ambientes urbanos: “*Vi um vulto / Vago no escuro / pela avenida / Pela Raimundo / Pelas esquinas, só gente estranha / E pelos bares, Copacabana*”. Ao mobilizar a ideia de “gente estranha”, Macalé faz uma reflexão sobre o pertencimento dos lugares públicos e que corpos têm autorização de transitar por esses espaços. Voltando à reflexão sobre o contemporâneo, Agamben afirma: “contemporâneo é

aquele que mantém fixo o olhar no seu tempo para nele perceber não as luzes, mas o escuro” (AGAMBEN, 2007, p.62). A percepção se relaciona com um outro momento da música que diz: *“Ah, corpo no breu / Ah, dama da noite / Ah, caminho torto / Ah, olhos de sangue”*. A noção de escuro, de breu e de noite, nessa lógica, não diz apenas sobre as condições de iluminação, mas também das mazelas sociais, em larga medida.

A escuridão que mobiliza as violências possibilitando as ocultações, das violências que agem sobre os corpos, da possibilidade ou não de habitar determinados lugares, também é uma escuridão do tempo social. O princípio de “olhos de sangue” são reveladores dessa violência, e “corpo no breu” diz tanto sobre uma posição dos corpos que estão expostos à violência como também sobre uma dimensão política e estética desses sujeitos. Afinal, o corpo no escuro é aquele que está suscetível às intempéries, no sentido da biopolítica, já que os dispositivos de poder atuam sobre os corpos e sobre sua autoridade de estar naqueles espaços. A diferença entre quem está “autorizado” ou não a determinados trânsitos urbanos reflete a própria materialidade do corpo, já que “em qualquer sociedade, o corpo está preso no interior de poderes muito apertados, que lhe impõem limitações, proibições ou obrigações” (FOUCAULT, 1999, p.163).

Mas os poderes sobre os corpos não estão marcados apenas na ocupação dos espaços. Foucault (1999) argumenta que um dos dispositivos de poder para a disciplina dos corpos é o horário:

O horário: é uma velha herança. As comunidades monásticas haviam, sem dúvida, sugerido seu modelo estrito. Ele se difundiria rapidamente. Seus três grandes processos — estabelecer as cesuras, obrigar a ocupações determinadas, regulamentar os ciclos de repetição — muito cedo foram encontrados nos colégios, nas oficinas, nos hospitais. Dentro dos antigos esquemas, as novas disciplinas não tiveram dificuldade para se abrigar (FOUCAULT, 1999, p. 175).

O que está colocado, então, é justamente a noite – a escuridão – como o local de violência, uma percepção da regulação dos indivíduos a partir da biopolítica, ou seja, a dimensão do medo e da segurança, do bem-estar social.

Se em “Vampiro de Copacabana” já existe um certo reconhecimento do próprio local, afinal, Jards Macalé é de Copacabana, é em “Besta Fera” que ele faz um movimento de olhar para si mesmo e sua trajetória, demonstrando consciência do seu lugar social e sobre as questões que atravessaram sua formação. A música diz: *“Eu sou aquele que os passados anos / Cantando a minha lira maldizente / Torpezas do Brasil, vícios, enganos / E bem que os*

descantei bastante / Canto segunda vez na mesma lira / O mesmo assunto em plectro diferente". No trecho há um reconhecimento não somente da condição de maldito, como também das dinâmicas sociais colocadas pela temporalidade. Nesse sentido, Macalé reconhece que, apesar dos anos terem se passado, sua condição de maldito, de quem se coloca contra o que está posto, não mudou e que as mesmas questões se mostram apesar de contextos políticos diferentes.

Os "pletros" são os momentos políticos. Se no começo da carreira as opressões e violências eram impostas pela ditadura civil-militar, agora é na ascensão da extrema-direita e dos governos reacionários que esses instantes se manifestam. Portanto, "a mesma lira" e "o mesmo assunto" são o posicionamento do músico contra esses deslocamentos temporais. Se há um resgate do passado autoritário pelo governo atual, também há um resgate das resistências, em contrapartida. O passado, desse modo, é um condicionante para atitudes éticas e mesmo estéticas do presente, já que só se pode pensar o passado a partir do presente. Assim, a consciência no presente é uma interface entre o agora e a memória, nesse sentido o passado é "...uma dimensão permanente da consciência humana, um componente inevitável das instituições, valores e outros padrões da sociedade humana." (HOBBSAWN, 1998, p.22).

O negacionismo acompanha o apagamento das diferenças, das diversidades de das infinitudes, da eliminação de determinados grupos e de suas narrativas. O reconhecimento de Macalé é justamente o seu lugar de testemunha, como uma pessoa que busca a integração do passado, o ato de cantar mais uma vez é um ato do testemunho "como uma atividade elementar, no sentido que dela dependa a sobrevivência daquele que volta do Lager (campo de concentração) ou de outra situação radical de violência que implica essa necessidade" (SELIGMANN, 2008, p.102), principalmente como "condição de sobrevivência".

Continuando, a música diz: *"A ignorância dos homens destas eras / Sisudos faz ser uns, outros prudentes / Que a mudez canoniza bestas-feras"*, como que em um chamado para o cantar, para a resistência: é no silêncio dos que resistem que se firmam os opressores. Num último momento, enfatiza: *"Todos somos ruins, todos perversos / Só nos distingue o vício e a virtude / De que uns são comensais, outros adversos"*, colocando a questão da culpa e do trauma do sobrevivente, com o testemunho assombrado pela tentativa do algoz de apagar o próprio crime, assim o sobrevivente é também perverso, de acordo com Seligman:

Em primeiro lugar porque o sobrevivente vive o sentimento paradoxal da culpa da sobrevivência. A situação radicalmente outra, na qual todos deveriam morrer,

constitui sua origem negativa. A indizibilidade do testemunho ganha com este aspecto um peso inaudito. Mas o negacionismo é também perverso, porque toca no sentimento acima referido de irrealidade da situação vivida (SELIGMAN, 2008, p.111).

Nesses termos, portanto, a culpa também é fruto de uma perversidade, de se permitir sobreviver enquanto outros foram mortos. Mas é na atitude frente ao passado, na postura entre o negacionismo e o contemporâneo que reside a diferença entre os “comensais” e os “adversos”, a virtude é a, antes de tudo, necessidade de testemunhar, é o cantar da lira maldizente, nesse segundo momento, como sobrevivente.

Na sequência, “Trevas” é a música que, talvez, mais sintetiza a ideia de contemporâneo de Agamben: “pode-se dizer contemporâneos apenas quem não se deixa cegar pelas luzes do século e consegue entrever nessas partes da sombra, a sua íntima obscuridade” (AGAMBEN, 2007, p.64), ou seja, é quem enxerga para além do que está posto, é olhar para o tempo e perceber a partir de uma postura estética, de consciência, é aderir ao tempo, mas notar suas questões anacrônicas, sentir os movimentos e as diversificações para além do que está imposto, do que é dogmático.

Quando Macalé canta “*Chegamos ao limite da água mais funda / Levanto o olhar pro céu*” é justamente compreender a condição de seu tempo, de escuridão, e de buscar nessa escuridão, nas trevas, a luz. Levantar o olhar para o céu é o ato de colocar-se contra as injustiças, enfrentando o pessimismo e o medo:

E por isso ser contemporâneo é, antes de tudo, uma questão de coragem: porque significa ser capaz não apenas de manter fixo o olhar no escuro da época, mas também de perceber nesse escuro uma luz que, dirigida para nós, distancia-se infinitamente de nós (AGAMBEN, 2007, p.65).

É em “Trevas” que, por mais que haja um sentimento de melancolia, a postura de contemporâneo se solidifica. Ao encontro da perspectiva de Agamben, Didi-Huberman (2011) propõe a noção de lampejos, que pode ser compreendida como um momento da consciência, em que o passado relampeja sobre o presente, revelando fatos concernentes ao agora. A tomada contemporânea é justamente a percepção dos lampejos.

Mas, apesar de reconhecer esses momentos, ainda há um aspecto melancólico, que se insinua assim: “*Treva a mais negra sobre homens tristes / Me calo*”. Trata-se da ideia de “melancolia atroz”, proposta por André Antonio Barbosa (2014): uma melancolia que é como uma recusa niilista do presente, um desejo de não ser parte do agora. O ato de se calar, nesse

sentido, seria a resignação frente às “trevas” e uma idealização de momentos em que os homens não eram tristes.

A postura melancólica se fortifica em “Buraco da Consolação”. Nela, a participação de Tim Bernardes é como uma voz dissonante, que tenta resgatar o sujeito melancólico. Há um embate de posturas entre os dois, o mais velho representa a recusa melancólica do presente, de uma nostalgia conservadora (BARBOSA, 2014), que canta: *“Sei que daqui por diante / Mais nada de bom pode acontecer / A coisa já ficou feia e é tudo que eu não desejei pra você”*; já o jovem questiona a busca idealizada do passado: *“Se você não acredita e mesmo assim quer ir pela contramão / E vai correndo pro centro, onde morava o seu coração / Sei que não vai gostar nada do que encontrar / Quando chegar por lá”*.

A ideia do “morava” é um tensionamento do passado, a “contramão” é tentar olhar para o passado em busca das soluções, para a figura nostálgica que desacreditou do seu tempo; com isso, o passado é a única possibilidade, o “único horizonte, portanto, é qualquer coisa como um brilho inatingível que havia ficado esquecido em longínquos e remotos lençóis do passado” (BARBOSA, 2014, p.24), já a voz de Tim Bernardes assume outra dimensão, a de olhar para o passado como uma potencialidade, reconhecendo-o, paradoxalmente, como uma impossibilidade, e percebendo que, apesar de ser possível um correlato entre experiências do passado e do cruel presente, esse nunca será uma cura. Ele retira o passado da idealização, ao afirmar que o melancólico atroz não vai gostar de nada lá.

Ao final, as vozes se juntam no verso: *“E quando a noite cair e cobrir por completo de escuridão / Você, enfim, poderá enxergar que beleza que é o amor*. O resgate que a voz dissonante faz é a de tirar o sujeito melancólico da nostalgia conservadora e possibilitar uma tomada de consciência, uma ressignificação do seu próprio tempo. É como se fizesse uma virada entre o melancólico atroz e a figura melancólica que, para Barbosa:

Tem aguda consciência da pobreza de nossa vivência atual e da nossa impossibilidade de experiência, mas ele é o único que, sofrendo de uma angústia atroz, não consegue se satisfazer com isso. O melancólico é portanto a última esperança, o único que pode achar, na desolação do agora, um caminho inusitado para um novo tipo de experiência ainda desconhecido, para uma flor rara e de nova espécie (BARBOSA, 2014, p.37).

A atitude do melancólico, então, de não se satisfazer com a pobreza da vivência, é a mesma do contemporâneo, e as vozes, em conjunto, afirmam que a saída está nos atos de amor, como um lampejo, nos termos de Didi-Huberman, uma forma de resistir as trevas. Mas,

ao mesmo tempo, essa percepção só é possível a partir do momento em que a escuridão cobrir por completo, já que lampejos não são possíveis junto a luzes ofuscantes.

Em “Pacto de Sangue”, colaboração com Capinam, a temática da cidade volta, agora reconhecendo as individualidades que constituem o espaço urbano: *“A cidade misteriosamente cresce / Pacto de sangue que todos fizeram e desconhece”*, mas ainda perpassada pela violência *“Seu pai tem medo que você se perca na cidade má e misteriosa / Que ele mesmo fez, e desconhece”*. É, consistentemente, um reconhecimento de que o imaginário, mesmo que constituído pelos indivíduos, escapa ao singular. “Obstáculos” marca a virada do disco, em que o cantor reconhece que, apesar de o caminho ser árduo, ele deve seguir: *“Sobre vidros e cascalhos / Sobre espinhos e vergalhos / Vou levando a vida assim. Tem montanhas, obstáculos / Tem pedreiras não derrapo / Tenho mesmo que seguir”*. A partir dessa música a atitude do narrador muda, deixa de ser uma figura pessimista e passa a enxergar as coisas como uma possibilidade de mudança. “Obstáculos” é a aceitação de que não há nada a fazer, a não ser continuar resistindo.

TUDO FERVIA E EU CANTAVA: AQUI E AGORA

Na segunda parte do disco, há uma mudança na atmosfera das músicas, que deixam de ter uma sonoridade pesada e lenta e passam a se aproximar muito mais de um samba convencional, digamos assim, músicas mais alegres e dançantes, marcando a virada de um pessimismo em relação ao mundo para uma ótica mais otimista. Outro fator decisivo na mudança são as participações, muito mais plurais do que na primeira parte do disco.

Nas seis primeiras músicas houve a participação de Kiko Dinucci, Tim Bernardes e Capinam. As seis últimas músicas contam com a participação de Kiko Dinucci novamente, Thomas Harres, Rômulo Fróes, Rodrigo Campos, Clima, Juçara Marçal e Ava Rocha. As colaborações são importantíssimas na definição do tom mais dinâmico dessa segunda parte: a diversidade de vozes e estilos é constituinte de um momento mais esperançoso.

Se em “Trevas” há uma preocupação com a violência e vigilâncias dos corpos, do trânsito nos locais públicos e das implicações desses limites, “Meu Amor e Meu Cansaço”, a música de abertura da segunda parte, marca uma atitude contrária, de liberdade: *“Faça o que quiser, faça o que tiver vontade de fazer / Toma minha liberdade, o que quiser fazer / Meu desejo e minha roupa, o que quiser fazer / Faça o que quiser com meu corpo, minha boca, o*

que quiser". O trecho marca uma superação do controle violento posto inicialmente, e também uma consciência com questões identitárias: a liberdade de se fazer o que quiser com o desejo, o corpo e a boca são análogas às pautas feministas e LGBTQ+, trata-se da percepção de que sujeitos são complexificados e que identidades são diversas:

O afastamento das singularidades de "classe" ou "gênero" como categorias conceituais e organizacionais básicas resultou em uma consciência das posições do sujeito – de raça, gênero, geração, local institucional, localidade, geopolítica, orientação sexual – que habitam qualquer pretensão à identidade no mundo moderno (BHABHA, 2010, p.20).

Na perspectiva de Bhabha (2010), a complexificação das identidades é resultado de um cruzamento de espaço e de tempo, que são resultados do trânsito cultural. Assim, para Agamben (2009), perceber essa complexificação das identidades atravessadas pelo tempo espaço e tempo, é uma questão cara ao sujeito contemporâneo: "Aqueles que procuraram pensar contemporaneidade puderam fazê-lo apenas com a condição de cindi-la em mais tempos, de introduzir no tempo uma essencial desomogeneidade" (AGAMBEN, 2009, p.71). É fundamental, então, para o sujeito contemporâneo compreender as fissuras e reconhecê-las, assumir as renovações como um compromisso e um encontro "de tempos e gerações".

Nessa linha, "Tempo e Contratempo" prossegue a discussão sobre temporalidades: "*E o tempo tempando e vai passando o tempo / Passa noite e dia e passa chuva e vento*" a composição faz uma analogia, relacionando a ideia de tempo cronológico e climático, tensionando as percepções que temos a respeito do conceito de tempo, que pode suscitar variadas interpretações, continua: "*O tempo é obra de gente sem raça / O tempo não existe, é essa que é a graça*". Ao dizer que o tempo é obra sem raça, Macalé atesta estarmos sob uma lógica eurocêntrica do tempo, em uma noção teleológica, mobilizando a ideia de racialização, de pensar que o "branco" é a norma e a neutralidade, e de que raças são "apenas" as que não são "brancas" (SCHUMAN, 2012). Além disso, ao dizer que o tempo não existe, Macalé provoca uma relação, que passa a existir a partir do momento que o tempo é percebido, uma relação de subjetividade do sujeito, uma "construção social" (KEHL, 2009).

Ora, se em "Tempo em Contratempo" há um questionamento sobre a relação do ser humano com o tempo, em "Peixe", com participação de Juçara Marçal, há a história de um peixe que se arrisca a sair da água e enfrentar o mundo humano, e que desiste ao se tornar consciente do tempo: "*Peixe subiu das entranhas verdes do mar*" e "*Olhou pro céu, se ajoelhou, se orientou, ficou de pé / Amanheceu, voltou pro mar, quando entendeu o que a*

morte é". Entender a morte, nesse sentido, é tornar-se consciente do tempo e a decisão de voltar para o mar é a de manter-se alienado, ignorando o sentido teleológico já mencionado, é a decisão de manter-se como senhor do próprio tempo. Poder ignorar essa imposição do tempo é abster-se da demanda do desejo, que para Kehl é o que diferencia o "peixe" de Macalé do ser humano:

O sujeito do desejo, em psicanálise, é um intervalo sempre em aberto, que pulsa entre o tempo próprio da pulsão e o tempo urgente da demanda do Outro. Nisso se resume a alienação que distingue o humano de outras formas de vida animal: não somos senhores de nossa relação com o tempo (KEHL, 2009, p.112).

Então, ao se tornar consciente do tempo, o peixe é dotado de subjetividade, de pulsões e, necessariamente, de frustrações e alienações. Em um último momento, o peixe decide voltar para o mar, ou seja, rejeita as imposições que vem com o tornar-se sujeito, ou de perder o domínio dessa relação com o tempo.

"Um Longo Caminho ao Sol" e "Limite" trazem a imagem do sol. Na primeira, em um otimismo de quem canta a vida: *"Tudo que eu vi era um sol (Lá, lá, laia, laia) / E tudo que havia era um sol (É bom cantar)"*. Nessas músicas se encerra o movimento das *Trevas* iniciado na primeira parte, o sol é o oposto da escuridão, e tornar-se contemporâneo é a jornada para o alcançar, é o sair das trevas e encontrar a iluminação, ou o lampejo ofuscante. Trata-se de uma atitude que supera, nos parece, as questões das trevas, mas não em um sentido niilista, mas de quem superou as dores: *"Osso do osso eu roi / A brasa ardente eu moi / Dos dentes da boca, a dor vicia / Mortes da morte eu morri"*. "Limite" prossegue com essa proposta do prazer proporcionado pelo sol e pela canção, e coloca em pauta a sanidade de quem passou pelas dores e pelas trevas: *"À beira-mar, eu e o sol, sós / Á beira do prazer, só nós / À beira da loucura, somente eu / À beira do abismo, à beira de tudo"*. O sol aparece como "a representação de um objeto de satisfação esperado, na tentativa de anular o angustiante intervalo do tempo vazio" (KEHL, 2009, p.112). A partir disso, o tempo vazio é o tempo de morte, a ideia de beira e de limite, entre a vida e a morte.

O disco se encerra com "Valor", uma reflexão de Macalé sobre sua trajetória e sobre sua produção, dando significado ao que fez, independentemente da forma como os Outros recebem: *"Nem quero que saibam O valor de minhas canções / Se boas ou más, pouco me importam / Elaborei com meu calor / E nesse trabalho eu levo a flor"*.

Acreditamos que o movimento feito por Jards Macalé é o de tomada de consciência de relações temporais, de questões que são atravessadas pela disputa dos sentidos e pelos sujeitos que constituem esse tempo. Assim, assumir a postura de contemporâneo é também habitar o “entre-lugar” proposto por Bhabha: “o passado-presente torna-se parte da necessidade, e não da nostalgia, de viver” (BHABHA, 2010, p.27), trata-se da fratura das vértebras do tempo e de um compromisso com o lugar dessa fratura. O contemporâneo, então, não é apenas perceber as luzes que resistem nas trevas, mas uma relação com o tempo, é ser:

também aquele que, dividindo e interpolando o tempo, está à altura de transformá-lo e de colocá-lo em relação com os outros tempos, de nele ler de modo inédito a história, de “citá-la” segundo uma necessidade que não provém de maneira nenhuma do seu arbítrio, mas de uma exigência à qual ele não pode responder (AGAMBEN, 2009, p.72).

Ao perceber as dinâmicas que estão colocadas no seu tempo — questões identitárias, violências sobre os corpos, tentativas de apagamento das diversidades — o compositor assume o compromisso com as fissuras no tempo, em perceber que ele é anacrônico.

Em entrevista a revista *Noize*, Macalé conta como foi a experiência de gravar o disco e fala sobre a broncopneumonia que o deixou de cama durante o processo. Quando questionado se a experiência havia influenciado o disco, ou se tinha um saldo positivo, responde: “Tem! A vontade de viver, de continuar o trabalho e continuar realizando o disco. É preferível viver, né? A criação foi saudável pra isso. Começou na casa do Kiko e, depois dessa história toda, e da recuperação física, concretizamos o disco.” Essa relação de desejo de viver após um momento de trevas parece o mesmo movimento que é narrado no disco, um movimento “contemporâneo.”

CONSIDERAÇÕES FINAIS: O TEMPO, O ASSOMBRO E O POSSÍVEL

Na ocasião da morte do cantor e compositor João Gilberto, em 6 de julho de 2019, um fragmento do livro *Pavões misteriosos*, de André Barcinski, sobre o contexto da produção brasileira do pop/rock dos anos 1970, ganhou visibilidade. Nele, há a descrição de um encontro sutil entre dois artistas, em um momento delicado da vida pessoal de Jards Macalé, baseado numa interlocução de intensa possibilidade:

Jards Macalé pensava em se matar naquele estranho final de anos 70. A música não era mais a mesma, e o pulo de vanguardista para tio esquisito tinha sido rápido demais. Ele não entendia mais o mundo que mudava e o mundo não mais o entendia, e ainda havia tomado um pé na bunda. Jards decidiu, então, ligar para os amigos, para, sem dar na telha, se despedir. João Gilberto foi um deles e notou haver algo errado com o amigo. E disse: “Jards, venha me visitar, venha, venha”. Jards assim o fez. Ao chegar no apartamento do Leblon, Jards abriu a porta e se deparou com um ambiente a meia luz. E João Gilberto e seu violão cantando “Rancho fundo”, de Ary Barroso. Deita aí no sofá, Jards, deita”. Jards deitou-se enquanto ouvia João cantando naquele tom contido sobre o rancho fundo onde a dor e a saudade contam coisas da cidade. Jards apagou. Dormiu a noite inteira um sono excelente. Acordou novo e se deparou com um João Gilberto lavando a louça: - Melhorou (BARCINSKI, 2014, p.10).

A tomada de consciência da passagem do tempo e a constatação de seu lugar como artista podem ser articuladas a essa atmosfera empreendida pelo encontro dos dois artistas, em um período de entressafra artística e política, o final dos anos 1970, em que a obra de Macalé alargava as fronteiras de seu papel e de sua projeção – algo incômoda – de poeta maldito. Assim, é muito caro, nos parece, o gesto de subversão artística ligado a angustia mais visceral de sua experiência pessoal. Quando João Gilberto acalanta Macalé algo parece se alinhar nesse contexto e nessa passagem. A obra de Macalé parece compreender-se, então, desse semblante de acalanto, em vários pontos de sua trajetória: a interpretação de aspecto tropicalista, a revisão do projeto tropicalista pela pista da arte marginal, a assimilação e reinvenção dos aportes temáticos e estéticos do samba carioca. Isso também é palpável quando faz da experimentação artística um apelo de resistência para as discussões embaladas na essência musical de seu tempo, como um poeta declamando um sonho – ou sono – quase sempre à beira do caos.

Não à toa, o trecho sintetizado por Barcinski anuncia a necessidade desse *possível* revestido de volta à vida, como a insurgir que o tempo da canção, ou o tempo do longo caminho possível, só pode ser *sentido* se vivificado no calor das mesmas orientações da experiência pessoal, com suas durezas cotidianas.

Besta Fera nos adverte sobre as necessidades prosaicas e, paradoxalmente, acalentadoras, a partir do encontro com os músicos vanguardistas de São Paulo (a produção de Kiko Dinucci, a participação/apoio de Tim Bernardes, Juçara Marçal, Romulo Fróes, Thiago França), experiência de encontro intergeracional que já tinha acontecido com Elza Soares, na produção do álbum *Mulher do fim do mundo*, como um teste de contato com *tempos diversos*, que se distendem diante da arte e suas fragilidades, na conversa de artistas de gerações

distintas. Nesse sentido, a temática insurgente da obra de Macalé é resumida pela temática também insurgente e particular de *Besta Fera*, a estampar o Brasil de pós-2018 nas seguintes particularidades: o novo e o velho, o velho sobreposto ao novo, e o novo sobreposto ao velho.

Partindo dessas linhas, neste trecho de Agamben, ao comentar o conceito de contemporâneo, veremos a ideia das trevas antagonizada com a luz: “De fato, a contemporaneidade se escreve no presente assinalando-o antes de tudo como arcaico, e somente quem percebe no mais moderno e recente os índices e as assinaturas do arcaico pode dele ser contemporâneo” (AGAMBEN, 2009, p.69).

A “autorização” desse *tempo* que a tudo absorve, na epopeia do contemporâneo, é vista como fiadora do meio social que se dilui ante a treva em contraste com a luz. A marcação filosófica, numa obra como a de Macalé, faz-se, como vimos, da insurgência contra um cânone marcado na “peculiar descontinuidade” das saídas escapistas da arte, e no contraste sempre observado e tensionado entre treva e luz.

A dicotomia assume, portanto, uma feitura de noção argumentativa entre o desencanto (do mundo) e a frustração/felicidade pessoal, fincando, com isso, a reivindicação da energia vital para se empreender sujeito no mundo, mesmo com dores e constatações indigestas. Nesse sentido, *amanhecer é uma lição do universo*, como salienta a canção “Raízes”, de Renato Teixeira. Tal pressuposição assume-se como provocação valorativa do *tempo contemporâneo* abarcado na luz e na treva, numa constante elaboração dialética sobre os limites do ser, sintetizada, especialmente, por três canções de *Besta Fera*: “Vampiro de Copacabana”, “Trevas” e “Longo caminho do sol”.

Quando elabora as marcas dialéticas, o canto é de tom pessoal, como se a materialidade da canção, e aqui isso é muito relevante, propusesse um frequente sentimento de *autoexílio*. Com isso, as canções de *Besta Fera* aprumam-se ao componente estético como algo inerente à própria temática. É nele que Macalé instrui, contraditoriamente nas linhas poéticas do disco, uma evocação de esperança. O *autoexílio* do artista brasileiro em 2018 é semelhante, pois, a arte como experiência maldita e a todo rescaldo desse imaginário, tributário de Baudelaire, Rimbaud etc. Em entrevista, no dia 8 de outubro de 2019, ao programa Transmissão, do Canal Brasil, o compositor salienta que: “A sociedade atual é repressora e atrasada”.

O que Macalé reforça nessa declaração, como figura pública, no tom marcado no “gueto” da produção artística nacional, é elucidado, em *Besta Fera*, a partir da denúncia do cenário social atual e da configuração embalada pelo *autoexílio*, a reinventar a possibilidade de futuro (entre o experimental e a curtição), como se, no bojo da interminável *jam session* filosófica, o improviso próximo do free jazz, ou do canto popular ancestral, revelasse-se a erudição da arte e pudesse-se engendrar o grito de *desejo e assombro* contemporâneo: “O poeta – o contemporâneo – deve manter fixo o olhar no seu tempo” (AGAMBEN, 2009, p.62-64).

No mais, a partir desse trecho, e alinhavando o nosso percurso até aqui, temos *tempos* absorvidos nas relações que atravessam o disco (o movimento pessoal e o movimento cósmico das trevas à luz) e como elas estão situadas na mesma orientação estética de transcendência, vamos assim dizer. É que o espírito da poesia indomável e irascível, materializada na voz rouca e desafinada do cantor e compositor, é herdeira de um referencial artístico variado, de Moreira da Silva a Paulinho da Viola, de João Gilberto a Jimi Hendrix, em que tais características se mostram no entre lugar, como componente categórico de leitura de um mundo circunstancial. Essa noção é interessante, porque *Besta Fera* compreende o mundo hostil contemporâneo vivido na situação *de se estar aqui e agora* (a história com H maiúsculo), mas, ao mesmo tempo, identifica a dor prosaica do dia a dia e o seu desamparo nas bordas do processo histórico. As paisagens visuais e sonoras de *Besta Fera* se animam nas atmosferas, ora de um Rio de Janeiro e de uma São Paulo fantasmagóricos, cinza, ora de um olhar comedido no canto cronístico do samba, que se estende a um *crossover* musical em que o rock, o blues e a experimentação vanguardística instalam um *clima do possível* justaposto pelo canto de dor.

A temporalidade diluída do álbum dialoga, assim, com a trajetória distendida da obra do compositor, em que o contemporâneo é marca decisiva de elaboração artística. Não é exagero afirmar, a partir dessas observações, portanto, que *Besta Fera* é um comentário indigesto de um país à deriva, sempre e sempre, que, ao mesmo tempo, revela-se esperançado na ânsia de se verificar como um teste de contextualização e projeção de futuro possível.

O *autoexílio* (presente nas entrelinhas do álbum) é tributário dos elementos fulcrais da contracultura brasileira (essa geração a qual Macalé faz parte tortamente), a impetrar a

convocação estética maior em João Gilberto, talvez. Em entrevista no dia 3 de abril de 2020, ao Estado de Minas, no contexto da pandemia global do corona vírus, ao relatar sua rotina de quarentena, evoca doces fantasmas contraculturais: “Meus dias têm sido assim, toco com o João Gilberto, depois com o Miles Davis e com o Jimi Hendrix”.

De novo, Macalé traz a expectativa do encontro com João Gilberto, a morte iminente, e a celebração em vida, por meio da audição de três artistas que relativizaram, no limite, o veio criativo dissecado e diluído: o violão de Gilberto, o trompete de Davis e a guitarra de Hendrix são emblemas de várias revoluções estéticas e políticas; e resumem aqui, ao fim e ao cabo, a projeção de sujeito autoexilado do artista em trânsito de tempo e lugar (no caso muito particular da pandemia, em estado estático).

Macalé reivindica, ainda, o entre lugar e o entretempo, a revelar uma original contemporaneidade, a partir do comentário da lida social cotidiana, e a estender as pressuposições pessoais ao cânone e à experimentação de sua arte. E, de novo, ainda, João Gilberto ser a síntese desse movimento acalentador e fantasmagórico. As assimilações não são aleatórias, na medida em que as disposições do campo da arte estão associadas, para Macalé, com as aspirações de um povo em um determinado lugar. A disposição vital do artista, digamos assim, é a cambaleante discussão conceitual na ideia do *assombro*.

O espectro evocado por Macalé em *Besta Fera*, além do dispositivo do *autoexílio*, como tema e proposição estética, no contraste entre luz e trevas, é o *assombro*, como grito do desejo, como já notamos em Agamben.

Pelbart, ao comentar as potencialidades categóricas do teatro de Artaud, estabelece uma descrição mínima do rompante do *assombro*, quando identifica um aspecto decisivo da arte contemporânea:

E o teatro se vale, para Artaud, se for aberto às forças puras. É uma espécie de atletismo afetivo [...]. O sopro torna-se grito. O sopro e o grito seguem e captam as ondas das forças. É pelo grito e pelo sopro elaborados que o corpo se transforma em matéria fluida e comunica com as forças (ARTAUD, 2019, p.281).

Estamos num terreno do trânsito das potencialidades artísticas, evidentemente, nas quais várias articulações podem ser vislumbradas, entre elas o “atletismo afetivo” manifestado por Jards Macalé. E é nessa atribuição do comentário do teatro de Artaud que Pelbart enumera a transição do pensamento de Foucault (biopolítica), passando por Mbembe (necropolítica) e chegando à atribuição do desejo e do grito do *prazer em meio ao assombro*.

Tal imagem trabalhada conceitualmente por Pelbart resume as referências de *Besta Fera*, parece-nos, que são observadas nas seguintes singularidades, já enunciadas anteriormente: o contraste do velho e do novo, o velho sobreposto no novo e o novo sobreposto no velho. Além disso, tem-se: a) a consciência das relações temporais; b) a discussão do e no contemporâneo; c) o compromisso com o lugar da fratura temporal.

A dança cultivada no conteúdo do disco, e percorrida por nós, aqui, sintetiza também outra articulação, uma espécie de evocação dos movimentos da lida diária do esteta, embrenhada com os movimentos da contemporaneidade: *o tempo, o possível e o assombro*. Desse modo, os movimentos feitos por Jards Macalé são o de tomada de consciência de relações temporais e de questões que estão atravessadas pela disputa de sentidos e dos sujeitos que transitam no tempo. Assim, assumir a postura de contemporâneo é também habitar o entre lugar proposto por Bhabha – “o passado-presente torna-se parte da necessidade, e não da nostalgia, de viver” (BHABHA, 2010, p.27) – como fratura das vértebras do tempo e como compromisso com o lugar a partir da fratura temporal. Com isso, o contemporâneo não é apenas perceber as luzes que resistem nas trevas, mas uma relação com o tempo deslocado.

As dinâmicas estão postas na trajetória pessoal e artística – as violências sobre os corpos e as tentativas de apagamento das diversidades a se colocar no entre lugar – e o cantor e compositor assume o compromisso com as fissuras. É uma que aponta duas noções, pelo menos, sobre o tempo: ele é anacrônico e ele na para.

REFERÊNCIAS

AGAMBEN, Giorgio. **O que é o contemporâneo? E outros ensaios**. Chapecó: Argos, 2009
_____. **Profanações**. Boitempo. 2007

BARCINSKI, André. **Pavões misteriosos: 1974-1983 – a explosão da música pop no Brasil**. São Paulo: Três estrelas, 2014.

MACALÉ, Jards. **BESTA FERA**. Distribuição digital: Altafonte. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-eVbn_RuEdU&t=1450s>. Acesso em: 04 09 2020.

BHABHA, H.K. **O local da cultura**. Tradução Myriam Ávila et al, Belo Horizonte: UFMG, 2010.

BARBOSA, André Antônio. A potência estética da nostalgia. **Serrote**. Nº 16, março de 2014.

ESCUTA: Quem foram os malditos da música brasileira. Apresentado por Camilo Rocha e Guilherme Falcão. Digital. Podcast da Revista Nexo. 26 jul. 2019. Duração 19 min. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/podcast/2019/03/08/Quem-foram-os-malditos-da-musica-brasileira>>

AUGUSTO, Guilherme. Idoso, hipertenso e diabético, Macalé transforma a música em vacina. **Estado de Minas.** Belo Horizonte: 3 de abril de 2020. Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/cultura/2020/04/03/interna_cultura,1135125/idoso-hipertenso-e-diabetico-macale-transforma-a-musica-em-vacina.shtml>

FAGUNDES, Ariel. Entrevista | Jards Macalé narra um conto de Vida e Morte em “Besta Fera”. **NOIZE.** Digital. 08 fev 2019. Disponível em: <<https://noize.com.br/entrevista-jards-macale-narra-um-conto-de-vida-e-morte-em-besta-fera-2019/#1>>

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir.** Petrópolis: Vozes, 1987.

HOBSBAWM, Eric. **Sobre História.** São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

KEHL, Maria Rita. **O tempo e o cão.** São Paulo: Boitempo, 2009.

SELIGMANN-SILVA, Márcio. **Narrar o trauma: escrituras híbridas das catástrofes,** Gragoatá, n.24, 1º semestre 2008, Niterói: EdUFF

SCHUCMAN, Lia Vainer. **Branquitude e Raça e Racismo** (parcial). In: _____. **Entre o “encardido”, o “branco” e o “branquíssimo”: raça, hierarquia e poder na construção da branquitude paulistana.** 2012 Tese (Doutorado em Psicologia Social) – Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012. p. 17-41. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/47/47134/tde-21052012-154521/pt-br.php>>

The contemporary in “Besta Fera” by Jards Macalé: time, haunt and the possible

ABSTRACT

The paper seeks to analyze the last album by the singer and composer Jards Macalé, mainly from the perspective of contemporary proposed by the Italian philosopher Giorgio Agamben. In order to understand some of the relationships that cross the album, it is also intended to dialogue with theoretical reflections proposed by authors such as Michel Foucault, Márcio Seligman, among others. From those intersections, it is intended to understand how the issues of temporality are present in the album, fundamentally as potential aesthetics surrounded by time, haunt and the possible.

Keywords: Contemporary. Temporalities. Beast Beast. Jards Macalé.

Lo contemporáneo en "Besta Fera" de Jards Macalé: el tiempo, la guarida y lo posible

RESUMEN

El artículo busca analizar el último álbum del cantante y compositor Jards Macalé, principalmente desde la perspectiva contemporánea propuesta por el filósofo italiano Giorgio Agamben. Para comprender algunas de las relaciones que cruzan el álbum, también se pretende dialogar con reflexiones teóricas propuestas por autores como Michel Foucault, Márcio Seligman, entre otros. A partir de esas intersecciones, se pretende comprender cómo los problemas de temporalidad están presentes en el álbum, fundamentalmente como una estética potencial rodeada por el tiempo, la obsesión y lo posible.

Palabras clave: Contemporáneo. Temporalidades Bestia fiera. Macalé Jards.

Recebido em: 05/08/2020

Aceito em: 19/09/2022

INSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO NAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2020 EM PICOS-PI

Ruthy Manuella de Brito Costa¹
Maria Aparecida Mota da Silva²

RESUMO

As ferramentas digitais modificaram a forma de comunicação. A presente pesquisa tem como temática o Instagram como ferramenta de campanha eleitoral e a internet como espaço de diálogos políticos eleitorais. O objetivo geral é analisar como os candidatos a prefeito de Picos pelo Partido dos Trabalhadores (PT) e Partido Progressista (PP) utilizaram o Instagram como ferramenta de pré-campanha nas eleições municipais de 2020 em Picos – Piauí. Para a revisão bibliográfica foram usados nomes como Levy (1999), Recuero (2009), Castells (2019). A metodologia usada foi pesquisa bibliográfica, análise de conteúdo, método comparativo com abordagem quanti-qualitativa.

PALAVRAS-CHAVE

Internet. Redes Sociais. Instagram. Eleições 2020. Convergência.

1 INTRODUÇÃO

As redes sociais na internet são hoje ferramentas de trabalho indispensáveis na rotina das pessoas. As organizações que não dispõem de mecanismos digitais para reter o cliente e chamar sua atenção para aquilo que a empresa oferece, mostrar ou propagar, fica para trás. Desse modo, o Instagram vem ganhando gradativamente mais espaço como ferramenta de comunicação. O mesmo possui um teor imagético, ou seja, é uma rede social online de compartilhamento de fotos e vídeos. Para Piza (2012), o Instagram é um dos mais usado para o compartilhamento de fotos, por ser um aplicativo gratuito para download, facilita uma grande proporção de usuários adeptos ao uso da rede.

A forma como são difundidas as informações na internet são consequências das transformações e interações dentro do ambiente digital, especificamente na rede social online que por si, permite uma simultaneidade maior e um leque de fatores que chega muito rápido

¹ Doutoranda em Comunicação (PPGCOM UFPE). Mestra em Comunicação (PPGCOM/UFPI). Integra o Núcleo de Pesquisas em Mídia, História e Tecnologias (NUMIHTEC/UFPI). Membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação Alternativa, Comunitária, Popular e Tecnologias Sociais (UESPI). Membro do Grupo de Pesquisa Jornalismo e Convergência Midiática (JOCON UFPI). Professora efetiva do curso de Jornalismo na Universidade Estadual do Piauí (UESPI). ruthycosta@pcs.uespi.br.

²Especialista em Gestão de Marketing e Mídias Digitais (IESRSA). Bacharel em Jornalismo pelo Instituto de Educação Superior Raimundo Sá. E-mail: aparecidasilva225@gmail.com.

ao público. Consequente a isso, hoje as redes sociais digitais ganham progressivamente mais espaço como ambiente de conquista de público, disseminação de informações e como ferramenta de trabalho, ganhando gradualmente mais adeptos as redes, ou seja, formando e participando ativamente dos nós que compõem a rede mundial online da internet. Recuero (2009) afirma que as características dinâmicas das redes contribuem diretamente na percepção das alterações nos contextos ao qual está inserida e também nas interações dos contribuintes dentro da rede internet.

As redes sociais na internet têm ganhado sucessivamente mais espaço no mundo do trabalho, ou seja, ela vem sendo utilizada de forma cada vez mais comum como ferramenta auxiliadora de divulgação do trabalho e serviços prestados, e de forma similar e cada vez mais recorrente, se faz presente como ferramenta de trabalho para o jornalista e assessor de comunicação. O Jornalismo desempenha muitas funções na sociedade e uma delas está ligada diretamente com o assessoramento político. Hoje, os perfis públicos geralmente têm um profissional de comunicação especializado para cuidar da sua imagem nos meios de comunicação e redes sociais. Ademais, as redes sociais online são meios para propagação e difusão de conteúdo, seja publicitário, informativo ou de cunho interativo, sendo uma importante ferramenta auxiliadora na comunicação de políticos e empresas.

O jornalismo de assessoramento político é progressivamente mais presente nas pré-campanhas e campanhas eleitorais, pois há uma necessidade de mostrar o trabalho e as propostas para o público. Assim, aqui entram as redes sociais digitais como meios de propagação e disseminação de informações, sendo passo a passo mais usadas por políticos, a fim de cativar e reter adeptos as suas ideologias e discussões com o intuito de ganhar seguidores e novos apoiadores durante a corrida eleitoral.

Desse modo, a presente pesquisa tem como escopo geral, analisar o uso do Instagram como ferramenta de pré-campanha durante as eleições municipais de 2020 em Picos-PI. De forma específica, o trabalho objetiva mostrar como a rede social Instagram foi usada pelos dois principais candidatos na corrida eleitoral picoense, Araujinho (PT) e Gil Paraibano (PP), analisar as interações de ambos na rede social Instagram e especificar como ambos exploraram as ferramentas disponíveis na rede social online.

2 CAMPANHA ELEITORAL NA INTERNET

A internet teve uma grande evolução desde a sua primeira versão e aproximando-se cada vez mais de um canal de conexão virtual. Primeiramente, contextualiza-se o que é uma rede e sua relação com o significado de internet. Para Castells (2003, p. 07) “uma rede é um conjunto de nós interconectados. A formação de redes é uma prática humana muito antiga, mas as redes ganharam vida nova em nosso tempo transformando-se em redes de informação energizadas pela Internet”.

Logo, evidencia-se que as redes têm sua origem desde o processo de comunicação entre os indivíduos, de pessoa para pessoa. Com o avanço da internet o conceito de redes se modificou, pois não estava mais atrelado somente ao fato da conversa, conhecimento e aproximação de pessoas, apresentava-se uma nova forma de adesão no ato de se comunicar, permitiu-se deixar as pessoas próximas, mesmo em um ambiente geográfico divergente. Assim Levy, (1999, p. 49) diz que “a universalização da cibercultura propaga a copresença e a interação de quaisquer pontos do espaço físico, social ou informacional”.

As modificações na forma de agir e se comportar estão ligadas direta ou indiretamente nas mudanças tecnológicas. Ao passo que as redes criam novas formas de conexão, o mundo se adapta e a realidade que passa a ser vivida se torna o novo normal, ou seja, cada dia depara-se com diferentes redes sociais na internet. Levando em consideração isso, cada novo dia, novos hábitos são criados e novas vivências começam a fazer parte do cotidiano. Cabe considerar que as redes sociais na internet passaram a dar visibilidade e ampliar o contato virtual entre seres humanos e nações divergentes. Desse modo, Castells (2019) pontua que vínculos na internet oferecem oportunidades. Elas potencializam vidas sociais mais ativas e menos limitadas.

No que tange a multiplicidade das escolhas na rede, os usuários estão cada vez mais adeptos e positivos quanto às novas tecnologias. Assim a globalização possibilitou uma gama de possibilidades e fontes de escolhas diversas. Para complementar, a convergência dos meios gerou e criou as redes sociais online, que possibilitou uma infinita conexão entre os nós e uma ligação direta com o sistema principal, que é a rede. Os nós, são os usuários que criam laços e dão vidas a um perfil nas redes sociais digitais, como Facebook, Instagram, Twitter, Youtube e tantas outras redes existentes.

O Instagram é uma rede social imagética, geralmente as pessoas que estão nele procuram por fotos bonitas, interessantes e que chamem a atenção. Uma das características da rede social é que a legenda não é tão importante já que a imagem fala por si. Outra característica é quanto ao uso de hashtags para alcançar e chegar a um número maior de pessoas. “No Instagram, semelhantemente ao que acontece no Twitter e no Facebook, o usuário poderá marcar suas fotos com hashtags, palavras-chave antecedidas pelo caractere “#” e que se relacionam a alguma temática ou informação relevantes”, (OLIVEIRA, 2014, p. 06).

A web possibilitou uma revolução em todos os contextos sociais e uma mudança significativa no modo de agir e viver da sociedade. Paralelo a isso, trouxe uma gama de expectativas quanto a democracia. De forma singular Gomes explica que (2008, p. 63) “antes de tudo não há como negar que o advento do formato Web da internet, no início dos anos 90, trouxe consigo enormes expectativas no que respeita à renovação das possibilidades de participação democrática”.

A comunicação participativa se tornou uma forma de debater e ao mesmo tempo de esperanças de uma renovação na democracia, tornando-a mais participativa e acessível a todos, não só por ser um direito de poder de escolha, mas também por ser um lugar de fala e identificação. Conforme Gomes (2008, p. 63) “de todo modo, havia nos planos teórico e prático a sincera esperança de uma renovação, induzida pela internet, da esfera pública e da democracia participativa”. As discussões sobre assuntos importantes se tornaram mais fáceis e prática na internet, principalmente levando em consideração que a internet é um local de debate, concentração de pessoas e formação de opinião.

Segundo Ituassu (2014), a internet transformou a comunicação política de uma corrida eleitoral em uma reflexão sobre como a informação chega ao público. De forma complementar entende-se que:

Como já foi sugerido, o uso da Web, ou, mais especificamente, das redes sociais na comunicação política de uma campanha, se torna um objeto de reflexão a partir dos efeitos que produz ou das consequências que traz para os campos de informação, participação e deliberação políticas (ITUASSU et. al, 2014, p. 63).

As conexões nas redes sociais digitais é o que faz com que haja as interações já que os indivíduos estão interligados por uma rede móvel que permite conversa, aproximação virtual

e expansão nas comunidades virtuais. As pessoas passam a se conhecer e fazer laços mesmo fora do eixo do território e aproximação real. De modo complementar, os nós interagem entre si, criam conexões e laços sociais, cada usuário escolhe e delimita com quem quer interagir. “As redes sociais nascem diretamente de interações sociais entre membros do mesmo grupo ou de agregados diferentes” (AMARAL, 2016 p. 68).

Baseado nessa ideia faz-se necessário contextualizar a relevância da internet e redes sociais digitais em período eleitoral, devido ao fato da busca incessante por espaço nos mesmos. A aproximação do político com o eleitor teve uma vasta adesão por causa da interação e sentimento de proximidade. Para fundamentar essa ideia, (SANTOS. et al, 2012, p. 18), relacionam os assuntos “Internet e Eleições”, haja vista que o advento da internet possibilitou a utilização de recursos da rede como mediadores de debates políticos, bem como de interação entre os eleitores”. De forma simplificada, a internet potencializa o diálogo sobre eleições na rede.

3 CAMINHOS METODOLÓGICOS

Para a realização de um estudo é preciso usar procedimentos metodológicos que certifiquem a pesquisa como científica, e o que caracteriza algo como científico é o percurso metodológico utilizado para encontrar tais informações. A pesquisa tem grande importância no meio acadêmico por ser algo comprovado, verificado e de cunho científico.

A pesquisa bibliográfica é realizada partindo do pressuposto de outros materiais, ou seja, ela é a seleção e escolha de conteúdos relacionados ao tema pesquisado que se encaixe no perfil de pesquisa, método de pesquisa e problema. Sendo assim ela pode ser caracterizada como “[...] desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”, (GIL, 2002, p. 44). De forma complementar é indispensável para que um estudo possa ser considerado científico, pois é a partir dos autores que se argumenta acerca do tema pesquisado.

Conforme Gil (2002) pesquisa define-se como processo racional e sistemático que tem por finalidade encontrar respostas a problemáticas que são avaliadas causam dúvidas ao pesquisador. Para formular e estruturar um estudo científico há um procedimento a seguir e fatores que determinam se tem como aquilo se tornar científico. As ciências sociais,

especificamente as de comunicação a partir dos anos de 1950 quando foi instaurado o curso de jornalismo no país.

3.1 Corpus da pesquisa

O período escolhido foi a última semana da pré-campanha e última semana da campanha eleitoral para a Prefeitura Municipal de Picos no Piauí, devido ao fato de serem dois espaços de tempo decisivos e marcantes na rede social digital, por que antecederam as semanas decisivas no calendário da corrida eleitoral. Serão levadas em consideração apenas as publicações permanentes, não incluindo *stories* pelo caráter temporário da publicação. Foi escolhido o período final da pré-campanha e da campanha eleitoral devido.

Tabela 01: Publicações da última semana da pré-campanha.

	20/09	21/09	22/09	23/09	24/09	25/09	26/09	Total
Araujinho (PT)	03	04	01	03	03	04	05	23
Gil (PP)	02	03	01	02	02	03	03	16

Fonte: Elaborada pela autora.

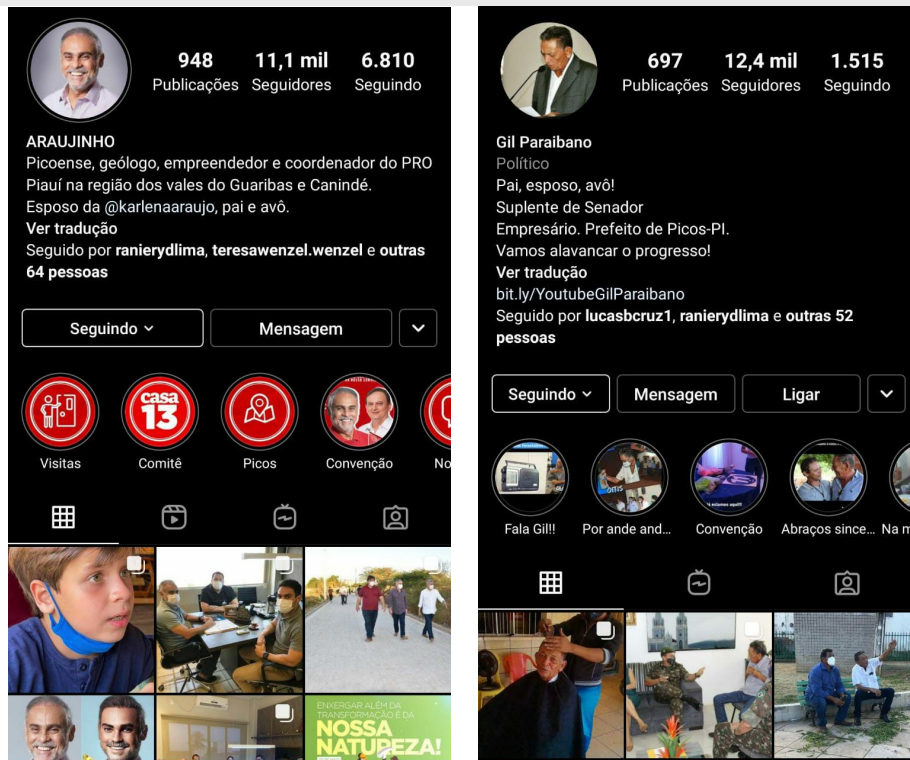
4 O USO DO INSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE CAMPANHA NAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE PICOS-PI NO ANO DE 2020

A análise de conteúdo aqui apresentada tem como referência as publicações no *Instagram* de dois candidatos à prefeitura de Picos - PI nas eleições de 2020: Araujinho e Gil Paraibano. O recorte temporal da análise é feito em duas partes: pré-campanha, de 20 de setembro de 2020 a 26 de setembro de 2020.

Os resultados estão organizados de acordo com os critérios estabelecidos para a análise que são: quantidade e frequência de publicações, formato dos conteúdos, *hashtags*, temas das publicações e interações.

A imagem a seguir traz uma visão geral dos perfis analisados. Uma curiosidade relevante a citar é que no período de apresentação do pré-projeto em dezembro de 2020 após as eleições municipais e derrota do candidato do PT, sua conta foi privada apenas para os seus atuais seguidores, em janeiro de 2021, pós eleição, e assumir um cargo estadual, sua conta voltou ao formato pública.

Figura 01: Perfil dos candidatos Araujinho (PT) e Gil Paraibano (PP) no *Instagram*



Fonte: Reprodução do *Instagram*

Os critérios de análises foram categorizados de acordo com o que é possível analisar a partir da observação do material e também a partir das funcionalidades do próprio *Instagram*. São analisadas as postagens fixas no *Instagram* durante a última semana da pré-campanha.

O *feed* do *Instagram* é o local de compartilhamento, troca e conexão entre as pessoas, já os destaques no perfil, permitem que se fixe os conteúdos mais importantes que são postados no dia a dia, ficando visível a qualquer momento³. Por sua vez, o *Instagram* permite até 10 fotos em um mesmo post, conhecido como carrossel, e o *Reels*, vídeo curto que tem um alcance maior e uma facilidade em aparecer no explorar da rede social, possibilitando assim um maior engajamento com o perfil. Desse modo, ainda tem o IGTV, que permite vídeos logos acima de 1 minuto e a possibilidade de vídeo simples que não ultrapasse 1min. É uma rede social online de muitas ferramentas para explorar e reter pessoas adeptas aquele conteúdo exposto, por isso hoje é uma das maiores redes sociais online no mundo⁴.

³ Disponível em: https://help.instagram.com/?locale=pt_BR. Acesso em 29 abr 2021.

⁴ Disponível em: <https://www.maioresemelhores.com/maiores-redes-sociais-do-mundo/>. Acesso em 03 jun. 2021.

4.1 Quantidade e frequência de publicações

O *corpus* da pesquisa no que se refere à pré-campanha é composto por 39 publicações, sendo 23 publicações do candidato Araujinho e 16 publicações do candidato Gil Paraibano. A última semana da pré-campanha teve um número maior que as outras de publicações, principalmente nos dois últimos dias véspera da semana oficial da corrida eleitoral.

Dia 24 e 25 de setembro o candidato Araujinho fez 11 publicações, ou seja, praticamente o dobro de todos os outros dias. Já o candidato Gil Paraibano seguiu uma sequência bem equilibrada, no dia ele atualizou três vezes mostrando suas caminhadas e nos dois últimos dias desse período escolhido, ou seja, 25 e 26, foram 6 publicações, três em cada dia. Nesse primeiro cenário o candidato Araujinho fez mais atualizações.

A rede social *Instagram* veio para mostrar que é possível atingir seu público de forma mais objetiva e dinâmica pela rede. Um exemplo claro é a forma como a Raquel Recuero pontua de como é possível atingir e difundir informações na rede social, com base na relação entre os nós interconectados já existentes.

Ademais, verifica-se como os candidatos fizeram uso da rede social e como foram distribuídas e sequenciadas as publicações de ambos nesses períodos específicos citados anteriormente. Pode-se notar a diferença no número de posts na pré-campanha e no período que antecede as eleições para prefeito na cidade de Picos-PI.

Outrossim, fica evidente mostrar que os candidatos fizeram bastante atualizações em seus perfis oficiais, visto que devido a pandemia⁵ foi o meio de disseminação de conteúdo em massa para seus respectivos públicos, já que não foi um momento possível para as caminhadas e visitas, por dois fatores específicos, não está dentro do período legal de campanha e pôr está em um estado de calamidade pública na saúde do país.

4.2 Formato das publicações

O formato e conteúdo das publicações no Instagram de ambos os candidatos merecem um tópico de destaque, pois mostram a margem de como foi usado a rede social Instagram e se foi explorado todas as ferramentas que ela dispõe para disseminar conteúdo. Os candidatos

⁵ A Organização Mundial de Saúde aponta que pandemia é uma epidemia, ou seja, surto que afeta um local e se alastra por uma região, continente e o mundo, sendo transmitida por pessoas, e de seres humanos para seres humanos. Em março de 2020 a OMS declarou pandemia mundial da Covid-19, causado pelo Novo Coronavírus. Disponível em: <https://www.bio.fiocruz.br/index.php/br/noticias/1763-o-que-e-uma-pandemia>. Acesso em 03 jun 2021.

a prefeito de Picos atualizaram bastante as redes sociais no ano eleitoral, as análises pontuam a forma como a rede social digital hoje é fundamental e como auxilia na distribuição dos conteúdos na internet. O *Instagram* é uma rede social imagética que possibilita a publicação de conteúdos em formatos variados: Foto, Carrossel, Vídeo no *Feed*, IGTV e *Reels* e legenda das publicações.

Durante a pré-campanha foram feitas 39 publicações fixas nos perfis oficiais dos principais candidatos da corrida eleitoral picoense. Sendo específicas 23 posts do candidato Araujinho (PT), divididos em seis fotos, 16 carrosséis, um vídeo curto *feed*, nenhum IGTV e nenhum *Reels*.

Tabela 03: Formato dos conteúdos do candidato Araujinho na pré-campanha

Data	Foto	Carrossel	Vídeo no <i>Feed</i>	IGTV	<i>Reels</i>
20.09.2020	00	02	01	00	00
21.09.2020	01	03	00	00	00
22.09.2020	01	00	00	00	00
23.09.2020	01	02	00	00	00
24.09.2020	01	02	00	00	00
25.09.2020	01	03	00	00	00
26.09.2020	01	04	00	00	00
TOTAL	06	16	01	00	00

Fonte: tabela elaborada pela autora.

Conforme exposto, houve um número expressivo de publicações na última semana da pré-campanha de ambos os lados, porem o candidato Araujinho (PT) fez bem mais posts do que o opositor Gil Paraibano (PP), com uma diferença de sete posts a mais. Na tabela acima mostra os números e distribuição de formatos que o candidato do PT usou no perfil oficial do *Instagram*.

As postagens em formato de fotos individuais e carrosséis dominam os posts dos candidatos a Prefeito de Picos no Piauí. As fotos têm um alcance e uma relevância exponencial do público, conforme tabelas mostradas acima. Além do uso de fotos, o *Instagram* é um ambiente multimídia que permite o uso audiovisual com vídeos, que foi bastante explorado aqui também, em formato de IGTV, principalmente no período de campanha.

Já o opositor Gil Paraibano (PP) aparece com 16 posts, sendo divididos em três fotos, nove carrosséis, dois vídeos curtos *feed*, dois IGTV e zero *reels*. Na Tabela abaixo mostra a distribuição de conteúdo expostos e como foi explorado no perfil oficial da rede social digital.

Tabela 04: Formato dos conteúdos do candidato Gil Paraibano na pré-campanha

Data	Foto	Carrossel	Vídeo no Feed	IGTV	Reels
20.09.2020	00	01	00	01	00
21.09.2020	00	02	01	00	00
22.09.2020	00	01	00	00	00
23.09.2020	01	01	00	00	00
24.09.2020	00	02	00	00	00
25.09.2020	01	01	00	01	00
26.09.2020	01	01	01	00	00
TOTAL	03	09	02	02	00

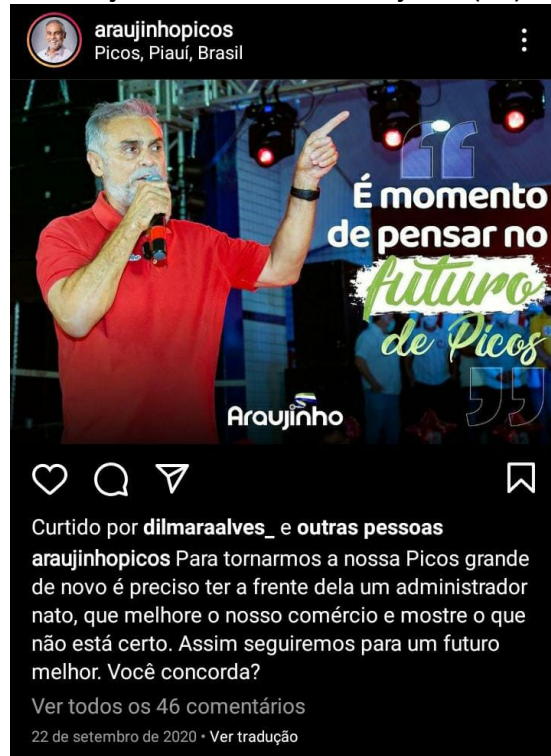
Fonte: tabela elaborada pela autora.

Os formatos mais utilizados pelos candidatos foram iguais na pré-campanha. O candidato do PP fez uso maior de carrossel de fotos e foto simples e o candidato do PT também atualizou mais carrossel de fotos e fotos simples. A diferença foi a quantidade postada por ambos: um atualizou 16 carrosséis e seis fotos simples, já o outro atualizou nove carrosséis e três fotos individuais.

Quanto às legendas durante a pré-campanha pontuavam sobre o que os candidatos estavam fazendo, mostrando mais suas vidas para as pessoas e se apresentando para seu público. Assim, durante esse período foram mostrados também suas caminhadas, e sobre o que eles andavam fazendo, com quem era os encontros, geralmente quando era com líderes comunitários, tinha explícito o nome e a localidade.

No caso do candidato do PT, ele começou a se apresentar a comunidade mostrando seus objetivos e mostrando mais da sua vida e o interesse de representar o povo picoense, seu marketing era voltado para acessibilidade, homem simples que veio de baixo, que frequenta feira, que é picoense raiz e que entende e conhece os anseios da população. Algo bem interessante a se pontuar é que sempre foi um nome muito conhecido na cidade, por ser um dos maiores empresários da cidade, mas seu rosto e ele próprio poucos conheciam, passou a conhecer e ganhou muitos adeptos já na campanha.

Figura 02: Publicação do candidato Araujinho (PT) no *Instagram*

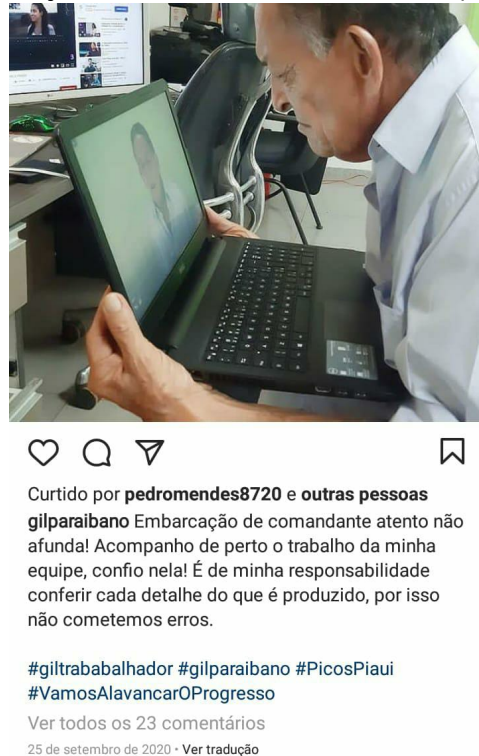


Fonte: Reprodução do *Instagram*

Em relação ao candidato do PP, que já foi prefeito da cidade de Picos por dois mandatos⁶ consecutivos, nota-se que já era uma figura pública conhecida e com um público bastante definido e apoiadores em diversos locais e faixas etárias. A rede social *Instagram* dele foi observado que havia atualizações somente nesse período eleitoral. Como já era bastante conhecido e já tinha seu eleitorado fiel e definido, ele usou estratégias para novos eleitores, como retomar o perfil de homem trabalhador, seu slogan de campanha, inclusive nome de um quadro na programação de postagens, que fez muito pela cidade e trazer depoimentos de eleitores já fieis que só rasgam elogios sobre seu perfil e seu persona na rede. Em suas legendas sempre terminava com o uso das *hashtags* no final, o que não é encontrado em todos os posts do seu adversário.

⁶ Gil Paraibano foi Prefeito de Picos entre 2005 e 2012. Disponível em: <https://cidadesnanet.com/news/municipios/picos/gil-paraibano-conheca-o-coronel-que-esta-no-centro-da-politica-no-sul-do-piaui/>. Acessado em 20 set 2020.

Figura 03: Publicação do candidato Gil Paraibano (PP) no *Instagram*



Fonte: Reprodução do *Instagram*

4.3 Uso de *hashtags*

O uso das *hashtags* é uma das formas de adaptar e trazer mais visibilidade ao perfil e a publicação. Hoje se tornou uma ferramenta imprescindível na disseminação de conteúdo nas mídias digitais. A o símbolo, também conhecida como jogo da velha ou cerquilha vem acompanhado de uma palavra chave e forma a denominação de *hashtags*.

Durante a pré-campanha o candidato Araujinho não usou nenhuma vez as *hashtags* ao final de cada legenda do período escolhido de análise. O candidato Gil Paraibano fez diferente, já começou a usar as *hashtags* na pré-campanha, com especificações dos temas e seus tópicos das publicações. O primeiro post da semana escolhida de análise da pré-campanha é um vídeo e no final da legenda veio acompanhado com #falapovo #Giltrabalhador #Gilparaibano #PicosPiauí. Nas publicações que sucederam eles trazem o uso das mesmas *tags*, quando é visitas, e quando tem temas específicos, é acrescentado sobre o tema. As *hashtags* usada em seu perfil é de localização também, acompanha seu nome geralmente.

Aqui nessa parte mais específica da análise pode-se pontuar essa diferença entre ambos os candidatos com o uso deste recurso específico nos dois períodos de análise, sendo que um não fez nenhum uso durante a pré-campanha, enquanto o outro já usou.

As *hashtags* funcionam como etiquetas que facilitam que o conteúdo seja encontrado. O *Instagram*, inclusive, permite que as pessoas sigam *hashtags*, ampliando a possibilidade de visualizações e localização dos conteúdos. Como Piza (2012) pontua as *hashtags* são usadas para identificar e agrupar um acontecimento, as pessoas podem inclusive seguir *hashtags* sobre assuntos que são do interesse individual de cada e assim comenta o que está acontecendo em tempo real.

Ambos os candidatos não aproveitaram tão bem os recursos das *hashtags*. O candidato Araujinho fez uso mais superficial, uma vez que na pré-campanha não fez uso das *hashtags* e na campanha usou poucas e sem uma exploração adequada. Já o seu opositor Gil Paraibano, que nas etiquetas colocou localização, número do partido, nome da chapa e alguns temas de acordo com os posts.

4.4 Tema

A temática abordada no trabalho é a corrida eleitoral, sendo o tema geral e principal da pesquisa. De forma singular, a temática geral permite que desdobramentos dos posts se tornem subtemáticas que são categorizadas, por meio das atividades e atualizações do perfil na rede social. As atividades desenvolvidas nesse período foram caminhadas/visitas, reuniões, debates, ataques e propostas,

Assim, no período escolhido da pré-campanha houve um número assertivo e pontual de propostas sendo o tema mais atualizado do perfil do até aqui candidato a Prefeito de Picos pelo Partido dos Trabalhadores. Sob essa ótica a segunda maior atualização nas temáticas são as reuniões com moradores de comunidades rurais, líderes comunitários e políticos que vieram a somar na campanha para o candidato, e por isso as caminhadas/visitas foram a terceira mais atualizadas pelo candidato Araujinho. Conforme análise, debate e ataques não foram atualizados aqui no período da pré-campanha no perfil do candidato supracitado.

O candidato Gil Paraibano atualizou mais alguns temas e deixou outros sem a devida exploração. O tema mais abordado pelo candidato do PP, foram caminhadas/visitas, sendo o mais atualizado e com grande quantidade de post no perfil. Assim, o segundo mais atualizado foram as propostas do candidato no perfil. Durante a pré-campanha somente essas duas temáticas foram exploradas, dentro do tema geral, corrida eleitoral. Debates, ataques e reuniões não foram atualizados, por isso não consta citado nesse tópico de análise. O perfil

do Gil Paraibano teve uma grande atualização em posts de caminhadas e visitas, mesmo estando em período pandêmico que proibia circulação e visitas.

4.5 Interações

No *Instagram* é possível curtir, comentar ou enviar a publicação, seja para alguém ou para os *stories* do usuário, além de salvar a publicação. Os dados de compartilhamento ficam visíveis apenas para quem gerencia o perfil, dessa forma, esta análise leva em conta as curtidas e comentários. Diante do volume de publicações, a tabela a seguir traz o levantamento dos maiores e menores índices de curtidas e comentários. São apresentados dados da pré-campanha dos dois candidatos e da campanha também de ambos.

Esses dois últimos tipos de interação só ficam disponíveis para os gerenciadores do perfil e, portanto, não entram nesta análise.

Tabela 07 – Interações Araujinho no *Instagram* pré-campanha

	Curtidas/Visualizações		Comentários	
	Maior	Menor	Maior	Menor
20.09	2.569 visualizações	310	40	05
21.09	379 curtidas	176	08	00
22.09	376 curtidas	376	46	46
23.09	622 curtidas	291	25	05
24.09	328 curtidas	212	14	10
25.09	332 curtidas	221	15	03
26.09	407 curtidas	297	35	04

Fonte: Tabela elaborada pela autora.

De acordo com as interações durante a pré-campanha levando em consideração o que fica fixo no perfil dos candidatos e é possível observar que são as curtidas e comentários de cada post. A visualização de vídeos representa o maior índice de alcance do conteúdo do candidato, mesmo assim, foram poucos explorados pelo candidato do PT na pré-campanha, conforme a tabela acima do candidato. Em sete dias de análise, foi observado apenas um vídeo, com 2.569 visualizações. Levando em consideração, somente as curtidas, pode-se

observar que o maior número de curtidas foi do dia 23 de setembro de 2020, com 622 curtidas. Já o menor índice de curtida é 176 do dia 22 de setembro de 2020.

Seguindo a análise dos dados durante a pré-campanha, o candidato Gil Paraibano fez uso maior dos recursos multimídia na sua rede social digital *Instagram*. Foram três vídeos ao todo, no período de análise, ambos sendo os maiores alcances do perfil. No dia 21 de setembro de 2020, foram 4.748 visualizações, o maior alcance da semana. Levando em consideração as curtidas, o maior número foi no dia 23 de setembro de 2020, com 737, conforme dados descritos na tabela abaixo. Nota-se que o pensamento do mundo multimídia denominando por Castells (2019) serão promissoras e necessárias para uma comunicação mais ativa e menos tradicional de texto e foto, com recursos audiovisuais é possível melhorar e reter a atenção do usuário mais tempo, ao passo que é mais interativo e gera mais engajamento.

Tabela 08 – Interações Gil Paraibano no *Instagram* pré-campanha

	Curtidas/Visualizações		Comentários	
	Maior	Menor	Maior	Menor
20.09.	1.244 visualizações	304	05	04
21.09	4.748 visualizações	347	09	06
22.09	346 curtidas	346	13	13
23.09	737 curtidas	525	101	28
24.09	337 curtidas	281	10	07
25.09	1.115 visualizações	454	23	02
26.09	899 visualizações	378	24	00

Fonte: Tabela elaborada pela autora.

Em relação aos comentários, pode-se notar que não são números expressivos, o maior é 101 e o menor é zero comentários. Assim, nota-se que o perfil do candidato interagiu com seus internautas e seguidores e respondia, mantendo assim o laço entre candidato e eleitor. Ainda conforme Castells (2019) serão apontadas no mundo multimídia o interagente e os receptores e assim os conteúdos chegam até seus respectivos públicos, além de se concluir o processo de interação, que é o emissor enviar a mensagem, o receptor receber e entender aquilo proposto e o compartilhamento.

5 CONSIDERAÇÕES

Diante do contexto discutido nesta pesquisa, é possível perceber que a internet modificou os modos de comunicação existentes e isso fez com que as pessoas e o próprio conteúdo se modificassem e alterasse as relações. Levando para o cenário político, o ano de 2020 foi primordial no movimento de adaptação às formas comunicacionais no ambiente digital. Este estudo parte do pressuposto de que a pandemia “obrigou” uma atualização mais rápida das pessoas aos contextos tecnológicos. Ambos possuíram perfis atualizados com frequência e com um profissionalismo maior nas publicações, usando o *Instagram* para divulgar conteúdo específicos sobre suas pré-candidaturas e candidaturas.

Diante dos objetivos alcançados, o presente estudo é relevante e atual, pois discorre e compara fenômenos contemporâneos destacando a ascensão tecnológica e o momento épico que o mundo enfrenta com a pandemia da Covid-19. Ela tem um cunho político e social abrangente e notório a partir da discussão em torno das eleições municipais de Picos-PI no ano de 2020 e como os candidatos tiveram que se adaptar ao novo meio de viver e a nova forma de fazer política. Além da atualidade, a pesquisa documenta um fato histórico que pode ser estudado daqui há uma década, mais também daqui um século, além de ter aberto caminhos científicos para a pesquisadora em si.

Portanto, a pesquisa abre caminhos para uma análise mais profunda sobre as redes sociais digitais e seu papel na sociedade, bem como possibilita que outras pesquisas possam levantar discursões sobre o papel da comunicação e sua atualização enquanto profissão. Outro fator que pode gerar novas pesquisas é a abordagem de como as redes sociais digitais, como o *Instagram*, se tornaram necessárias para as instituições, sejam públicas ou privadas.

REFERÊNCIAS

- Amaral, I. (2016). *Redes sociais na internet: sociabilidades emergentes*. LabCom. Covilhã.
- Batista, C.T.; Santos, N. de O.; Santos, A. C. O. dos. Comunicação e visibilidade nos processos políticos de Uberlândia- MG: A relação entre mídia e política na cidade. In: Santos, A. C. O. dos; Sousa, G.de; Tonus, M., (orgs). (2012). *Comunicação, cultura e política*. Uberlândia, MG: EDUFU.
- Carius, A. C. (2020). *Topologia do ciberespaço: redes sociais, aprendizagem colaborativa e matemática para além da sala de aula*. (V-7i2p1-24). Rio de Janeiro.
- Castells, M. (2003). *A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar.

- Castells, M. (2019). *A sociedade em rede*. 20ª. ed. rev. ampl. São Paulo, SP: Paz e Terra.
- Ituassu, A.; Capone, L.; Parente, T; Pecoraro, (2014). C. *Internet, eleições e democracia: o uso das redes sociais digitais por Marcelo Freixo na campanha de 2012 para a Prefeitura do Rio de Janeiro*. Revista ComPolítica. n. 4, vol. 2, ed. ago-dez.
- Levy, P. (1999). *Cibercultura*. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo, SP: Editora 34.
- Marconi, M. A. Lakatos, E. M. (2003). *Fundamentos de Metodologia Científica*. 5º Edição, São Paulo, editora Atlas S.A.
- Martino, L. M. S. (2014). *Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Moraes, R.. (1999). *Análise de conteúdo*. Revista Educação, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32.
- Oliveira, Y. R. (2014). O Instagram como uma nova ferramenta para estratégias publicitárias. In: *Anais Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste*. João Pessoa. São Paulo: Intercom. Recuperado de: <http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/30633>.
- Piza, Mariana. (2012). *O Fenômeno Instagram: considerações sob a perspectiva tecnológica*. Recuperado de: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/3243/1/2012_MarianaVassalloPiza.pdf.
- Recuero, R. (2009). *Redes sociais na internet*. Porto Alegre, RS: Sulina.
- Santaella, L.; Lemos, R. (2010) *Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter*. São Paulo, SP: Paulus.

Instagram as a communication tool in the 2020 municipal elections in Picos-PI

ABSTRACT

Digital tools have changed the way of communication. This research has as theme the Urged as an electoral campaign tool and the internet as a space for electoral political dialogues. The general objective is to analyze how the candidates for mayor of Picos by the Workers Party (PT) and Progressive Party (PP) used Instagram as a pre-campaign tool in the 2020 municipal elections in Picos – Piauí. For the literature review, names such as Levy (1999), Recuero (2009), Castells (2019) were used. The methodology used was bibliographic research, content analysis, comparative method with a quanti-qualitative approach.

Keywords: Internet. Social Networks. Instagram. Elections 2020. Convergence.

Instagram como herramienta de comunicación en las elecciones municipales 2020 en Picos-PI

RESUMEN

Las herramientas digitales han cambiado la forma de comunicación. La presente investigación tiene como tema el Instagram como herramienta de campaña electoral y el internet como espacio de diálogo político electoral. El objetivo general es analizar cómo los candidatos a la alcaldía de Picos por el Partido dos Trabalhadores (PT) y el Partido Progresista (PP) utilizaron Instagram como herramienta de precampaña en las elecciones municipales de 2020 en Picos - Piauí. Para la revisión bibliográfica se utilizaron nombres como Levy (1999), Recuero (2009), Castells (2019). La metodología utilizada fue la investigación bibliográfica, análisis de contenido, método comparativo con enfoque cuantitativo-cualitativo.

Palabras clave: Internet. Redes sociales. Instagram. Elecciones 2020. Convergencia.

Recebido em: 02/09/2022

Aceito em: 21/10/2022

MULHERES NEGRAS E OPRESSÕES INTERSECCIONAIS: RACISMO, SEXISMO E CLASSISMO NO BIG BROTHER BRASIL

Patrícia de Souza Nunes¹
Suevellyn Cassimiro Sales²

RESUMO

O artigo busca refletir sobre cruzamentos de opressões no Big Brother Brasil, da TV Globo. Tem como *corpus* edições de 2020 a 2022, com mulheres negras em suas narrativas. Realizamos análise descritiva de vídeos e comentários sobre o *reality*, recorrendo à noção de *escrivência* e acionando pensadoras do feminismo negro e da interseccionalidade. Consideramos que o BBB reproduz midiaticamente opressões interseccionais e discursos de violência, discriminação e subordinação de mulheres negras.

PALAVRAS-CHAVE

Big Brother Brasil. Opressões interseccionais. Mulheres negras.

1 INTRODUÇÃO

Este artigo tem como objetivo refletir sobre os cruzamentos de opressões midiaticizadas no programa Big Brother Brasil, da Rede Globo de televisão. A emissora brasileira é a maior rede de televisão comercial aberta do país, cobrindo cerca de 99,55% do total da população, e a segunda maior do mundo. O BBB, *reality show* da Globo que teve início no ano de 2002, finalizou sua 22ª temporada e teve como apresentadores Marisa Orth, Pedro Bial, Tiago Leifert e Tadeu Schmidt.

Com direção de José Bonifácio Brasil de Oliveira, Boninho, o programa conta com veiculação na tv aberta e canais de visualização paga pelo Pay-Per-View GloboPlay – 24 (vinte e quatro) horas por dia, nos 7 (sete) dias da semana – e perfil nas plataformas

¹ Mestra em Estudos da Mídia pela UFRN e Doutoranda em Comunicação pela UFPE. Bolsista Facepe. E-mail: patricia.nunes.ufrn@gmail.com.

² Mestra em Comunicação pelo PPGCOM da Universidade Federal do Ceará. Bolsista CAPES. E-mail: suecassimiro@alu.ufc.br.

digitais do Facebook (com 10,6 milhões seguidores), do YouTube (406 mil inscritos) e do Instagram (16,5 milhões de seguidores).

A partir do exposto, este estudo tem como *corpus* as edições de 2020, 2021 e 2022, que trazem participantes negras em suas narrativas midiáticas. Analisamos vídeos do programa e comentários nas redes sociais, cuja temática envolve opressões interseccionais tais como racismo, classismo, sexismo e transfobia, atrelados à trajetória das mulheres negras Thelma (BBB20), Karol Conká (BBB21); Jessilane, Natália, Maria e Linn da Quebrada – ou Lina, mulher trans (BBB22).

Realizamos uma análise descritiva recorrendo à noção de *escrevivência* de Conceição Evaristo (2008), acionando pensadoras do feminismo negro e da interseccionalidade como Lélia Gonzalez (1984), Carla Akotirene (2020), Djamila Ribeiro (2019), Winnie Bueno (2020) e Patricia Hill Collins (2019), com as noções de interseccionalidade, imagens de controle e lugar de fala.

Adotamos a *escrevivência* por compreender que podemos nos inserir no texto, mesclando as nossas experiências de vida com acontecimentos sociais. *Escrevivência*, segundo Evaristo (2008), é um processo criativo que nasce de dentro, são narrativas atravessadas por marcadores interseccionais de gênero, raça e classe. É a escrita de um corpo, de uma condição, de uma experiência negra no Brasil. É preciso que tenhamos o direito de contar nossas próprias histórias e, assim, romper com a lógica de opressão e o lugar de subalternidade. Já lugar de fala é o conceito desenvolvido pela filósofa negra Ribeiro (2019) e utilizado no sentido de situar a posição social no discurso.

O pensamento interseccional é, de acordo com a feminista negra Akotirene (2020), uma sensibilidade analítica, pensada por feministas negras cujas experiências e reivindicações intelectuais eram inobservadas tanto pelo feminismo branco quanto pelo movimento antirracista, a rigor, focado nos homens negros. Permitindo enxergar a colisão das estruturas, a interação simultânea das avenidas identitárias, encontramos nesses cruzamentos mulheres de cor, lésbicas, terciomundistas, interceptadas pelos trânsitos das diferenciações, dispostos a excluir identidades e subjetividades complexificadas, desde a colonização até a colonialidade.

Diretamente relacionado à teoria interseccional, o conceito de imagens de controle ou *controlling images* indica uma representação específica de gênero para

pessoas negras, que se articula a partir de padrões estabelecidos na cultura. Conforme Collins (2019), socióloga negra norte-americana, o sistema de poder que sustenta as imagens de controle possui estratégias de dominação que as propaga de maneira a culpabilizar as mulheres negras pelas injustiças sociais em que estão inseridas. Acionamos a imagem da Jezebel, de Collins (2019) e Bueno (2020), em articulação com a noção de Mulata, de Gonzalez (1984).

Entre essas injustiças a que estão submetidas, as mulheres negras sofrem com o racismo, uma estrutura fundamental das relações sociais, responsável por criar desigualdades e abismos em um sistema de opressões que nega direitos (Ribeiro, 2019). Transmitido pelos meios de comunicação de massa, reproduz e perpetua a crença de que as classificações e os valores da cultura ocidental branca são únicas, verdadeiras e universais (Gonzalez, 2020). Pensando a situação das mulheres negras no Brasil, a opressão do racismo é indissociável do sexismo e do classismo, produzindo efeitos violentos principalmente na vida de mulheres negras.

Como grupo, essas mulheres estão em uma posição peculiar na sociedade, pois compõem a base da pirâmide ocupacional e possuem *status* social inferior ao de qualquer outro grupo (Hooks, 2019). As mulheres negras carregam, social e historicamente, o fardo da opressão do racismo, do sexismo e do classismo.

O problema dessas imagens de controle no imaginário social é a ocorrência da naturalização de mulheres negras enquanto o Outro, gerando assim diversos prejuízos sociais e pessoais a essas mulheres (Bueno, 2020). Nesse sentido, a mídia apresenta roteiros importantes de gênero, classe, raça, etnia e sexualidade que trabalham juntos e se influenciam, como afirmam Collins e Bilge (2021). Ao analisarem as opressões interseccionais nos casos das atletas esportivas, as autoras alertam que as imagens midiáticas sustentam o sistema de opressão interseccional e:

[...] reiteram a crença de que os resultados desiguais entre quem vence e quem perde são normais dentro da competição do mercado capitalista. Eventos esportivos, concursos de beleza, *reality shows* e competição similares transmitem, com frequência, a ideia de que as relações de mercado do capitalismo são socialmente justas desde que haja *fair play*³ (Collins; Bilge, 2021, p. 24-25).

³ Em que cada um de nós temos acesso igual às oportunidades nas instituições sociais; que as competições são justas entre indivíduos e grupos e que os padrões de quem vence e perde são, em sua maioria, justos.

O Big Brother Brasil e outros *reality shows*, em geral, nos fornecem esses roteiros. Por isso buscamos aqui identificá-los e refletir sobre como as opressões interseccionais são apresentadas e recebidas pelo público do programa.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Como primeiro procedimento, a pesquisa realizou um levantamento nas plataformas GloboPlay e Youtube para a coleta dos vídeos das três temporadas do BBB, que ilustram casos de sexismo, racismo e classismo contra participantes negras. Ressalta-se que as edições foram escolhidas por serem as últimas acompanhadas pelas autoras deste artigo. Os comentários sobre as participantes e os casos de opressões foram coletados nas redes sociais digitais do programa e em páginas que comentam as edições, como Gshow, Portal na telinha, Leo Dias, Splash Uol, Notícias da TV, Gina Indelicada e RedeTV.

Após a seleção dos canais e páginas, realizamos *prints* (capturas de tela) dos comentários referentes às participantes no período de 18 de fevereiro de 2022 a 02 de agosto do mesmo ano. Para ilustrar os casos de opressão de mulheres negras, selecionamos o vídeo em que ocorreu o chamado Jogo da Discórdia⁴, com a participante Natália sendo agredida. Também escolhemos os casos de Linn da Quebrada, em que ela foi chamada pelo pronome *ele* e do cancelamento de Karol Conká. Além desses, apresentamos outros episódios de opressões interseccionais observados de 2020 a 2022.

Recorremos ao pensamento feminista negro para fundamentar o debate crítico, a leitura e a interpretação dos casos. Entendemos que, como mulheres, inseridas em contextos semelhantes – oriundas de famílias pobres e, no caso de Sales, negra –, somos todas, em determinados momentos, atravessadas pelo que assistimos nas edições analisadas.

⁴ A dinâmica consiste em fazer com que os participantes coloquem adjetivos, na maioria das vezes pejorativos, ou defeitos nos demais companheiros do programa (ao vivo), originando, em muitos casos, desavenças e brigas.

Esta pesquisa é documental e bibliográfica, em que utilizamos vídeos e fotografias e recorremos às bibliografias específicas sobre o assunto estudado. A respeito desta metodologia, Loizos (2015) afirma que a pesquisa social pode empregar dados imagéticos porque o visual e a mídia desempenham papéis importantes na vida social, política e econômica. Nesse sentido, por ser um fato social, os meios de comunicação não podem ser ignorados.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Constatamos que opressões interseccionais tais como racismo, sexismo e classismo são reproduzidas e reforçadas no BBB. Identificamos isso nos casos de Thelma, participante negra vencedora em 2020, médica, de origem popular que, mesmo ganhando o programa, tem pouca visibilidade e número inferior de seguidores (5,7 milhões) em comparação com a segunda colocada da temporada, Rafa Kalimann (22,7 milhões), mulher branca de classe alta. O racismo parte também da própria emissora, pois, enquanto Rafa é contemplada com um programa que leva seu nome, Casa Kalimann, Thelma é inserida apenas em pequenas participações no programa Bem Estar, apresentado pela jornalista Michelle Loreto. Uma cena chocante de racismo com Thelma acontece quando ela, no Castigo do Monstro, recebe a punição de ficar dentro de uma gaiola⁵, fazendo alusão direta aos castigos da escravização impostos às pessoas negras nas senzalas, nos porões de navios negreiros, nas favelas. Assim, identificamos discursos da audiência afirmando que ela não merecia ter ganhado o prêmio: “o programa não é caridade, é um lugar de jogar. Quem jogar melhor vence, simples”. Uma mulher negra de origem pobre não merece ganhar o programa?

Vimos outro caso de classismo⁶ em 2022, quando Tiago Abravanel se assusta por Jessilane considerar que um tênis de 150 (cento e cinquenta) reais é caro para sua realidade social. Neste episódio, participantes estão se arrumando para um evento e falam sobre *looks* que trouxeram para usar no programa. Tiago Abravanel, homem branco, de classe social alta, neto de Silvio Santos – apresentador e dono da emissora

⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=elnxx75pTGg&t=44s>.

⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ydyojJMSz-w>.

de televisão SBT, afirma de forma generalizada para Jessilane, mulher negra de origem popular e professora de biologia, que um tênis de 150 (cento e cinquenta) reais é barato. Jessi, como é chamada pelos outros integrantes, reage ao comentário: “[...] um tênis desse aqui é super legal, mas é caro.” Tiago, insistente, responde com tom de surpresa: “esse daqui? esse não”, ao que ela rebate: “pra mim é”.

“Quanto é barato um tênis pra você?”, continua Tiago Abravanel. Esta atitude expõe a participante Jessi a uma situação humilhante e de constrangimento, pois se ela já afirmou que este tênis é caro, ele ainda a força a dizer o quanto ela conseguiria pagar por um calçado.

Refletindo sobre a imagem de controle da Jezebel ou da Mulata, identificamos crítica reiterada ao comportamento da participante Natália, mulher negra com vitiligo, modelo e manicure, lida pelo sistema patriarcal, sexista e machista como um corpo vulgar, fora dos parâmetros sociais que controlam a sexualidade feminina, suas atitudes e seus comportamentos.

Percebemos nuances de outras imagens de controle impostas às participantes negras. No caso de Natália, a solidão da mulher negra é observada quando ela tenta se relacionar com o participante Lucas, homem branco heterossexual, que, embora corresponda ao afeto inicialmente, a troca por Eslovênia, mulher branca, Miss Pernambuco, que está no padrão aceito socialmente para uma relação entre pares. Há ainda linchamento midiático provocado pelo Jogo da Discórdia⁷ (ver Figura 1), dinâmica do programa, em que Natália sofre diversas acusações, de quase todos os integrantes, pelas leituras de seu comportamento. Neste dia, ao vivo, o seu corpo, negro, foi o mais agredido, jogaram sobre ela água suja e sua cabeça foi atingida com um balde por Maria, mulher negra periférica, que foi expulsa do *reality*.

⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=3s3sH5TPjiM&t=299s>.

Figura 1 - Maria agride Natália no Jogo da Discórdia



Fonte: canal do BBB no *Youtube*, 2022

Interessante observar que entre os comentários analisados com respeito a esse episódio de agressão envolvendo Maria e Natália, identificamos os seguintes comentários de opressão no Instagram e no canal do Youtube oficiais do BBB: “mais uma feminista tosca ensinando a fazer errado”; “vem ser agressiva aqui fora [mensagem direcionada a Maria, expulsa após o caso]”; “então [,] né [,] agora a Natália está se fazendo de coitada, aquilo [a baldada] nem doeu direito, ela [Maria] pediu desculpa até [,] vcs deveriam tirar a Natália (ñ é racismo)”. Há convivência da produção do programa em relação às opressões interseccionais de raça, gênero e classe e, ao mesmo tempo, nítidos violência e julgamento por parte do público com as duas mulheres negras do *reality*.

Para além desses comentários de opressão, em especial com a Natália, chama atenção o discurso da apresentadora de TV Sônia Abrão⁸, mulher branca de classe alta, que ilustra bem características da sociedade machista em que impera a narrativa de que as mulheres não podem ter iniciativa em uma relação entre pares e, ao interseccionar isso com a questão de raça, a mulher negra é vista como depravada; tem sua sexualidade negada e, ao mesmo tempo, julgada por tomar esse tipo de iniciativa.

Nos casos em que a apresentadora comenta o comportamento da Natália em festas do BBB, ela é criticada por beber, por falar alto, por ser sensual. Ela é taxada por Sônia como pessoa sem educação, sem modos, não sociável. A agressora afirma que Natália fez de Eliezer, participante com quem teve relações íntimas na casa, seu “objeto

⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=hQDgiGvpKao>.

sexual”, ignorando ou desconhecendo a condição de solidão da mulher negra, que é frequentemente preterida como parceira nos relacionamentos. Em muitos casos, mulheres negras são usadas como objeto sexual enquanto mulheres brancas são assumidas como parceiras publicamente e escolhidas para relacionamentos estáveis. Esta condição remete ao que a intelectual negra Gonzalez (1984) denominou de “concubinagem”, uma espécie de concubinato com *sacanagem*. Quando há apenas sexo, não há entraves para a relação com mulheres negras. Contudo, há choque social quando elas são alçadas a parceiras estáveis nos relacionamentos.

Ainda na temporada de 2022, detectamos racismo e transfobia com Linn da Quebrada – ou Lina –, mulher negra de origem pobre, atriz, cantora e ativista social, no episódio⁹ em que Laís, mulher branca e médica, faz um comentário racista sobre seu cabelo crespo trançado: “olha que linda, prefiro você assim do que com aquela porra de trança” e com a insistência de participantes de chamarem Lina pelo pronome *ele*, quando ela, uma mulher trans, tem tatuado na testa o pronome feminino *ela* (ver Figura 2).

O comentário racista sobre o cabelo de Lina acontece em uma confraternização após a cantora retirar suas tranças e assumir seu cabelo curto e crespo. Cercada por Larissa, Eslovênia, Jade e Laís, mulheres brancas, magras, de cabelo liso e longo, Lina ouve de Laís a frase transcrita no parágrafo anterior. Lina sofre racismo, transfobia e é desumanizada a ponto de Laís, na ocasião, se dirigir a ela na terceira pessoa, falando como se ela não estivesse presente. O fato ilustra, por um lado, a imposição dos padrões estéticos brancos e, de outro, a coragem de assumir cabelos crespos e cacheados, símbolos de luta e resistência da população negra.

⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=sOPRmxI7DCc>.

Figura 2 - Lina explica ao vivo por que deve ser chamada pelo pronome *ela*¹⁰



Fonte: *GloboPlay*, 2022

O caso de transfobia¹¹ contra Lina tem como autora a participante Eslovênia, também conhecida por Eslô, mulher branca, cis e heterossexual, e se deu da seguinte forma: reunidos na mesa, Eslovênia se dirige a Lina pelo pronome masculino *ele*¹². Para a participante cis, é justificável chamá-la pelo pronome *ele*, ainda que Lina explicitamente performe feminilidade e tenha tatuado em seu rosto o pronome *ela*, como reforço de sua identidade de gênero. Ao ser imediatamente corrigida por Lina, Eslovênia repete o pronome *ela* em tom de deboche.

A Figura 2 apresenta a cena em que Lina é convocada para explicar o motivo de ter tatuado o pronome feminino em sua testa. Nesta noite, o apresentador do programa não nomeia a autora da violência: as câmeras do programa ocultam o rosto de Eslovênia e Lina é obrigada a ensinar sozinha como não cometerem novamente o crime de transfobia¹³.

O acobertamento do episódio transfóbico é tamanho que ignoram o fato de a transfobia ser crime e que deveria resultar na expulsão de Eslovênia. Não há, para a posteridade, registro de autoria, visto o que vídeo deste caso de opressão não está disponível nas plataformas digitais do programa. Vale ressaltar que a autora da

¹⁰ Ver em: <https://globoplay.globo.com/v/10234310/>.

¹¹ A transfobia é um tipo de preconceito e discriminação semelhante ao racismo e sexismo, e várias formas de opressão podem se interseccionar com a transfobia.

¹² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=x7nobl11Bjl>.

¹³ A Comissão de Direitos Humanos da Câmara dos Deputados aprovou projeto que criminaliza a homofobia e a transfobia (PL 7582/14) em 2019. Na íntegra em: <https://www.camara.leg.br/noticias/559453-direitos-humanos-aprova-criminalizacao-da-homofobia-e-da-transfobia>.

violência, Eslovênia, faz parte de um sistema branco, cis e heterossexual. Mesmo não sendo homem, continua desfrutando de privilégios que embutem poder de validação social.

Com respeito aos comentários direcionados à participante Lina por parte do público, foram identificadas as seguintes ofensas e opressões: “nasceu foi ele e não ela[,] então é ele”; “na verdade sempre vai ser ele[,] nunca vai ser mulher”; “se ela tem ela na testa, no corpo tem ele”; “Globo sendo Globo”; “quando conseguir engravidar eu chamo de ela”; “pra mim vai ser sempre ele”. Fazendo alusão a outro momento, em que Lina beija a participante Maria¹⁴ em uma festa da casa, o público comete mais transfobia, discriminação e homofobia com os seguintes comentários: “travesti é pra pegar mulher?”; “vai entender, que lombra é essa kkk”; “coisa nojenta”; “ué mulher trans gosta de mulher? Enta lacração nesse mundinho moderno”.

Na edição de 2021, observamos episódios de racismo envolvendo a participante Karol Conká, mulher negra, *rapper* e compositora, a partir da imposição dos estereótipos da mulher negra arrogante e agressiva. Comparando essa suposta agressividade de Karol, estendendo a análise a Maria, participante de 2022, essa imagem de controle não é imposta a participante Jade, mulher branca, de olhos azuis, família rica, que também carrega traços que podem ser lidos como agressividade e arrogância, mas passam despercebidos por outros companheiros da casa e do grande público, por conta de sua cor e posição social. Outro ponto a ser destacado na temporada de 2021 é o cancelamento da Karol Conká pelo público em virtude de atitudes suas no BBB – ela é eliminada com 99,17% dos votos, o maior índice de rejeição da história do programa¹⁵ (Figura 3).

¹⁴ Ver em: <https://www.youtube.com/watch?v=WnUBeFDbUXU>.

¹⁵ Ver em: https://www.youtube.com/watch?v=ojUvpSIA_Cg.

Figura 3 - Karol Conká é eliminada com 99,17% dos votos



Fonte: canal do BBB no Youtube, 2022

Chama atenção também, na edição com a Karol Conká, exploração, por parte da edição do programa, de características da cantora de se posicionar de forma *debochada*, *caricata*, *intensa*. O programa usa dessas atitudes para defini-la como uma mulher negra agressiva e violenta, ou seja, como a vilã daquela edição. Por que será que participantes brancas, dessa e de outras edições do BBB, com características semelhantes, não foram colocadas nessa mesma posição? Percebemos que esse cancelamento da Karol Conká, com tamanho recorde de rejeição, vai além do julgamento de suas ações no programa: reflete, em grande medida, a liberdade de a sociedade racista, sexista, classista de estar constantemente subjugando, condenando, apontando erros e castigando as mulheres negras.

E isso demonstra o quanto as mulheres negras são indesejadas, rejeitadas e vistas como não sociáveis; espera-se ansiosamente por seus deslizes. Certa vez, Sales escutou que a sociedade racista está sempre à espreita, com o chicote na mão, pronta para açoitar pessoas negras em seus momentos de equívoco. Pessoas não podem falhar? Pessoas negras não podem falhar? Pessoas negras não são pessoas? (Sales; Nunes, 2022, p. 75).

As opressões interseccionais nos episódios selecionados são de fácil e imediata identificação e constante reiteração. O lugar alocado às mulheres negras no Big Brother Brasil é o de sempre: o do racismo, do sexismo, do classismo. E quando se intersecciona com a identidade de gênero, vemos que a participante negra trans Linn da Quebrada sofre transfobia. Para além da análise dos vídeos divulgados pelo programa e outros sites, que nos permitiu identificar opressões interseccionais no BBB, a leitura de

comentários do público sobre Thelma, Jessilane, Natália, Maria, Linn da Quebrada e Karol Conká, aqui estudadas, evidenciou convivência e convergência com ações e pensamentos discriminatórios contra participantes negras.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Consideramos que o BBB reproduz midiaticamente opressões interseccionais, como racismo, sexismo, classismo e transfobia nos casos de Thelma, Jessilane, Natália, Maria, Linn da Quebrada e Karol Conká, nas edições de 2020 a 2022, e que as dinâmicas do *reality*, como Jogo da Discórdia e Castigo do Monstro, alimentam discursos de violência, discriminação e subordinação de mulheres negras.

Com relação ao posicionamento do público do programa, identificado nas plataformas digitais consultadas, observamos que reproduzem opressões semelhantes às proferidas por integrantes brancos e brancas da casa contra participantes negras. O caso de agressão com a participante Natália repercutiu midiaticamente de forma negativa; o episódio com Maria, cuja expulsão foi aclamada pelo público, surtiu como punição ao seu corpo negro; o tratamento transfóbico destinado à Linn da Quebrada, em especial por parte da audiência, refletiu o conservadorismo com e a condenação a todo e qualquer corpo que foge dos padrões sociais preestabelecidos; o racismo destilado a Karol Conká, por parte do público, e a introjeção da imagem de controle da mulher negra agressiva e raivosa, conforme Collins (2019) e Bueno (2020), por parte do programa.

Além disso, a não aceitação da vitória da Thelma, em 2020, por parte do público, reforça o imaginário racista e classista de que um corpo negro não pode ascender socialmente, fato que nos faz recordar do comentário sexista de Sônia Abrão sobre Natália, ao proferir que seu lugar é no carnaval, *sambando na passarela*. Esta narrativa dá suporte a imagem de controle da Jezebel (Collins, 2019) e da Mulata (Gonzalez, 1984), a partir do imaginário da mulher negra hiperssexualizada. Já com Jessilane, tomando o conceito de lugar de fala (Ribeiro, 2019) e inserindo o atual contexto de crise econômica global, a afirmação de que um tênis de 150 (cento e cinquenta) reais é barato reflete a despolitização e falta de consciência social por parte de Tiago Abravanel.

Constatamos, portanto, que a produção do programa, parte do público e os participantes do *reality* reiteram opressões interseccionais.

REFERÊNCIAS

AKOTIRENE, C. **Interseccionalidade**. São Paulo: Editora Jandaíra, 2020.

BUENO, W. **Imagens de controle**: um conceito do pensamento de Patricia Hill Collins. Porto Alegre: Zouk, 2020.

COLLINS, P. H.; BILGE, S. **Interseccionalidade**. Tradução Rane Souza. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2021.

COLLINS, P. H. **Pensamento feminista negro**: conhecimento, consciência e a política de empoderamento. São Paulo: Boitempo. 2019.

EVARISTO, C. **Becos da memória**. 3. ed. Rio de Janeiro: Pallas, 2008.

GONZALEZ, L. Racismo e sexismo na cultura brasileira. **Revista Ciências Sociais Hoje**, 1984, pp. 223-244.

GONZALEZ, L. Por um feminismo afro-latino-americano. In Flávia R. & Márcia L. (Orgs.). **Por um feminismo afro-latino-americano**: ensaios, intervenções e diálogos. Rio de Janeiro: Zahar, 2020.

HOOKS, B. **Teoria feminista**: da margem ao centro. Tradução de Rainier Patriota. São Paulo: Perspectiva, 2019.

LOIZOS, P. Vídeo, filme e fotografias como documentos de pesquisa. In: Bauer, M. W; Gaskell, G. (Orgs.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático (pp. 137-155). Petrópolis: Vozes, 2015.

RIBEIRO, D. **O que é lugar de fala?** Belo Horizonte: Letramento, 2019.

SALES, S. C.; NUNES, P. S. Mídia feminista negra: uma análise das narrativas interseccionais produzidas no Kilombas Podcast. **Temática**, n. 3, mar. 2022, pp. 64-80, 2022.

Black women and intersectional oppressions: Racism, sexism and classism in Big Brother Brasil

ABSTRACT

The article seeks to reflect on the intersections of oppressions in BBB from TV Globo. It has as *corpus* editions from 2020 to 2022, with black women in their narratives. We conducted a descriptive analysis of videos and commentaries on the reality, resorting to the notion of *escrevivência* and using thinkers of black feminism and intersectionality. We consider that BBB reproduces intersectional oppressions and discourses of violence, discrimination and subordination of black women.

Keywords: Big Brother Brazil. Intersectional oppressions. Black women.

Mujeres negras y opresiones interseccionales: Racismo, sexismo y clasismo en Big Brother Brasil

RESUMEN

El artículo busca reflexionar sobre las intersecciones de opresiones en BBB, de TV Globo. Tiene como *corpus* ediciones de 2020 a 2022, con mujeres negras en sus narrativas. Realizamos un análisis descriptivo de videos y comentarios sobre el reality, recurriendo a la noción de *escrevivência* y utilizando pensadores del feminismo negro y de la interseccionalidad. Consideramos que el BBB reproduce opresiones interseccionales y discursos de violencia, discriminación y subordinación de las mujeres negras.

Palabras clave: Big Brother Brasil. Opresiones interseccionales. Mujeres negras.

Recebido em: 20/09/2022
Aceito em: 03/10/2022

O ESTÍMULO DE VIOLÊNCIA E PAZ EM DISCURSOS MIDIÁTICOS SOBRE QUESTÕES RACIAIS NO BRASIL

Lucas Arantes Zanetti¹

RESUMO

Este artigo debate a produção de sentidos midiáticos sobre questões raciais e a relação com os processos deliberativos próprios da esfera pública midiaticizada, com enfoque nos estudos em Jornalismo para a Paz e deliberação online. Nosso estudo realiza análise da primeira notícia publicada sobre o Caso Miguel (criança de cinco anos que sofreu abandono de incapaz, por parte da empregadora de sua mãe, resultando em morte), no portal G1 e a posterior discussão e interação sobre o caso na publicação do portal no Twitter. Para análise da notícia, utilizamos a metodologia do Jornalismo para a Paz, tendo em vista aferir se a construção de sentidos é feita ou não com base em uma comunicação orientada para a paz segundo os critérios próprios desta abordagem. Em um segundo momento, utilizamos a metodologia de avaliação da qualidade da deliberação no ambiente online (DQI) por meio das categorias de Justificação, Reciprocidade, Reflexibilidade e Respeito, para compreender os desdobramentos e interações a partir da notícia. O resultado atingido aponta para a importância da contextualização e da abordagem de questões relacionadas à raça e classe no jornalismo para a construção de narrativas que sejam efetivas na circulação de sentidos voltados para a paz.

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo para paz. Violência. Deliberação. Midiatização.

1 INTRODUÇÃO

O Esta publicação foi motivada por uma série de discussões sobre a abordagem do jornalismo quando sua agenda inclui a questão racial no Brasil — em específico, as formas de violência estrutural e simbólica cometida pela imprensa contra pessoas negras, contribuindo para a construção de sentidos discriminatórios e que apagam as marcas do período escravocrata e suas consequências para as formas modernas de racismo, além do posterior debate de sujeitos na esfera pública em processos que caracterizam a midiaticização.

A necropolítica refere-se às ferramentas de poder que decidem sobre a vida ou a morte dos indivíduos na sociedade (MBEMBE, 2018). Assim, o modo com o qual o Estado age, por meio de aparatos de segurança pública como a Polícia Militar e a Justiça, objetiva a garantia

¹ Doutorando em Comunicação, Universidade Estadual Paulista. E-mail: lucas.zanetti@unesp.br.

da manutenção da violência sobre os corpos acêntricos e se configura como uma nova forma de dominação, pautada pela destruição e pela criação dos “mundos de mortes”. Tais ferramentas são exemplificadas a partir das operações policiais em favelas e dos dados sobre as vítimas de homicídio no Brasil: segundo o mais recente levantamento do Atlas da Violência (CERQUEIRA; BUENO, 2020), são jovens (53% das vítimas) e negros (75,7%).

Os estudos em deliberação encontram aportes na comunicação na medida em que é reconhecida a importância dos conteúdos e produções da comunicação e da mídia como elementos estruturantes das esferas sociais, políticas, econômicas e da cultura (BRAGA, 2006). A circulação de sentidos que se ressignificam na esfera social, ainda que possuam origens midiáticas com intencionalidades por parte dos que os produzem, é uma das ideias centrais na teoria da mediatização.

Assim, este artigo faz uma análise e uma comparação acerca dos estímulos de violência e paz a partir dos discursos envolvendo questões raciais publicados pelo portal G1, bem como através da recepção e interação dos leitores no espaço de deliberação online em contato com o perfil do veículo na rede social Twitter.

Optamos por analisar um conteúdo de temática racial que estivesse em evidência na esfera pública no momento da elaboração do artigo. A partir de recorte temporal sobre a agenda midiática, identificamos as notícias sobre a morte de Miguel Otávio Santana da Silva, 5 anos, após cair do 9º andar de um prédio de luxo no município de Tamandaré (PE), onde sua mãe, Mirtes Renata Santana de Souza, trabalhava como doméstica. Antes do ocorrido, Miguel estava sob a responsabilidade da empregadora de Mirtes, Sari Gaspar Côrte Real, enquanto a doméstica exercia uma das muitas funções e passeava com o cachorro.

Sari Côrte Real foi presa em flagrante por homicídio culposo e pagou a fiança de R\$20 mil reais para responder em liberdade (ALMA PRETA, 2020). O primeiro parecer da Polícia Civil foi de negligência da parte da acusada. Cerca de um mês depois, em 1º de julho, foi anunciado o fim do inquérito policial que concluiu pelo indiciamento de Sari Côrte Real, por abandono de incapaz que resultou em morte (ALVES, 2020). Na manhã do dia 14, o Ministério Público de Pernambuco formalizou a denúncia contra Côrte Real à Justiça (GAMA, 2020). Na mesma noite, o despacho comunicando o aceite da Justiça do Estado foi assinado, tornando a denunciada ré em um processo criminal.

Embora uma leitura superficial possa conduzir à descrição do caso como um acidente pontual, restringir a discussão judicial sobre a conduta negligente da pessoa denunciada seria ignorar os contextos social, cultural e racial em que está inserida. Escolhemos o caso em questão por reconhecermos ser ele consequência de uma forma de violência diferente da ordem física e pessoal. Pelo contrário: assumimos decorrência direta tanto de condições socioestruturais desiguais entre a vítima (uma criança negra, filha de uma trabalhadora doméstica) e a denunciada (uma mulher branca, primeira-dama da cidade onde reside), quanto pelos discursos e narrativas culturais que sustentam a mentalidade de ambas as partes.

2 AS TRÊS FACES DA VIOLÊNCIA

Longe de ser configuração accidental, a concentração de poderes na mão de poucos em detrimento de muitos vai ao encontro da estrutura social descrita por Johan Galtung, importante pesquisador dos Estudos para a Paz. Para o sociólogo norueguês, os esquemas de exploração seriam sustentados pela divisão entre “dominadores” e “oprimidos”, na qual aqueles teriam maior acesso a benefícios estruturais do que estes (GALTUNG, 1985). Essa diferença de oportunidades e condições é em si mesma uma violência, que Galtung nomeia violência estrutural.

Em oposição à vertente direta e ou pessoal do fenômeno na taxonomia galtuniana, a violência estrutural traz contribuições substanciais para compreender as situações de violação de direitos fundamentais que se dão de maneira indireta, nas quais não é possível identificar o responsável pela agressão. Além disso, o conceito desloca o foco de análise da esfera individual para a macroestrutura, através da “crítica das estruturas preñes de violência” (GALTUNG, 1985, p.68).

Complementando as vertentes direta e estrutural, Galtung acrescenta o conceito de violência cultural à teorização sobre o fenômeno (FERREIRA, 2019, p. 70). Situada no terreno do simbólico, esta forma de violência abrange os aspectos culturais através dos quais se legitimam as agressões de ordem direta e estrutural. À guisa de exemplo, o pensador norueguês traz a religião, a ideologia, a linguagem e a arte. As três vertentes (direta, estrutural

e cultural) “se conectam e complementam dentro de um círculo vicioso” (GALTUNG, 1985, p.71), garantindo a manutenção da estrutura social hegemônica.

A partir da cobertura jornalística da morte de Miguel Otávio, caso escolhido como objeto desta investigação, entendemos que acontecimentos atípicos na rotina de Mirtes Renata, proporcionados pelas medidas de isolamento social em resposta oficial à Pandemia do Covid-19, acarretaram na presença de Miguel no local do acidente, devido à necessidade de acompanhar a mãe durante o expediente.

Levando em consideração as definições galtungianas de violência, é possível perceber violações contra a integridade da família da vítima nos três âmbitos propostos por Galtung. Dentre as ocorrências pontuais que culminaram na morte de Miguel, o fato de Mirtes Renata continuar trabalhando durante a pandemia da Covid-19, contrariando as diretrizes recomendadas em nota técnica do Ministério Público do Trabalho (BALAZEIRO et. al, 2020) quanto aos serviços domésticos, se destaca por refletir o contexto sócio-estrutural desigual entre estes empregadores e empregadas. Não à toa, o caso Miguel motivou investigações acerca da situação das trabalhadoras domésticas brasileiras durante a pandemia, relatando “denúncias de mulheres que estão sendo coagidas a trabalhar, sob pena de demissão” (CÍCERO, 2020).

Aliados a uma cultura com fortes marcas do período escravocrata, a violência estrutural sofrida por essa classe é legitimada no meio social por valores e costumes enraizados e compartilhados desde então. A “herança escravagista e racista” é apontada em nota em resposta à morte de Miguel, assinada por cerca de 17 entidades ativistas em prol dos direitos humanos e da luta antirracista.

Por fim, na esfera direta e pessoal da violência, temos a negligência por parte da atuada Sarí Côrte Real, ao abandonar no elevador uma criança cuja “guarda momentânea era a responsável legal”, como confirmado pelo delegado encarregado do caso, Ramón Teixeira, em entrevista coletiva no dia seguinte ao ocorrido (MAGRI, 2020). É importante ressaltar que, embora a agressão contra Miguel não tenha sido da ordem física, como via de regra é reduzido o fenômeno da violência, tal característica não exime a responsabilidade da atuada, tampouco pode ser relativizado com base nessa e em outras ordens de violações de integridade.

As ferramentas de dominação dos corpos acêntricos manifestadas (a necessidade de a mãe sair de casa para trabalhar com o filho pequeno e o descaso no cuidado da criança por parte da patroa) demonstram uma ação necropolítica (MBEMBE, 2018), pois, ainda que indiretamente, expôs mãe e filho ao risco de vida. Não houve cuidado com os dois porque não são sujeitos que importam ao Estado e, por isso, são violentados de muitas formas.

3 COMUNICAÇÃO E JORNALISMO PARA A PAZ

Sobre as características da produção jornalística hegemônica, é perceptível a superficialidade e a descontextualização da cobertura exibida pelos meios convencionais, alinhados aos interesses econômico-empresariais e de controle social (SALINAS, 2014). A abordagem utilizada gera medo e distanciamento, na medida em que os veículos de comunicação tradicionais são fascinados “pelo acontecimento e suas múltiplas descrições, dando voltas ao fato sem conseguir maiores explicações” (ALFARO, 2010, p. 77, apud SALINAS, 2014, p.74).

Assim, a violência ganha destaque próprio na agenda midiática dada à intrínseca relação entre o jornalismo hegemônico e a chamada cultura da violência (CABRAL; SALHANI, 2017). Dentre as contribuições sobre o tema por parte do Jornalismo para a Paz, está a percepção da atribuição de noticiabilidade a critérios como teor bélico e abrangência de conflitos (LYNCH, 2010). De fato, fatores como a banalização da violência e a concentração de poder pelas classes dominantes ditam as características prevaletentes da atuação midiática sobre conflitos armados (MARÍN, 2011).

Em resposta a esse paradigma, o Jornalismo para a Paz surge com a “reivindicação da necessidade de novos esquemas, práticas e rotinas profissionais” (SALINAS, 2014, p. 59). Essa reformulação profissional tornaria conectados jornalistas, fontes e as decorrências da abordagem por eles empregada, permitindo, assim, “alcançar equilíbrio, igualdade e rigor em coberturas jornalísticas” (LYNCH; MCGOLDRICK, 2000, apud SALHANI; CABRAL, 2017, p. 9).

O primeiro a cunhar o conceito Peace Journalism foi Johan Galtung, em 1961 (HERNÁNDEZ, 2011, apud SALINAS, 2014). A partir das disposições do autor e de outros que se debruçaram sobre o tema, destacamos quatro critérios para avaliar o esforço dos meios de comunicação ao desenvolverem o enfoque do jornalismo para a paz: a) fomentar a denúncia ativa de injustiças (bem como o efeito das denúncias na transformação da violência); b) assegurar a inclusão de conteúdos positivos (que manifestem avanços) na cobertura midiática; c) adotar enfoque includente e diverso ao selecionar tanto temas quanto fontes jornalísticas; e d) contextualizar os processos e os conflitos retratados, verificando a presença de informações necessárias para “realizar um tratamento em profundidade dos

acontecimentos” (SALINAS, 2014 p. 74). Para a presente investigação, os aspectos em torno deste último critério (contextualização de conflitos, bem como de seus desdobramentos) serão centrais.

4 INTERAÇÃO E DELIBERAÇÃO ONLINE

Uma das definições de Interação no Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa é “5. soc conjunto das ações e relações entre os membros de um grupo ou entre grupos de uma comunidade” (2009, p. 1095). O conceito também é definido como “ação mútua, influência recíproca entre dois elementos”; ou como “veículo fundamental para a transmissão dinâmica do conhecimento cultural e histórico” (GARTON, 1997).

Em consonância com a ideia de transmissão do conhecimento cultural e histórico, a ideia de “grupo” e de “comunidade” nos leva, para nossos propósitos, a refletir sobre a influência recíproca — que ocorre em diferentes contextos e em grupos com posicionamentos variados. Em sociedades complexas e midiáticas (BRAGA, 2006), além das preferências ideológicas e a bagagem socioeconômica e identitária, também é preciso considerar os contextos tecnológico e comunicativo, que dizem respeito à ferramenta utilizada para que a interação ocorra e, também, qual é seu ponto de partida.

A interação sempre tem um caráter social e necessariamente ligado ao processo comunicativo, sendo assim “aquela ação que tem reflexo comunicativo entre o indivíduo e seus pares, como reflexo social” (RECUERO, 2009, p.31). Ou seja, é a partir da interação que se produz novas formas de conhecimento (empíricos ou não), valores, contratos sociais e, em última instância é a forma com que a opinião pública é construída:

Finalmente, a interação mediada pelo computador é também geradora e mantenedora de relações complexas e tipos de valores que constroem e mantêm as redes sociais na Internet. Mas mais do que isso, a interação mediada pelo computador é geradora de relações sociais que, por sua vez, vão gerar laços sociais (RECUERO, 2009, p. 36).

A interação passa a ser conceito-chave nos estudos deliberacionistas, especialmente com relação à deliberação online. O próprio Habermas (1997), autor de referência sobre a questão deliberativa, aposta na interação discursiva entre os cidadãos e os representantes para a formação da opinião — sem deixar de lado o reconhecimento de direitos e liberdades individuais.

Existe, evidentemente, uma série de contribuições de autores como Maia (2012), que defende a inclusão da emoção, da retórica e das narrativas pessoais no debate deliberativo online e offline, bem como autores como Mouffe (2003) e Sodré (2006), que criticam as teorias que levam em conta

somente a racionalidade na ideia de esfera pública. Os autores defendem que as paixões e as esferas íntimas estão ligadas às construções ideológicas e também à opinião.

Com relação à deliberação online, é evidente que a forma mais recente ainda busca se consolidar enquanto objeto de estudo e tem ganhado muito espaço na comunicação. A internet prova, sucessivamente, ser protagonista das esferas social, econômica e política nos dias atuais, adquirindo, inclusive lógica e linguagem própria (JENKINS, 2009; STROMBACK, 2014). Portanto, a compreensão de suas dinâmicas é fundamental para os trabalhos que buscam compreender a comunicação e as dinâmicas sociais contemporâneas.

Destacamos que existem ao menos 5 objetivos primários: 1) comparação entre deliberação online e offline com viés empírico; 2) análise da qualidade do debate que surge espontaneamente entre os cidadãos interessados e compreender as características gerais que facilitam e dificultam o debate; 3) o terceiro modelo citado concerne à deliberação em fóruns e instituições públicas e governamentais, bem como a eficiência e níveis de participação; 4) a investigação de como o design e a estrutura afetam a deliberação e os debates como um todo; 5) os mapas deliberativos criados por softwares, a partir de codificação manual (SAMPAIO et. al., 2012). Para nossa análise, o objetivo número dois parece ser o mais adequado para atingir os objetivos propostos pelo artigo.

Nesse sentido, o jornalismo é a origem para diversos discursos que circulam na esfera pública midiaticizada (BRAGA, 2006). No que concerne ao papel do jornalismo, no contexto da esfera pública, considera-se que lhe é reservado um espaço de centralidade, uma vez que é responsável por fornecer informações, opiniões e instrumentos apropriados pelos sujeitos para a constituição do debate público ocorrido nestes ambientes por meio de trocas argumentativas (MAIA, 2008). O que justifica, portanto, a escolha dos conteúdos jornalísticos como ponto de partida para a pesquisa.

5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Optamos por adotar a metodologia proposta por Sampaio (et. al., 2012) que avalia a qualidade deliberativa no ambiente online. No entanto, para a compreensão de como o estímulo de violência ou de paz pode inferir no debate público mediado por notícias e levando em conta o recorte racial e de classe aqui proposto, julgamos necessário inserir outras categorias que abarquem tais elementos. O jornalismo para a paz também parece partir de pressupostos e categorias de análises que nos auxiliam na compreensão desse processo.

Dessa forma, selecionamos o G1, veículo hegemônico do Grupo Globo, com grande alcance nacional e que possui o meio online como uma das principais plataformas de veiculação de notícias com o propósito de ser jornalístico. Considerado um dos maiores portais de notícias do país, tendo

ultrapassado 100 milhões de acessos únicos, escolhemos o referido veículo por acreditar que a interação por parte dos consumidores de seu conteúdo, tanto com o veículo como entre eles próprios, seja evidenciadora dos estímulos de violência e de paz e de qualidade deliberativa que investigamos.

Para eleger a notícia objeto de análise deste artigo, os critérios foram: 1) ser o primeiro relato do Caso Miguel e apresentar brevemente seus desdobramentos; 2) ter debate entre sujeitos na caixa de comentários dos veículos, seja na seção dedicada a este fim no sítio online, usualmente após a notícia; seja no post do perfil correspondente a rede social Twitter.

De início, para cumprir o objetivo de aferir a origem de estímulos de paz e violência em narrativas jornalísticas, optamos por criar categorias com base nos estudos de jornalismo para paz, conforme apontam Cabral e Salhani (2017), com o objetivo de investigar as notícias e contextualizar os veículos escolhidos. Assim, podemos ter uma visão ampla desde o tipo de conteúdo veiculado até o debate que se sucede entre os sujeitos no processo deliberativo. Optamos por algumas delas:

1. contextualização;
2. efeitos do conflito;
3. linguagem (vitimizadora, incitadora de medo ou de ódio).

Também pretendemos levar em consideração a ambientação, a humanização dos sujeitos envolvidos e os recortes de classe e raça expressos nas marcas de opinião e os efeitos de linguagem dos conteúdos analisados.

Das categorias propostas por Sampaio (et. al 2012), que investigam a qualidade deliberativa em ambientes online, optamos por aquelas que melhor se enquadram em nossa proposta neste estudo:

1. Justificação: trata-se da lógica racional, justificativa acessível e comum construída com base em um discurso argumentativo. É preciso que haja informações externas, citação de experiências, tentativa de se fazer entender de forma racional e disposição ao diálogo;
2. Reciprocidade e flexibilidade: ato de ouvir e responder o outro, levá-lo em consideração de maneira propositiva e refletir sobre o que tem a dizer na formulação da opinião. Para os autores, se não há reciprocidade, há monólogo. Portanto é importante para a qualidade;
3. Respeito: entendido como a forma com que um sujeito se refere ao outro, nas palavras ditas e na maneira de dizê-las. Respeito à identidade e ao “ser” do outro.

6 RESULTADOS

Conforme os apontamentos das categorias do Jornalismo para a Paz, iniciamos pela análise da primeira categoria, a partir da contextualização noticiosa do caso. A notícia “Criança de 5 anos morre após cair do 9º andar de prédio no Centro do Recife”, publicada em 02 de junho, é a primeira do portal

G1 sobre o assunto. Conforme as subdivisões do portal em seções por região e temas, a notícia foi veiculada pelo G1 Pernambuco, porém postada na conta principal do Twitter do G1 (de maior alcance).

Por ser a primeira notícia sobre a questão, poucas informações estavam disponíveis. Não havia certezas quanto ao abandono de Miguel por Sari ou detalhes de como os fatos se desdobraram (ainda que as imagens da câmera do elevador já fossem citadas, indicando que Miguel teria apertado os botões do elevador ao nono andar).

Como categoria de “Efeitos dos Conflitos”, de acordo com a metodologia do Jornalismo para a Paz, realizamos a seguinte análise: a matéria possui informações técnicas, como a altura que a vítima caiu, o trajeto que teria feito até o nono andar, os rastros deixados. As fontes ouvidas foram o perito e a Polícia Militar. Um dos grandes efeitos do conflito consiste no fato da reportagem não ter investigado — sequer especulado, de início, sobre onde a mãe de Miguel trabalhava durante o acidente. Tal postura evidencia pressupostos racistas que contribuem para a construção de sentidos distorcidos sobre a questão. No entanto, de forma ainda mais nociva, a construção de sentidos produzida pela reportagem parte de um enquadramento de não racialização e de não-questionamento acerca da classe social dos personagens. Essa omissão contribui para a manutenção de um imaginário que é violento, na medida em que contribui para o apagamento do racismo presente no caso, não sugerindo este debate para a audiência.

As questões raciais e de classe foram só amplamente exploradas após apontamentos do movimento negro e de outros grupos sociais e depois da manifestação de Mirtes Renata (mãe de Miguel). Em um país como o Brasil, é de extrema importância que essas questões sejam consideradas na apuração jornalística dos acontecimentos. Sem isso, não podemos classificar o enquadramento como sendo adequado ao jornalismo para a paz. A ausência desse recorte na seleção dos fatos e na construção narrativa é uma omissão jornalística grave que se faz importante ponto na análise desta reportagem.

Com relação às construções de linguagem, de acordo com a categoria do Jornalismo para Paz, entendemos que, ao se prender em uma linguagem puramente técnica, muito por conta de ter apenas a perícia como fonte, a reportagem perde muito em seu potencial contextual — de mostrar com profundidade as nuances por trás do fato. É sabido que esse tipo de notícia (que chama atenção pelo choque, causando comoção e tristeza por se tratar de uma criança e por ter aparências de acidente) gera cliques e engajamento nas redes sociais. No entanto, ressaltamos que a audiência não é um valor jornalístico por si só. Por um lado, é notável o cuidado com as informações em um caso delicado. É nítido o esforço em não afirmar aquilo que não se pode aferir, optando por deixá-los com a fonte. De maneira equivocada, o perito afirma que a morte se trata de um acidente, hipótese posteriormente descartada dada as circunstâncias do fato. A matéria reproduz a lógica do jornalismo comercial que,

em nome de uma suposta imparcialidade, evita entrar em questões que causam maior polêmica antes de um feedback da audiência — como é o caso da questão racial e de classe.

6.1 Comentários no Twitter

De No Twitter do G1, a postagem recebeu 365 curtidas e 33 comentários de usuários. O portal foi um dos primeiros a noticiar a morte de Miguel. O acontecimento ainda não havia tomado proporção nacional e foi na própria rede social Twitter que usuários começaram a apontar a questão racial e de classe, contribuindo para um forte debate sobre o ocorrido na esfera pública.

A partir da plataforma, uma série de questionamentos e novos significados foram se mesclando com as novas informações que, aos poucos, foram surgindo, como a identidade da mãe (Mirtes), também empregada doméstica, e da patroa (Sari Côrte Real). Logo, o debate sobre a questão racial e de classe incendiou a rede social, também sob forte influência dos protestos norte-americanos após o assassinato do civil George Floyd.

Uma das informações foi a de que Sari, que vivia em prédio de luxo e é primeira dama da cidade de Tamandaré, estaria recebendo o auxílio emergencial do Governo Federal, destinado a desempregados e trabalhadores informais prejudicados pela pandemia do coronavírus. Diversos abaixo-assinados passaram a circular nas redes pedindo justiça por Miguel e a hashtag #JustiçaPorMiguel ocupou os *trendings topics* por dias seguidos.

Nesse contexto, ainda no início do caso, a maioria dos comentários foram de lamento, estarrecimento, tristeza e indignação. Alguns já questionavam que a mãe estaria a trabalho e que a patroa teria sido negligente.

Quadro 1 - Quantificação e classificação dos comentários da notícia “Criança de 5 anos morre após cair do 9º andar de prédio no Centro do Recife”, do G1.

Justificação	Reciprocidade	Respeito
5 comentários buscaram justificar e sustentar uma linha argumentativa	3 casos de reciprocidade, quando há interação e quando se leva o outro em consideração.	2 comentários desrespeitosos com outros usuários

Fonte: Elaborado pelos autores

Conforme ilustra o Quadro 1, o número de características deliberativas é inferior ao número total de comentários. Isso ocorre porque a maior parte dos comentários não possuem qualquer teor deliberativo ou interativo, estando limitados a lamentar a “tragédia” e a morte de Miguel. Nesse sentido, é importante ressaltar que nem sempre os espaços e as ferramentas são usados com propósitos deliberativos. Ao contrário disso, muitas vezes o número de comentários em que há interação é muito abaixo do que o número total de comentários.

Quadro 2 - Exemplo de interação no Twitter sobre a notícia “Criança de 5 anos morre após cair do 9º andar de prédio no Centro do Recife”, do G1.

	Em resposta à	Comentário	Características
Pessoa 1	G1	e essa reportagem ? " menino foi sozinho atras da mãe e caiu " REFORMULEM "PATROA COLOCOU O MENINO SOZINHO NO ELEVADOR PARA ELE IR ATRAS DA MÃE "	Justificação
Pessoa 2	Pessoa 1	fora que estão dizendo que a patroa apertou o botão do 9º andar	Justificação Reciprocidade
Pessoa 3	Pessoa 2 e Pessoa 1	Foi o garoto que apertou,ela apertou no 5 só que ele olhou e não viu sua mãe,ficou assustado,ai voltou e apertou no nono. Pelo oque eu vi.	Justificação Reciprocidade
Pessoa 2	Pessoa 3	no vídeo tá claro que ela apertou um botão logo depois de ter tentado “convencer” o Miguel a não entrar no elevador. é culpada sim e tem que ser presa e responder pelo crime! ela tinha plena ciência de que muita coisa pode acontecer com uma criança de 05 anos desacompanhada	Justificação e Reciprocidade
Pessoa 3	Pessoa 2	Meu amor,eu por acaso falei que a culpa não é dela????	Nenhuma
Pessoa 5	G1	Atenção ai #Globosta, ela tem nome e rosto sim; (Posta link de outra notícia, do site “ricardoantunes.com.br” que revela o nome de Sari Côrte Real como patroa de Mirtes Renata, mãe de Miguel).	Justificação Falta de respeito
Pessoa 6	G1	Primeiro car, seja responsável, pois pelo que li esta sobre investigação e você esta expondo uma pessoa a esse nivel sem ter conhecimento dos fatos apenas por sensacionalismo e então tenha responsabilidade , o aviso é porque ao fazer isso.	Justificação Reciprocidade

Fonte: Elaborado pelos autores

Já o Quadro 2 ilustra um fenômeno importante da midiatização: o caráter “diferido” e “difuso” dos sentidos produzidos midiaticamente (Braga, 2006), bem como sua circulação na esfera pública. É importante notar que, ainda que haja justificação — um dos critérios para qualidade deliberativa —, ela se baseia em argumentos nem sempre factuais, confirmados ou checados. Muitas vezes são boatos, informações distorcidas, Fake News e baseada em interesses.

Diversas versões e boatos sobre o caso tinham sido produzidas, assimiladas e ressignificadas pelos usuários, que ainda buscavam informações sobre o caso. A interação entre a “Pessoa 5” e a “Pessoa 6” também chama atenção. A “Pessoa 5”, movida por um provável sentimento de indignação,

ofende as organizações Globo e a acusa de omitir a real identidade da patroa de Mirtes. Em seguida, posta o link de uma matéria de um site menor e menos conhecido que expõe o nome de Sari como sendo a responsável pela morte de Miguel. Tal fato viria a ser confirmado, entretanto, no momento da interação ainda não se conheciam detalhes sobre o caso. Em resposta, a “Pessoa 6” chama atenção para a responsabilidade que se deve ter ao acusar pessoas na internet e responsabilizar antes da confirmação dos fatos.

Em casos que viralizam, é cada vez mais comum boatos se misturarem com versões reais do acontecimento em um movimento onde informação e desinformação disputam espaço entre o público e as teias de sentido e narrativas. O caso em questão, sem dúvida, não fugiu dessa lógica.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar de estar com frequência na agenda de veículos jornalísticos especializados na temática racial, existe uma enorme lacuna de acontecimentos sobre violência com recorte racial na cobertura noticiosa dos veículos representantes dos principais conglomerados de mídia brasileiros. Consideramos que tal lacuna coloca o país na contramão de uma comunicação para a paz eficiente. O caso analisado no presente artigo deixa evidente que ainda não existe uma preocupação com este estímulo, tanto na produção jornalística, quanto na comunicação via redes sociais.

Em um país onde uma pessoa negra tem três vezes mais chances de morrer do que uma branca (Cerqueira; Bueno, 2020), o silêncio da cobertura midiática hegemônica sobre tais casos se revelou indício sintomático do caráter fragmentário e pontual da grande maioria dos conteúdos produzidos pelos veículos jornalísticos tradicionais.

No caso Miguel, o enfoque técnico sobre o acontecimento não favorece uma compreensão sobre o fato. As informações limitam-se a descrever o ocorrido e trata a situação como incidente pontual — a primeira hipótese estipulada é de que teria sido um acidente. A manchete “Criança de 5 anos morre após cair do 9º andar de prédio no Centro do Recife”, entretanto, é composta por elementos que geram tristeza e pesar (por se tratar de uma criança que faleceu em uma situação trágica) e, por ser um acontecimento incomum, chama a atenção do público, rendendo ao portal cliques e engajamento. Nesta lógica, o veículo se destaca com uma notícia de impacto ao mesmo tempo em que se esquia de debates complexos sobre raça e classe.

A denúncia da violência racial e de classe ocorre por meio das repercussões do caso nas redes sociais, em um processo que remete à ideia de midiatização. Nos comentários da publicação do G1 no Twitter analisados, as interações buscam explicar o que ocorreu a partir de um sentimento de

indignação e da soma de sentidos e narrativas que se ressignificam entre verdades e boatos, conteúdos midiáticos e opiniões que rapidamente tomou grande proporção.

É notável que os interlocutores anseiam por mais informações sobre o acontecimento, que extrapolam a nota básica divulgada pelo veículo. É nesse momento que observamos o movimento de inserir informações de outras fontes, em um esforço de complementar a notícia. Esta ação, no entanto, colabora para a construção de um ecossistema de desinformação, uma vez que não há preocupação em checar a procedência daquela informação, mas sim em divulgá-la.

Desta forma, a fragmentação do caso atua no sentido de desinformar e de criar um ambiente no qual as informações apuradas se confundem com boatos. Daí a importância da contextualização no jornalismo: explicar o caso, indicar os envolvidos e informar sobre o acontecimento como um todo poderia incentivar posturas mais assertivas e dialógicas. No jornalismo para a paz, a contextualização possibilita aprofundar o debate público sobre os acontecimentos de forma a compreender as ações e as injustiças, além de provocar reflexões sobre a diversidade. Neste ponto, os recortes de raça e classe seriam fundamentais para assimilar as violências às quais mãe e filho foram sujeitos.

A construção de narrativas para a paz no jornalismo perpassa a necessidade de evidenciar as desigualdades e a perversidade do sistema interseccional de opressão, bem como a denúncia de práticas que violam os direitos humanos, servindo assim de fonte e pontapé inicial para o debate na esfera pública. A ação do jornalismo para paz deve ser orientada para a informação propositiva e que contribua para a construção de um estado de bem viver para todos.

Por isso, consideramos que não abordar as questões de raça e classe na notícia jornalística em questão é uma forma de estimular a violência de raça e classe a partir da omissão. Isto porque a reprodução dos padrões de violência não necessariamente ocorre de forma direta — no Caso Miguel, como salientado por este artigo, as ações violentas se manifestam de forma indireta, caracterizada pela exploração do trabalho durante a pandemia e pela negligência no cuidado de uma criança. A reprodução dessas violências tende a gerar estímulos de medo e indignação, que retroalimentam narrativas violentas e desumanizadas.

REFERÊNCIAS

ALMA PRETA. No Brasil, o filho da empregada doméstica vale menos que o filho da patroa. **Alma Preta**, São Paulo, 4 jun. 2020. Editorial. Disponível em: < <https://almapreta.com/sessao/quilombo/no-brasil-o-filho-da-empregada-domestica-vale-menos-que-o-cachorro-da-patroa> > Acesso em 10 fev. 2021.

ALVES, Pedro. Caso Miguel: Sari Corte Real é indiciada por abandono de incapaz que resultou em morte. **G1**, Pernambuco, 20 jul. 2020. Notícias, online.

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

CERQUEIRA, Daniel; BUENO, Samira (Orgs). Atlas da Violência 2020. Brasília: Ipea, 2020. Disponível em: <<https://www.ipea.gov.br/atlasviolencia/download/24/atlas-da-violencia-2020>>. Acesso em 27/02/2021.

CÍCERO, J. Trabalhadoras domésticas enfrentam coação de patrões durante pandemia. **Agência Pública**, São Paulo, 5 jun. 2020.

FERREIRA, M.; MASCHIETTO, R.; KUHLMANN, P. **Estudos para a Paz**: conceitos e debates. Aracaju: Editora UFS, 2019.

GALTUNG, Johan. Twenty-five years of peace research: Ten challenges and some responses. **Journal of peace research**, Oslo, v. 22, n. 2, p. 141-158, 1985.

GARTON, Laura; HAYTHORNTWHAITE, Caroline; WELLMAN, Barry. Studying online social networks. *Journal of computer-mediated communication*, London, v. 3, n. 1, p. JCMC313, 1997.

HABERMAS, Jürgen. **Between facts and norms: contributions to a discourse theory of law and democracy**. Cambridge, UK: Polity, 1997.

HOUAISS, A; VILLAR, M. Elaborado pelo Instituto Houaiss de Lexicografia e Banco de Dados da Língua Portuguesa S/C Ltda. **“Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa”**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

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

LYNCH, Jake. Propaganda, war, peace and the media. In: KEEBLE, R. Lance et. al. **Peace journalism, war and conflict resolution**. New York: Peter Lang, 2010. p. 69-83.

MAGRI, Diogo. Morte de criança negra negligenciada pela patroa branca de sua mãe choca o Brasil. São Paulo, **El País**, 4 jun. 2020. Brasil, online.

MAIA, R. **Mídia e deliberação**. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2008.

MARÍN, A. La verdad como víctima. Medios de comunicación como actores de guerra. In: NOS ALDÁS, E.; GALÁN, J. M.; ALI, F. A. (Orgs.). **Comunicación para la paz en acción**: periodismos, conflictos, alfabetización mediática y Alianza de Civilizaciones. Castellón de la Plana: Universitat Jaume I, 2011.

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

MBEMBE, A. **Necropolítica**: biopoder, soberania, estado de exceção, política de morte. São Paulo: nº 1 Edições, 2018.

BALAZEIRO, Alberto B, et. al. Nota técnica conjunta nº 4. **Ministério Público do Trabalho**, 2020. Disponível em: <<https://mpt.mp.br/pgt/noticias/nota-tecnica-no-4-coronavirus.pdf>>. Acesso em 25/02/2021.

MOUFFE, Chantal. Democracia, cidadania e a questão do pluralismo. **Política & Sociedade**, Santa Catarina, v. 2, n. 3, p. 11-26, 2003.

PORTELA, L. Morte de Miguel expõe o racismo estrutural por trás das desigualdades no Brasil. **Marco Zero**, 4 jun. 2020. Disponível em: <<http://marcozero.org/morte-de-miguel-expoe-o-racismo-estrutural-por-tras-das-desigualdades-no-brasil/>>. Acesso em 25 fev. 2021.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Editora Meridional, 2009.

SALHANI, J.; CABRAL, R. **Jornalismo para a paz**: conceitos e reflexões, E-compós, Brasília, 2017.

ARÉVALO SALINAS, Alex Iván. **Periodismo y comunicación para la paz. Indicadores y marco regulatorio**. Commons. Revista de comunicación y ciudadanía digital, Cádiz, v. 3, n. 1, 2014.

SAMPAIO, Rafael Cardoso; BARROS, Samuel Anderson Rocha; MORAIS, Ricardo. Como avaliar a deliberação online?: um mapeamento de critérios relevantes. **Opinião Pública**, Campinas, v. 18, n. 2, 2012. p. 470-489.

STRÖMBÄCK, Jesper; ESSER, Frank. **Mediatization of politics**: Towards a theoretical framework. In: *Mediatization of politics*. Palgrave Macmillan, London, 2014. p. 3-28.

SODRÉ, M. **As estratégias sensíveis**: afeto, mídia e política. Petrópolis: Vozes, 2006.

GAMA, Aliny. MP denuncia ex-patroa de mãe de Miguel por crime de abandono de incapaz. **UOL**, São Paulo, 14 jul. 2020. Cotidiano, online.

ZOLLMANN, F. (Orgs.). **Peace Journalism, war and conflict resolution**. Nova York: Peter Lang, 2010.

The stimulus for violence and peace in mediatic discourses about racial issues in Brazil

ABSTRACT

This article investigates the violence and peace's stimulus on discourses involving racial issues published by G1 portal, as well as through the reception and interaction of readers in the online deliberation space in contact with the vehicle's profile on the social network Twitter. For the study, the first published article about Miguel Case (a five-year-old child who suffered abandonment of incapacitated that resulted in death by his mother's employer) was selected. Based on the methodology for assessing the quality of the deliberation in the online environment, we analyzed ten comments in answer to the publication on Twitter, observing the reaction and interaction among the public on the social network. The result points to the importance of contextualizing and addressing related to racial and social issues in journalism for the construction of narratives for peace.

Keywords: Deliberation. Mediatization. Peace Journalism. Violence.

El estímulo de la violencia y la paz en los discursos mediáticos sobre cuestiones raciales en Brasil

RESUMEN

Este artículo investiga el estímulo de la violencia y la paz en los discursos que involucran cuestiones raciales publicados por el portal G1, así como a través de la recepción e interacción de los lectores en el espacio de deliberación en línea en contacto con el perfil del vehículo en la red social Twitter. Para el estudio se seleccionó el primer artículo publicado sobre Miguel Caso (un niño de cinco años que sufrió abandono de incapacitado que terminó con su muerte por parte del empleador de su madre). Con base en la metodología para evaluar la calidad de la deliberación en el entorno en línea, analizamos diez comentarios en respuesta a la publicación en Twitter, observando la reacción e interacción entre el público en la red social. El resultado apunta a la importancia de contextualizar y abordar temas raciales y sociales en el periodismo para la construcción de narrativas por la paz.

Palabras clave: Deliberación. Mediatización. Periodismo de paz. Violencia.

Recebido em: 24/03/2022

Aceito em: 01/09/2022

A COMUNICAÇÃO FACE A FACE E DIGITAL: UMA DISCUSSÃO SOBRE SUAS DINÂMICAS E IMPACTOS NA PERSPECTIVA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS

Valmor Rhoden¹

Juliana Lima Moreira Rhoden²

RESUMO

Este artigo tem o objetivo de discutir as diferentes formas de comunicação e suas influências na perspectiva do ensino das Relações Públicas. Para tanto, apresenta-se e discute as modalidades de comunicação face a face e a comunicação digital, tendo como metodologia a pesquisa bibliográfica. Para as Relações Públicas se torna imperioso aliar a comunicação digital com a oral e face a face, pois fazem parte do arcabouço atual da comunicação integrada, o que representa um grande desafio para a área – pois o cenário digital faz parte da comunicação integrada, mas não diminuiu o potencial da comunicação humana. É assimilando esses conteúdos no ensino superior da área é que as competências e habilidades podem ser melhoradas.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação face a face. Comunicação digital. Impactos. Ensino de Relações Públicas.

1 INTRODUÇÃO

A proposta deste artigo é trazer uma discussão sobre os diferentes formatos de comunicação utilizados, desde a mais tradicional comunicação humana até as possibilidades digitais, numa perspectiva de Relações Públicas, utilizando como amparo a pesquisa bibliográfica.

Para tanto, o objetivo é mostrar que ambas formas de comunicação representam realidades de cenários, apresentando as diferenças e impactos para trazer elementos de reflexão ao leitor. Assim, propõem-se discutir aspectos e conceitos para a área das Relações

¹ Pós-Doutor em Educação pela Universidade Federal de Santa Maria. Doutor em Comunicação (PUC/RS), Professor Adjunto do Curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Pampa - Campus São Borja-RS e atual Diretor do campus. E-mail: valmor@unipampa.edu.br

² Professora Adjunta da Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA - Campus São Borja/RS. Doutora em Educação pela Universidade Federal de Santa Maria - UFSM- RS. E-mail: julianarhoden@unipampa.edu.br

Públicas, em um momento em que se debate as suas funções num cenário de constantes transformações que alteram a forma de fazer e pensar a comunicação, muito dinamicamente.

Em vários momentos históricos da Comunicação já se falava que com o surgimento de novos meios, os anteriores iriam sucumbir. Foi assim com o surgimento da TV, quando se raciocinava que o rádio iria desaparecer; quando surgiu a internet, era o fim do jornal impresso e assim há várias outras situações postas. Claro que impactos cada meio que surgia trouxe e continuam trazendo até hoje, mas não acabaram com os já existentes. Assim também entendemos a questão da comunicação humana com a digital. A última veio para ficar, mas não pode ser entendida como a exclusiva, depende de cada contexto e públicos. E é justamente este o foco que atentamos neste artigo.

A credibilidade talvez seja um fator essencial a ser analisado para entender a eficácia da comunicação em diferentes formatos e plataformas. “Os publicitários costumam dizer que a credibilidade de um anúncio parecer ter alguma relação com a reputação da revista na qual é impresso” (PENTEADO, 2012, p. 26). O autor traz ainda os fatores que influenciam no significado das comunicações. E aí está a relação funcional e hierárquica entre o emissor e o receptor, que “depende fundamentalmente da autoridade da fonte” (PENTEADO, 2012, p. 27). Este conceito reforça a importância de quem emite a informação, potencializada quando ocorre de forma presencial – com contato com os públicos.

É inegável o avanço das tecnologias digitais e seus impactos, como já mencionava Torquato (2012, p.09), “a história jamais perdoa àqueles que não sabem acompanhá-la”. Isto – sem desmerecer o que foi a realidade até este momento e tudo que se acompanhou.

A necessidade de estudo da comunicação oral perpassa o ensino superior em Relações Públicas. Uma frase que coordenadores de curso abordavam em seus encontros, era relacionada como perfil do egresso na área. Segundo Rhoden (2013, p.237), “nossos estudantes são bons, mas na hora de apresentar um projeto para um cliente começam a se perder”. Isso é um pano de fundo da perspectiva que queremos trazer neste artigo, no sentido de como isso pode ser aperfeiçoado para complementar o perfil do profissional da área. Muñoz (2008, XV) reforça que “o objetivo de uma apresentação pode ser simplesmente informar, mas em 90% dos casos se pretende, além disso, convencer alguém de alguma coisa; por isso, é preciso tentar ao máximo pensar em detalhes que nos facilitem esse trabalho de convencimento”.

Em caráter metodológico, este trabalho vai utilizar como apoio a pesquisa bibliográfica com autores de Comunicação e Relações Públicas para que sirvam de subsídio aos autores para entender as dimensões, impactos e diferenças da comunicação humana e digital. Como amparo, foi realizada uma análise documental das Diretrizes Curriculares Nacionais de Relações Públicas (BRASIL, 2013) para compreender o que abordam sobre a temática aqui proposta.

2 A COMUNICAÇÃO HUMANA (FACE A FACE)

Muñoz (2008, p. xiii) já apontava que;

Desde o princípio dos tempos, os grandes comunicadores, pessoas que foram capazes de transmitir convenientemente uma mensagem a seus semelhantes, conseguiram convencer os demais de suas ideias, traduzindo e difundindo suas explicações e ilusões. A direção que tomou a civilização é fruto do trabalho dos líderes que convenceram as massas através de suas palavras.

Nos primórdios da comunicação, o ser humano se expressava por meio de gestos, imagens e sons. Era o domínio do concreto, do sensorial, ou seja, nos expressávamos através dos sentidos e sensações. Só mais tarde que o ser humano aprendeu a usar sinais gráficos para se referir aos objetos que conhecia - pelos sentidos e que comunicava através de gestos (SENAC DN, 1996).

A linguagem é uma construção da razão, uma invenção do sujeito para poder aproximar-se da realidade. É por isso que o nome, a palavra ou signo verbal não mantém uma relação direta com o objeto a que corresponde. Ao longo da história da humanidade, a comunicação e a própria cultura são experiências de acumulação do não-verbal e do verbal.

Há pouco mais de uma década, em 2009, em sua terceira edição, a ABRAPCORP³ tinha como tema daquele ano: *Comunicação, Humanização e Organizações*. Oriunda desta discussão foi elaborada uma obra, organizada pela Kunsch (2010). Na introdução da obra, a autora já esclarece um dos desafios:

Percebemos que a tendência à humanização das relações das empresas com a sociedade e com os indivíduos se apresenta ao mesmo como inevitável e desejável. Notadamente, esse caminho impõe avanços posturais e atitudinais às organizações, como já é possível ver em muitas novas práticas de comunicação interna, de

³Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas. Disponível em: <<http://portal.abrapcorp.org.br/>>. Acesso em: 26 mar. 2020.

relacionamento sociocomunitário e de autorresponsabilização socioambiental (KUNSCH, 2010, p.12).

Depois de décadas de embates entre humanistas e engenheiros das culturas e das estruturas organizacionais, vivemos uma verdadeira retomada da questão humanística nos estudos organizacionais, esta foi uma das questões apontadas para este trabalho. A tendência à humanização das relações das empresas com a sociedade e com os indivíduos, por meio da comunicação, se apresenta ao mesmo tempo não apenas como desejável, mas inevitável.

Torquato (2015, p. 25) afirma que “A comunicação, que, como processo, transfere simbolicamente ideias entre interlocutores, é capaz de, pelo simples fato de existir, gerar influências”. É, portanto, uma área multidisciplinar, de mediação de objetivos que engloba tarefas e ações de Relações Públicas, em sua essência.

Faz sentido tencionar e refletir sobre o papel da linguagem, primeira forma que aprendemos a utilizar. Sendo assim, é possível pensar a comunicação como uma reunião de diferentes linguagens que envolve, ao menos dois sujeitos (emissor e receptor), num processo de comunicação integrada.

Os dois sujeitos da comunicação, ao entrarem em conjunção, estabelecem uma relação; sim, se não partilharem do mesmo objeto de valor, os dois sujeitos, em disjunção, não poderão se comunicar. Essa relação, enunciador-enunciatário, pode, ainda, ser permeada por uma mídia, que possibilita inúmeras formas de relação. Essas mídias, ainda, são regidas por uma linguagem própria, que as distingue das demais por meio de uma gramática própria que interfere diretamente na sua expressão.

Mumby (2010, p. 19) enfatiza que “ao estudar as organizações, às vezes esquecemos que elas são formadas por pessoas reais, de carne e osso”. Nesse sentido, a importância de um estudo holístico, que abranja em sua totalidade a experiência humana.

Um dos aspectos que podemos analisar é a questão do *feedback*. Com a questão da internet e não estar cara a cara com o emissor, muitas pessoas tecem críticas (numa tônica) que provavelmente não fariam se fosse presencialmente, talvez protegidas pelo isolamento e/ou pensando no ‘distanciamento’ que tem com o receptor. Isto pode ser presenciado em diversas situações, como reuniões de trabalho – ou outras ocasiões em que há o contato físico, ou seja, muitas das sugestões/ contribuições/falas - podem ser ali analisadas e respondidas (se

viáveis ou não) na hora, e se possibilita uma comunicação bidirecional. Ou seja, do ponto de vista comunicacional, neste contexto a comunicação oral e face a face pode ser mais eficaz – pois os ruídos e barreiras podem ser mais facilmente e rapidamente sanados, claro que em escala quantitativa menor do que comparado ao cenário digital.

O trabalho de tese realizado por Martins (2012, p. 234) mostrou que “a partir do estudo realizado, quer teórico, quer empírico, deixou constatada a necessidade de maior valorização da oralidade na comunicação interna das organizações”. O entendimento é que as Relações Públicas não podem descuidar de um em detrimento a outro, o que vale para a comunicação interna e externa.

Marchiori (2010, p. 139) salienta que:

O lugar da comunicação nas empresas humanizadas é o lugar da fala, da interação e do conhecimento, levando as pessoas ao desenvolvimento humano e de suas competências profissionais. Para isso, a comunicação se evidencia nos processos e nas práticas organizacionais.

Aqui esta preocupação é entendida no sentido de quanto mais uma organização for orientada às pessoas e às ideias, mas importante se tornará a comunicação também no contexto organizacional.

Penteado (2012, p. XXV) reforça que:

O nível de progresso nas sociedades humanas pode ser atribuído, com razoável margem de segurança, à maior ou menor capacidade de Comunicação entre os povos, pois o próprio conceito de nação se prende a intensidade, variedade e riqueza das comunicações humanas.

O autor reforça ainda que “Comunicação humana é linguagem, as palavras sons articulados por um – vêm a ter o mesmo significado – sons ouvidos por outro” (PENTEADO, 2012, p. 02), ou seja, a fala é uma das formas de verificar a eficácia da comunicação. Penteado (2012) salienta que é na fala que se verifica, com mais evidência, a propriedade de realização conjunta da atividade comunicatória: emissor e receptor, ou receptores, entram em comunhão e forma um todo no ato da comunicação oral.

A comunicação oral também é vista como veículo de comunicação dirigida para o

campo das Relações Públicas. A comunicação dirigida é o uso de ferramentas e estratégias de comunicação para atender de forma mais personalizada os diferentes públicos de interesse – que se tenha interesse que a comunicação chegue. Ela destina-se a públicos específicos, pré-determinados, e consequentemente, mais conhecidos pelos idealizadores das diferentes estratégias de aproximação possíveis.

De acordo com Fortes (2003, p. 239-240), comunicação dirigida pode ser definida como “escolhas sucessivas, alcançado, havendo controle integral do emissor do canal e, singularmente, do depositário da informação (grupos que se almeja converter em públicos)”. Sendo assim, o autor classifica os veículos de comunicação dirigida em quatro categorias: escrita, oral, auxiliar e aproximativa. A oral e face a face proporciona o estreitamento de relações, exigindo proximidade entre as pessoas e o intercâmbio de ideias, o que gera *feedback* imediato, dando oportunidade de respostas ao receptor.

Ainda segundo Fortes, “o que é dito oralmente tem mais força e riqueza de detalhes do que, talvez, uma comunicação por meios massivos e o seu poder de convencimento ultrapassa outras técnicas” (FORTES, 2003, p. 285-6).

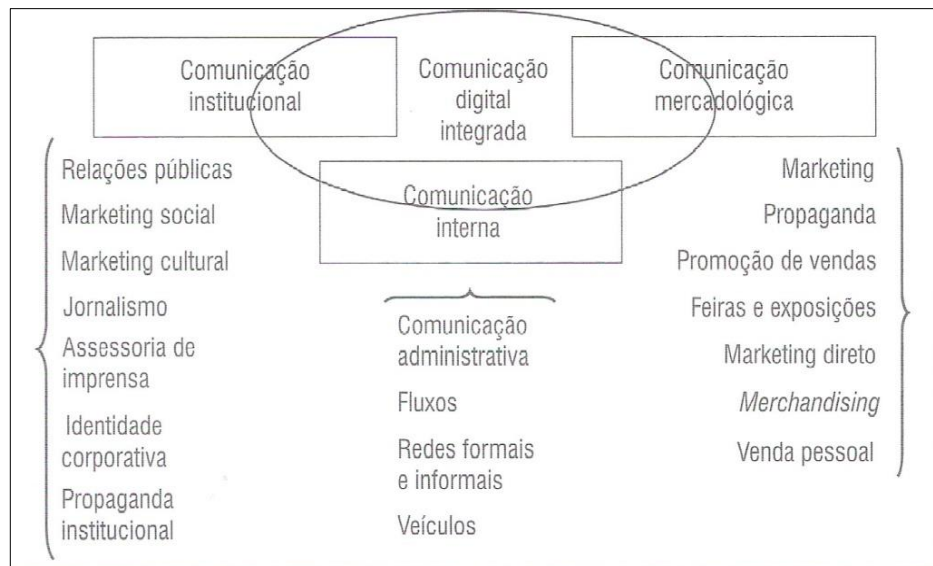
Os veículos de comunicação dirigida oral têm uma tarefa fundamental nas estratégias de Relações Públicas, eles objetivam transmitir comunicação para determinado público ou parte deste por meio da palavra oral (ANDRADE, 1996). Desse modo, eles podem ser expressados através de conversas pessoais, tem um caráter dialógico e interativo que são importantes para que a comunicação cumpra um papel nas experiências vividas no ambiente de trabalho e, por isso, merece maior atenção dos gestores nas suas práticas cotidianas.

3 A COMUNICAÇÃO DIGITAL

Corrêa (2009) escrevia sobre a comunicação integrada, adicionando o digital (comunicação digital integrada), na qual estão inseridas: a comunicação interna (área responsável pela circulação da informação e, também, pela motivação do público interno), a comunicação institucional (responsável pela criação, manutenção ou alteração da imagem

institucional), a comunicação mercadológica (motivada pelo propósito de aumentar as vendas), além das ferramentas inclusas em cada uma delas, conforme demonstra a figura a seguir:

Figura 1: A comunicação digital integrada.



Fonte: Corrêa (2009, p. 322).

Rhoden (2013, p. 110) já apontava o que o cenário digital representa para as Relações Públicas:

As alterações e avanços são enormes e não se incorporam, teoricamente, nesse mesmo ritmo. Porém, cabe notar que, diante disso, os avanços são rápidos e com impactos que alteram significativamente as atividades profissionais. O entendimento dessa dinâmica é fundamental para Relações Públicas.

Correa (2016) foca que a comunicação digital precisa levar em conta a mobilidade, geolocalização e Big Data, que são ferramentas à disposição da área, mas que exigem um uso estratégico para que seus resultados pretendidos sejam obtidos.

O profissional Relações-Públicas⁴ tem grande potencial a explorar nesse cenário, como a disponibilização e a visibilidade da organização na rede mundial de computadores, a intranet; o sistema de publicação de conteúdos; as ferramentas para criação e desenvolvimento de conteúdo das mensagens; ferramentas de criação e desenvolvimento de interações, trocas e transações (*bate-papo, weblog, podcast*); a ferramenta de criação e manutenção de relacionamentos entre comunidades de interesse (*facebook e LinkedIn*⁵).

Num estudo inédito, realizado no Mestrado em Comunicação Social, da Universidade Federal de Santa Maria, por Daiana Stasiak, orientado por Eugênia Mariano da Rocha Barichello, foram identificados vetores que indicam uma grande área de atuação disponível e compatível com as funções normativas das Relações Públicas na *web*. Stasiak estudou 12 portais em três estágios de tempo na rede, de 1995 a 1999, de 2001 a 2005 e de 2008 a 2009, sendo que, nesse último período, houve um aumento significativo do número de estratégias comunicacionais e de multimídia utilizadas por parte das empresas pesquisadas no Brasil.

Stasiak (2009, p. 87) esclareceu como organizou essa pesquisa, a partir das funções de Relações Públicas tradicionalmente conhecidas:

A partir da reflexão sobre as funções atribuídas às Relações Públicas: pesquisar, diagnosticar, prognosticar, assessorar, implementar programas, avaliar e controlar [...] elaboramos uma lista de estratégias de comunicação que consideramos norteadoras das práticas de Relações Públicas. Muitas destas estratégias se aplicam fora do contexto da *web*, mas aqui apresentam *links* presentes nos portais organizacionais.

A autora (2009, p. 87-89) identificou 27 estratégias organizacionais de comunicação em *sites*⁶ e portais, que podem ser consideradas funções das Relações Públicas: 1.

⁴Relações-Públicas com hífen designa o profissional e Relações Públicas sem hífen a atividade, seguindo orientação da Portaria nº 116, de 09 de maio de 2011, do Conferp.

⁵ Rede mais direcionada para interesses profissionais, atualmente com cerca de 150 milhões de usuários. Disponível em: <<http://br.linkedin.com>>. Acesso em: 15 fev. 2020.

⁶ Um *website* nada mais é que um grande arquivo. Se estiver bem organizado, encontra-se facilmente a informação, e o objetivo final é alcançado. Já um Portal não é um *site* grande. A diferença é que portal tem 100%

Apresentação da organização: fundação e história; 2. Pontos de identidade visual; 3. Missão e visão; 4. Sinalização virtual; 5. Hierarquia organizacional; 6. Normas e regimento organizacional; 7. Agenda de eventos; 8. Publicações institucionais; 9. Acesso em língua estrangeira; 10. Sistema de busca interna de informações; 11. Mapa do portal; 12. Contato, fale conosco, ouvidoria; 13. Pesquisa e enquete *online*; 14. Presença de notícias institucionais; 15. Projetos institucionais; 16. Visita Virtual; 17. Serviços *online*; 18. *Clipping* virtual; 19. Comunicação dirigida; 20. Espaço para imprensa: *releases* e galeria de imagens; 21. Uso do hipertexto (texto + som + imagem); 22. Personagens virtuais; 23. Presença TV e Rádio *online*; 24. Transmissão de eventos ao vivo; 25. Disponibilização de “Fale conosco” interativo; 26. Presença de *chats*; 27. Link de blog organizacional.

O trabalho de Stasiak (2009) trouxe uma importante contribuição para a área das Relações Públicas no sentido de aproximar esse cenário digital a uma linguagem e funções específicas. Ao mesmo tempo, mostra uma lacuna existente para estudos nessa área. Em pesquisa divulgada pela autora em (2011, p.13), dos 12 portais analisados, oito apresentavam *links* para as redes sociais.

O cenário apontado para a área de RP requer uma preparação transdisciplinar. Conhecimentos em Publicidade e Propaganda, Jornalismo, Psicologia, Diplomacia, Ciência Política e Administração, principalmente, proporcionam visão mais ampla, importante para gestores da comunicação, função na qual se enquadra o perfil de Relações Públicas. Para Freitas (2008, p. 698):

A performance universalista é necessária e, na hipótese de ter emprego, acumulará atividades de outras habilitações da Comunicação Social, a depender das necessidades da organização. O mesmo vem acontecendo com publicitários e jornalistas, que reconhecem, em conversas informais, a necessidade de generalização no desempenho de suas tarefas.

do foco nos seus públicos, e cria conteúdos específicos para eles, os chamados conteúdos verticais. Acesso em: 15 fev. 2020.

Essa visão de estrategista da comunicação requer uma preparação ampla do profissional/gestor de Relações Públicas. Como exemplo, cita-se a pesquisa aplicada de fevereiro a março de 2010, organizada pela *Deloitte*⁷, em 302 companhias do Brasil, de diversos segmentos e portes econômicos: 70% delas afirmaram utilizar e/ou monitorar as mídias sociais e, ao serem questionadas pelas suas principais motivações, nota-se que, para essas empresas, as redes sociais são utilizadas mais como mídia do que como plataforma de relacionamento.

De maneira geral, os resultados da pesquisa demonstram que as empresas brasileiras ainda pouco utilizam as mídias sociais como um pilar estratégico para seus negócios. Dados da mesma pesquisa mostram que a atividade de RP está pouco inserida na área que gerencia esse processo comunicacional na internet. Isso revela a importância de fundamentos para entender o ambiente digital nos cursos de graduação.

Em relação aos propósitos buscados pelas organizações, através das redes sociais, 84% dos entrevistados indicaram aumentar a reputação da marca e 16% melhorar a produtividade de Relações Públicas. As duas alternativas remetem às Relações Públicas, ou seja, elas são referenciadas e, quando bem executadas e percebidas, são entendidas como fundamentais, apesar do baixo percentual de inserção desses profissionais (em parte, reflexo da lacuna na formação da graduação).

Rufino (2009, p. 15) ressaltou que as empresas, mesmo não desenvolvendo um ritmo ideal, estão se dando conta que o ambiente digital urge o estabelecimento de comunicação contínua e de fluxos comunicacionais planejados e estruturados:

A presença das organizações nesse novo ambiente comunicacional, propiciado pelas redes de comunicação horizontais, representa uma mensagem unívoca: a de que a organização é uma empresa aberta ao diálogo, com ouvidos para as críticas e disposta a manter fluxos de relacionamento e de influência recíproca.

⁷ Disponível em: <http://www.deloitte.com/view/en_GX/global/index.htm>. Acesso em: 27 mar. 2020

O aspecto relevante apontado é que as empresas, mesmo que não tenham a noção estratégica sobre esses novos meios de comunicação, já reconhecem a importância de estarem inseridas, o que aponta um campo de atuação aos profissionais habilitados.

Na visão de Tapscott (2010), os públicos que estão cursando o ensino superior atualmente são, em grande parte, da considerada geração digital⁸. Yanaze e Coutinho (2011, p. 477) aludem a nativos digitais, que, na visão deles, “são os que nasceram na Era digital e que perguntam como era possível viver sem *Google*?” Como todo o conhecimento que existe está na frente deles, isso faz com que o antigo sistema de aprendizado da sala de aula lhes pareça antiquado. Estes alunos precisam de novo modelo de ensino, que os tenha como enfoque e os faça colaborar uns com os outros e não apenas absorver conhecimento. Isso não é uma novidade, pois esse é um desafio enfrentado há muito tempo pela educação. Segundo Tapscott (2010, p. 155):

Os jovens da Geração Internet não se contentam em ficar sentados, calados, ouvindo a aula expositiva de um professor. Os jovens que cresceram em um ambiente digital esperam poder responder, conversar. Eles querem uma opção em sua educação em relação ao que, quando e como aprendem. Querem que sua educação seja relevante para o mundo real, o mundo em que vivem.

Demo (2010, p. 61) ressaltou que, em relação às novas tecnologias, “não cabem nem ‘tecnofilia’⁹, nem ‘tecnofobia’¹⁰, mas a atitude crítica e autocrítica”. Outro fator que impulsiona a atuação profissional de Relações Públicas é justamente essa geração que já vem com conhecimento prévio maior (do cenário digital) para a universidade, o que não quer dizer domínio e competência para atuação profissional. Alguns aspectos fazem e farão parte da dinâmica atual, para a qual o profissional que deseja atuar precisa estar preparado.

4 DIRETRIZES CURRICULARES NACIONAIS DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Em 2013, o Ministério da Educação e Cultura (MEC) homologou as Diretrizes Curriculares Nacionais específicas para a área de Relações Públicas. Nessa alteração, a área

⁸ Para o autor, são os primeiros jovens a crescer no ambiente digital. Têm até 30 anos (nascidos no final dos anos 80 ou anos 90) e estão começando a dominar o mundo do trabalho.

⁹ Designa um comportamento de adesão, geralmente acrítica, às inovações tecnológicas.

¹⁰ É o medo da tecnologia moderna e digital.

ficou independente da Comunicação Social e determinou um prazo mínimo, de até início de 2016 para que as instituições de ensino superior fossem adequando-se às novas Diretrizes Curriculares. A proposta de Diretrizes Curriculares Nacionais para os cursos de Relações Públicas foi realizada através de uma comissão de professores renomados da área.

A comissão realizou amplo e exaustivo trabalho de junho a outubro de 2010, que envolveu não só a produção de documentos, mas também de consultas e ouvidorias dos diversos segmentos envolvidos (estudantes, professores, profissionais, empresários e representantes da sociedade civil). Essas consultas foram realizadas de forma virtual no site do MEC e em audiências públicas presenciais em cada uma das cinco regiões brasileiras, ocorridas nas cidades de Porto Alegre, São Paulo, Recife, Manaus e Brasília. Também contou com diversas contribuições de entidades empresariais, profissionais e de ensino. Foram, ainda, realizados levantamentos e análises sobre a situação dos cursos de graduação em Relações Públicas no país e sobre a atividade dessa área no Brasil e no mundo (KUNSCH, 2009, p. 30).

As reflexões, em audiências públicas e consultas virtuais, que nortearam a alteração das Diretrizes Curriculares do Curso, foram baseadas, basicamente, sobre três questões: o perfil esperado do profissional de relações públicas, diante das transformações políticas, culturais, sociais e tecnológicas contemporâneas; as competências necessárias à formação superior; e os mecanismos, conteúdos curriculares, padrões de qualidade e instrumentos de formação do profissional a serem incorporados pelas instituições de ensino superior (KUNSCH, 2009).

A mudança possibilitou um viés autônomo à área, cujo objetivo é especificar a formação dos acadêmicos em Relações Públicas e não mais em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas, como o antigo currículo de formação estabelecia. Portanto, a partir da adaptação, os componentes passarão a ser mais específicos sobre o curso acompanhando as novas tendências da área e do mercado, a carga horária mínima também foi alterada, o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) com carga específica estabelecida e o estágio curricular obrigatório. Os conteúdos desenvolvidos podem ser distribuídos através de quatro eixos de formação: Geral, Comunicação, Relações Públicas e Suplementar.

Assim, a alteração na carga horária mínima do curso, passou a ser de 3.200 horas/aulas, aumento de 500 horas – comparando com a antiga Diretriz. Essas horas são distribuídas em 2.800 horas para as atividades didáticas (teóricas e práticas, obrigatórias e optativas) dos eixos de formação, sendo, pelo menos, 1.400 horas no eixo de formação em Relações Públicas, que inclui 150 horas destinadas ao Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) e as outras 1.400 horas nos eixos de formação geral, em comunicação e suplementar, com 200 horas para estágio

curricular e 200 horas para atividades complementares de graduação (ACG). Essas horas complementares exigirão das instituições de ensino superior “por meio dos coordenadores e professores do curso, um acompanhamento mais estreito com a vida acadêmica do estudante, abrindo novos horizontes de contatos com outras formas de aprendizagem que ultrapassem as salas de aula” (KUNSCH, 2015, p. 39).

As Diretrizes atuais estão divididas em eixos, sendo em Formação Geral, Comunicação, Relações Públicas e Suplementar.

Dentro desses eixos, no de Comunicação há apenas uma orientação no item que aborda as Linguagens, mídias e tecnologias: quando descreve “estudos da linguagem, da retórica e do discurso”.

Há no documento várias questões que abordam a questão das competências gerais e específicas, além da descrição de conteúdos em cada um dos eixos de formação e do estágio curricular obrigatório.

Nas competências há uma orientação geral que podemos dizer ser que abranja todas as áreas, pois ela é ampla: o aluno deve ter: “domínio das linguagens e das técnicas utilizadas no processo de comunicação e nas diversas mídias, articulando as dimensões de criação, produção e interpretação”. Por mais que seja genérica, ela elenca que o egresso da área deve ser capaz de ter o domínio das linguagens no sentido amplo, desde a criação.

APONTAMENTOS FINAIS

A comunicação é multimídia e nas Relações Públicas se estuda ela numa forma holística. Por isso é conhecida como a área responsável pela gestão da comunicação. Isso não pode ser apenas mais um conceito – mas acontecer nas práticas comunicacionais envolver o processo, desde o planejamento até a mensuração.

As redes sociais digitais – parece ser um mundo ‘sem controle’, por isso – as pessoas falam, escrevem e veiculam muitas coisas – que pessoalmente não fariam. E isso pode trazer muitas consequências, pois temos liberdade de expressão, mas também somos responsáveis e consequentemente responsabilizados pelo que emitimos e comunicamos, queiramos ou não.

É importante salientar que “não há anonimato na internet”.

Na comunicação digital, a disseminação da comunicação é muito rápida e exige capacidade de interação para que não fique apenas unilateral. Por outro lado – ela há condições de ser mensurada de forma mais tangível e exata.

Sobre as Diretrizes Curriculares Nacionais da área, a maior atenção está voltada para a comunicação digital. Enquanto da comunicação geral – que inclui a comunicação face a face (oral) há apenas duas referências. Sobre o cenário digital (Rhoden, 2013, p. 281) já apontava uma análise nas Diretrizes afirmando que há: “uma lacuna quanto à inserção do digital no ensino de Relações Públicas. Se este cenário não se alterar, a área tenderá a perder mais espaço de atuação, o que, também, causará impacto na demanda dos cursos em nível de graduação”. As Diretrizes Curriculares Nacionais de 2013 apresentam avanços em relação às de 2002, porém as lacunas em relação à inserção do digital podem ser trabalhadas pelos cursos de forma transdisciplinar com os eixos e ênfases propostos no Projeto Pedagógico de Curso (PPC). Ou seja, o documento norteia, e possibilita a inserção do cenário digital nos cursos.

A Comunicação digital e tudo que está em sua volta, estratégias de marketing digital, inbound¹¹, outbound¹², leads estão fazendo parte do vocabulário dos alunos, das atividades de sala de aula, das atividades profissionais.

No mundo do trabalho, com o crescimento das instituições e do seu quadro de funcionários, a comunicação oral e face a face não perde espaço, ela se faz tão importante quanto as demais formas nas estratégias de comunicação interna. A oralidade, a comunicação face a face sempre será necessária nas nossas atividades: ela está presente na reunião com os colaboradores, na apresentação de campanha para os clientes, na construção de uma ideia coletiva, no atendimento com os usuários, na apresentação de um cerimonial, no discurso de posse, no pronunciamento de gestão de crises, na participação de uma *live*, na capacitação do media training, e tantas outras atividades essenciais. Para tanto, é necessário estimular os

¹¹O Inbound Marketing busca despertar o interesse do cliente com conteúdo relevante para que ele chegue ao seu produto.

¹²O Outbound Marketing é mais tradicional, com o uso de propagandas físicas e digitais.

acadêmicos durante o ensino superior de Relações Públicas para melhorar as formas de se expressar.

Em tempos de “marcas mais humanizadas”, que buscam propósitos de existência e exibem seus valores, nós profissionais da área, também precisamos buscar nas formas mais humanas de comunicação, um encontro real com os públicos. Na conversa nos entendemos, desentendemos e encontramos soluções. O diálogo precisa existir para que haja *feedback* e para que a comunicação de fato seja realizada, não apenas a informação.

A proposta deste artigo é trazer elementos para mostrar que a área de Relações Públicas mudou muito com a Era da internet, mas ela tem estratégias consideradas *analógicas ou orais* que podem ser fundamentais num planejamento de comunicação, por isso – problematizamos a discussão aqui. O propósito não é esgotar a temática, apenas colocar um olhar sobre a amplitude de meios e estratégias que as Relações Públicas têm – no cenário atual e que em termos de pesquisa estão bastante focados nas que são do cenário digital.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério da Educação. Diretrizes curriculares nacionais para os cursos de Relações Públicas. Resolução nº 02, de 27 de setembro de 2013. **Diário Oficial da União**. Brasília, DF, 01 out. 2013. p. 28-29. Disponível em: <<http://goo.gl/Hl02iM>>. Acesso em: 13 out. 2018.

CORRÊA, Elizabeth Saad. Comunicação digital e as novas mídias institucionais. In: KUNSCH, M. M. Krohling (org). **Comunicação organizacional: histórico, fundamentos e processos**. v.1. São Paulo: Editora Saraiva, 2009.

_____. A comunicação na sociedade digitalizada: desafios para as organizações contemporâneas. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org). **Comunicação organizacional estratégica: aportes conceituais e aplicados**. São Paulo, 2016.

DEMO, Pedro. **Habilidades e competências no século XXI**. Porto Alegre: Mediação, 2010.

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações Públicas – Processo, funções, tecnologia e estratégias**. 2. ed. São Paulo: Summus, 2003.

FREITAS, Sidinéia Gomes. Os Reflexos das Diretrizes Curriculares no Ensino de Relações Públicas. In: MOURA, Claudia P. (org.). **História das relações públicas: fragmentos da memória de uma área**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org). **A comunicação como fator de humanização das organizações**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2010.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Diretrizes Curriculares Nacionais para os 20 Cursos de graduação de Relações Públicas**: aportes conceituais e práticos para sua implantação. 2015. Disponível em: <<https://fasam.edu.br/wp-content/uploads/2016/07/Ensino-de-Comunicação-frente-às-Diretrizes-Curriculares.pdf>>. Acesso em: 09 dez. 2019.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Relações Públicas e Comunicação Organizacional**: das práticas as institucionalização acadêmica. 2009. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/139003/134351>>. Acesso em: 09 dez. 2019.

PENTEADO, José Roberto Whitaker. **A técnica da comunicação humana**. 14 ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

MARCHIORI, Marlene Regina. Comunicação como expressão da humanização nas organizações da contemporaneidade. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org). **A comunicação como fator de humanização das organizações**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2010.

MARTINS, Marta Terezinha Motta Campos. **Diálogo e interações face a face na comunicação interna**: um estudo da oralidade nas organizações. ECA-USP, 2012. 291 p. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação), Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

MUMBY, Dennis K. Reflexões críticas sobre comunicação e humanização nas organizações. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org). **A comunicação como fator de humanização das organizações**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2010.

MUÑOZ, Isidro Cano. **A arte de falar em público**: como fazer apresentações comerciais sem medo. Tradução: Marcelo Cintra Barbão. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

RHODEN, V. **O ensino superior de relações públicas**: formação digital, práticas e desafios na UFSM. Porto Alegre: PUCRS, 2013. 331 p. Tese (Doutorado em Comunicação Social) Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

RUFINO, Carina Ferreira Gomes. A sociedade em rede e a segunda geração da internet: reflexões para o campo da comunicação organizacional. In: **Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas - Abrapcorp**, 3, 2009, São Paulo, SP. Anais (*online*). São Paulo: Abrapcorp, 2009. Disponível: <<http://www.abrapcorp.org.br/anais2009>>. Acesso em: 29 jan. 2020.

SENAC, DN. **Comunicação verbal e não verbal**. Rio de Janeiro: Editora Senac Nacional, 1996.

STASIAK, Daiana. **Estratégias comunicacionais e práticas de WebRP**: o processo de legitimação na sociedade midiaticizada. 2009. 229 f. (Mestrado em Comunicação). Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal de Santa Maria, UFSM, Santa Maria, 2009.

_____. **Web RP: uma análise comparativa**. XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, v. 34 p.13 setembro de 2011. CD-ROM.

TAPSCOTT, Don. **A hora da geração digital**: Como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos. Rio de Janeiro: Nova Fronteira Publicações, 2010.

TORQUATO, Gaudêncio. **Comunicação nas organizações**: Empresas privadas, instituições e setor público. São Paulo: Summus, 2015.

Face to face and digital communication: a discussion on its dynamics and impacts from the perspective of public relations

ABSTRACT

This article aims to discuss the different forms of communication and their influences from the perspective of Public Relations teaching. To this end, it presents and discusses the modalities of face-to-face communication and digital communication, using bibliographic research as methodology. For Public Relations, it is imperative to combine digital communication with oral and face to face, as they are part of the current framework of integrated communication, which represents a great challenge for the area - because the digital scenario is part of integrated communication, but it has not diminished the potential of human communication. It is by assimilating these contents in higher education in the area that competences and skills can be improved.

KEYWORDS: Face to face communication. Digital communication. Impacts. Public Relations Teaching.

Comunicación cara a cara y digital: una discusión sobre su dinámica e impactos desde la perspectiva de las relaciones públicas

RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo discutir las diferentes formas de comunicación y sus influencias desde la perspectiva de las Relaciones Públicas. Comunicación cara a cara y comunicación digital, utilizando la investigación bibliográfica como metodología. Para las relaciones públicas, es imperativo combinar la comunicación digital y oral, ya que son parte del marco actual de comunicación integrada, lo que representa un gran desafío para el área, porque el escenario digital es parte de la comunicación integrada, pero no ha disminuido. El potencial de la comunicación humana.

Palabras clave: Comunicación cara a cara. Comunicación digital. Impactos. Enseñanza de Relaciones Públicas.

Recebido em: 07/04/2020

Aceite em: 02/11/2022

COMUNICAÇÃO EM SAÚDE: TEORIAS SOBRE PERSUASÃO

Adinan Nogueira¹
Letícia Magalhães Pereira²
Manuel José Damásio³

RESUMO

A saúde tem tido grande atenção dos governos e os investimentos em comunicação para a promoção de saúde com usos adequados de mensagens são cada vez mais necessários. Há a necessidade de investimentos para a prevenção e a diminuição dos valores investidos ao final da vida dos pacientes quando acontecem os maiores gastos devido à falta de prevenção. Porém a comunicação nesse setor é específica e requer cuidados, ainda mais em um cenário digital. Para a transmissão eficaz de mensagens relacionadas à promoção de saúde, com o objetivo de que o receptor da mensagem tome uma atitude em relação à própria saúde, é preciso que a mensagem seja persuasiva e tenha certos cuidados. Assim foi feita uma revisão bibliográfica e análise das teorias de comunicação e saúde e das pesquisas sobre persuasão a partir dos anos 60, bem como a abordagem de aspectos digitais e teorias da comunicação.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação. Persuasão. Teorias. Estratégias. Saúde.

1 INTRODUÇÃO

Em termos de educação e comunicação, as intervenções na área da saúde pública conseguem ser mais efetivas se forem realizadas com mensagens mais adequadas para a compreensão, entendimento e adesão aos tratamentos ou campanhas de prevenção. Tratamento de doenças crônicas, por exemplo, causa altos gastos, em especial no fim da vida, quando são feitos por cerca de 50% dos gastos com saúde (ALEMAYEHU; WARNER, 2004), além de outras questões

¹ Publicitário pela FAAP, tem pós-graduação em Gestão Estratégia de Marketing pela PUC-MINAS. É doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade Lusófona (Lisboa/Portugal), diretor da Agência Cervantes Montenegro e professor na PUC Minas e na UNIFAE. E-mail: adinan@agenciacervantes.com.

² Historiadora e crítica de cinema. E-mail: le_mag_pereira@yahoo.com.br.

³ Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Portugal. E-mail: mjdamasio@ulusofona.pt.

como altas taxas de mortalidade e saúde precária por falta de prevenção, não adesão a tratamentos dentre outras recomendações.

Esta revisão reúne e resume a literatura sobre teorias de comunicação e saúde e das pesquisas sobre persuasão a partir dos anos 60, bem como a abordagem de estratégias e teorias da comunicação relacionadas a este contexto.

A revisão foi feita em bancos de dados de literatura acadêmica publicada por meio do sistema Zotero em Portugal, e pelo Portal de Periódicos Capes no Brasil, com conteúdo gratuito disponível e também assinado. Também livros e revistas específicas foram utilizados para a base do estudo. Em ambas as buscas houve a coleta de textos em inglês e português.

As palavras chaves associadas ao contexto de comunicação e saúde incluídas na pesquisa, embora não restritas, foram: comunicação e/em saúde, publicidade e propaganda em saúde, efetividade, persuasão, convencimento, formação de comportamento e atitudes.

Dessa forma, foi feita uma revisão bibliográfica para se perseguir quais as abordagens, estratégias e teorias acerca dos processos persuasivos que podem ajudar dentro de formulações de mensagens e pesquisas de comunicação no contexto de saúde.

2 TEORIAS E MODELOS EM COMUNICAÇÃO EM SAÚDE

Corcoran (2007) diz que comunicação de saúde é um processo planejado, e que as mensagens estão divididas em comunicação verbal (palavras, frases e expressões utilizadas) e não verbal, e que perpassam pelo individual, pelo grupal, organizacional, comunitário e de massa.

Quadro 01 - As cinco categorias da comunicação

Categoria de comunicação	Exemplos de meio de comunicação
Intrapessoal ou individual	Comunicação interna, o que se pensa ou o que se ouve.
Interpessoal ou de grupo	Comunicação feita de um para outro ou em pequenos grupos, por telefone.
Organizacional	Seminários, debates, reuniões, memorandos, intranets, boletins informativos, oficinas, exposições.
Comunitário	Rádio local, palestras, seminários, debates, jornais locais, cartazes em pontos de ônibus, feiras de saúde.
Comunicação pública ou de massa	Jornais, televisões digitais, rádio nacional, internet, CD-ROM, telefones celulares.

Fonte: Corcoran, 2007, p. 9.

Em Corcoran (2007), citavam-se cinco modelos teóricos que seriam capazes de abranger uma infinidade de teorias que podem ser utilizadas na comunicação em saúde, ainda que isso não signifique uma cobertura definitiva dos modelos teóricos disponíveis para o profissional de saúde: Teoria do Comportamento Planejado (TCP) ou *Theory of Planned Behavior* (TPB) (versão modificada da teoria de Fishbein e Ajzen, 1980); teoria da crença saudável (*health belief model*); modelo dos estágios de mudança; processo de mudança de comportamento (modelo de comportamento percebido) e modelo de comunicação-persuasão.

As duas primeiras teorias, que fazem parte de modelos teóricos, compõem os modelos cognitivos e as três últimas são os modelos de estágios ou *stage-step*. As teorias cognitivas fornecem relatos contínuos de comportamento por meio da proposta de um determinado conjunto de percepções que irão prever ou mudar um comportamento. A teoria do *stage step* postula que o indivíduo atravessa um processo de mudança por meio de uma série de estágios que podem ser cíclicos. Esse modelo se caracteriza pelas pequenas mudanças em certos estágios da vida em vez de uma grande transformação única: pré-conhecimento: quando a pessoa ainda não está pronta para a mudança; conhecimento: pensamento voltado para a mudança; preparação/aprovação: a pessoa

se encontra pronta para mudar; ação/intenção: performance da mudança; manutenção da mudança: continuidade das mudanças; recaída: abandono das mudanças e retorno ao comportamento anterior. Associada a essa teoria, pode-se também observar a estratégia de pedido sequencial ou de conformidade, também conhecida como “pé na porta”. Para Andrews et al. (2016), é baseada em processos de autopercepção. Essa estratégia de persuasão é muito usada para persuadir as pessoas a concordarem com uma ação específica, com base na ideia de que, se ela cumprir com uma pequena solicitação inicial, será mais provável que concorde com um pedido posterior e mais significativo, o qual ela não teria concordado em realizar se tivesse sido pedido primeiro e de forma definitiva. A partir do momento em que se faz solicitações mais exigentes, inicia-se uma relação entre o solicitante e o assunto, fazendo com se torne obrigado a honrar, ou seja, as opiniões e as ações são determinadas pelo modo como se percebe a atuação.

Já em Corcoran (2013), são citados apenas quatro modelos teóricos. Eles foram escolhidos e selecionados por sua adequação e popularidade na comunicação das mensagens de saúde. Porém, eles continuam sendo agrupados da mesma maneira: as teorias cognitivas (percepções ou crenças irá prever um comportamento) e teoria da crença saudável, e os modelos de estágios (cada passo é dado no sentido de conquistar um determinado comportamento ou um processo de mudança, um ciclo) compostos pelo modelo dos estágios de mudança e pelo processo de mudança de comportamento. No entanto, mesmo tendo diminuído uma teoria, duas são as mais importantes: TCP e teoria da crença saudável tanto em Corcoran (2007) quanto em Corcoran (2013).

A Teoria do Comportamento Planejado (TCP) ou *Theory of Planned Behavior* (TPB) afirma que o determinante mais próximo do comportamento é a intenção ou não de realizar um determinando comportamento, ou seja, baseia-se na intenção da pessoa em adotar um comportamento e isso é determinado por três fatores:

- a) Atitude para adotar o comportamento: balanço entre os prós e os contra da adoção do comportamento e o risco e recompensas associados à escolha;
- b) Norma subjetiva: pressão social vinda de outros como família ou da mídia;
- c) Controle comportamental percebido: a percepção que a pessoa tem sobre a sua habilidade em executar o comportamento.

Para Mendez et al. (2012) e Jannuzzi et al. (2014), trata-se de modelo motivacional derivado das teorias cognitivo-sociais, no qual o comportamento é determinado pela intenção (motivação, antecedente imediata do comportamento) para agir (efetivar o comportamento) e pela percepção de controle sobre o comportamento. Martins et al. (2014, p. 109) comentam que “por volta de 1960, Martin Fishbein (1963, 1967) desenvolveu a Teoria da Ação Racional (TRA), a qual foi, com a colaboração de Icek Ajzen e outros estudiosos, revisada e expandida [...]” e que “o modelo proposto nesta teoria somente tem sucesso quando aplicado a comportamentos nos quais a pessoa exerce um domínio volitivo, ou seja, quando ela, de fato, tem a ação do querer”. Além disso, “a teoria acolhe o conceito de que os seres humanos são racionais e, a fim de decidirem por sua realização, utilizam as informações disponíveis, avaliando as implicações de seus comportamentos” (Martins et al., 2014, p. 109). Mesmo assim, a intenção pode ser modificada a qualquer momento e mudar o curso da ação (Ajzen, 1985). O tempo, as crenças proeminentes e as novas informações podem influenciar na mudança de intenções. Com relação às crenças proeminentes, quanto maior a crença proeminente negativa, maior também será a possibilidade de mudança de intenção. É bastante comum, com a aproximação de uma situação na qual a mudança seja arriscada, a crença proeminente tornar-se negativa, a ponto de modificar as intenções e, conseqüentemente, as ações. Outro fator importante relaciona-se à informação na contrapartida da confiança e do compromisso, ou seja, independente de uma nova informação ser relevante a ponto de mudar a intenção, a partir do momento em que haja confiança na informação anterior, a intenção não será modificada. De qualquer maneira, Ajzen (1985), citado por Martins et al. (2014), aponta que as diferenças individuais tornam os seres humanos praticamente únicos e que alguns comportamentos, que poderiam ser similares, são diferentes entre os indivíduos. Os fatores externos podem mudar apenas temporariamente as intenções dos indivíduos, fazendo com que eles retomem a intenção original após um tempo, pois se trata de uma motivação extrínseca.

Outra teoria, a da crença saudável, foi desenvolvida por Becker (1974), a partir do trabalho de Rosenstock (1966), e pode ser usado como um padrão para avaliar ou influenciar a mudança de comportamento (Corcoran, 2013). Essa teoria depende de três fatores:

- a) A necessidade da pessoa em ter um incentivo para mudar seu comportamento;

- b) A pessoa deve sentir que ela está suscetível a algo, como uma doença, por exemplo, se ela não adotar determinado comportamento, e as consequências disso podem ser severas;
- c) A pessoa deve acreditar que a mudança trará benefícios e que precisa deles para superar as barreiras.

De acordo com Corcoran (2013), o modelo da crença saudável propõe que o comportamento das pessoas está vulnerável a quatro fatores: incentivo, sentimento de risco, sentimento de benefícios, eficácia própria. Isso pode ser observado em campanhas para mudança de comportamento sexual, dietas e vacinas. Essa teoria também faz sugestões para se saber como é o sinal que ajuda na mudança de comportamento, considerando algumas variáveis tais como demográficas, sociopsicológicas e estruturais que irão ajudar a pessoa a perceber a gravidade da doença, quais as ameaças e a susceptibilidade, além de fatores como idade, sexo, pressão da sociedade ou contato prévio com a doença.

Já o modelo de comunicação/persuasão (Corcoran, 2007) está relacionado essencialmente ao campo da publicidade, no qual se verificam fatores externo e interno e suas dinâmicas para se examinar a relação de comportamento e resposta às mensagens. Nesta teoria, são importantes os seguintes *inputs*: recursos, mensagem, canal, receptor, destinação/objetivos; e os seguintes *outputs*: exposição à mensagem, atenção, *liking*, compreensão, cognição, desenvolvimento de habilidades, concordância com a mensagem, memorização da mensagem, lembrança da mensagem quando necessária, decisão, ação, pós-ação, convencimento de outras pessoas. Neste sentido, Mendez et al. (2012) concluíram que clareza, pertinência e composição persuasiva fortaleceram a mudança de atitude, aumentaram a intenção e a motivação dos pacientes em adotar um estilo de vida ativo e com mais qualidade.

3 PERSUASÃO

Dentro do convencimento e persuasão de outras pessoas no contexto da saúde, importante entender que persuadir, palavra de origem latina (*“per”*, por meio de, *“Suada”*, deusa romana da persuasão; *persuadere*), significa gerenciar uma relação, falar à emoção do outro, ou seja, agir no plano das emoções, sensibilizando o outro para agir conforme se deseja por meio de um processo

de comunicação estratégica. Já convencer é demonstrar, provar ao outro que algo está correto ainda no plano das ideias (Abreu, 2005).

Para Tonani e Carvalho (2008), persuadir é levar à persuasão ou à convicção, é induzir a fazer, aceitar, crer, aconselhar, admitir como verdadeiro, acreditar, convencer-se. Pinto-Coelho (2005) diz que persuasão é uma forma de controlar a formação ou a transformação do conhecimento e das opiniões.

Ainda, de acordo com Spahn (2012), a persuasão precisa ter critérios de inteligibilidade, ser verdadeira, ter veracidade e estar adequada às tecnologias de persuasão. E para Cialdini (2012, p. 28), “grande parte do processo de persuasão pode ser compreendida como uma tendência humana pela reação automática na forma de atalho”.

O cérebro possui regiões que se associam com processos socioemocionais ao codificarem uma mensagem persuasiva. Isto ocorre nas regiões pré-frontais laterais do cérebro que também estão associadas à visualização da mensagem; além da região pré-frontal, há também a amígdala medial, considerada muito influenciada pelas mensagens persuasivas, revelando uma rede de processamento emocional no engajamento desse tipo de mensagem (DeFleur & Ball-Rokeach, 1993), e de acordo com Ramsay et al. (2013), a persuasão, ao envolver os processos afetivos e executivos provocam uma ativação no cérebro que, posteriormente torna-se responsável por uma mudança comportamental. Estudos realizados por Petty et al. (1983), Petty e Cacioppo (1986) e por Petty, Brinol e Priester (2009) (apud Ramsay et al., 2013) comprovaram que as mensagens persuasivas só obterão sucesso se, paralelamente aos sistemas socioemocionais, também emitirem um controle executivo, de maneira a fazer com que o cérebro assimile a nova informação e a armazene. O poder persuasivo de mensagens corresponde a interações entre os processos afetivos e executivos no cérebro.

Nesta linha Lima e D’Amorim (1985) ao exporem a teoria da persuasão de Fishbein e Ajzen (1980), a qual é baseada na teoria da ação racional, demonstram uma clara distinção entre crença, atitude, intenção e comportamento, que são termos inter-relacionados, porém independentes. Já a teoria tradicional coloca que os componentes cognitivo, afetivo e conativo estão unidos para a mudança de atitude e/ou comportamento por meio da efetividade do processo de persuasão.

Spahn (2012), por meio do Quadro 2, mostra os tipos de racionalidade na conquista da adesão de pacientes a mudanças comportamentais por meio da persuasão.

Quadro 02- Racionalidade comunicativa, persuasiva e estratégica

TIPO DE RACIONALIDADE	OBJETIVO E MÉTODO	TIPO DE RELAÇÃO
Racionalidade comunicativa: “convencimento”	Valores partilhados, mudança comportamental por meio de <u>introspecção</u>	Simetria
Racionalidade persuasiva: “persuasão”	Valores sociais, mudança comportamental por meio de “sacudidelas”	Entre a simetria e a assimetria
Racionalidade estratégica: “manipulação”	<i>Know-how</i> , exercício de poder.	Assimetria

Fonte: Spahn, 2012, p. 643.

4 ENTENDIMENTO

Andrews et al. (2016) colocam que a mensagem precisa ser compreendida com fluência e facilidade. Para Tonani e Carvalho (2008), o processo de persuasão ocorre em cinco etapas:

- 1) envia-se a mensagem para o receptor;
- 2) este a percebe e a identifica;
- 3) o receptor atribui um significado à mensagem;
- 4) esta mensagem passa a agir no receptor como um estímulo;
- 5) esses estímulos geram uma ação que pode se relacionar com a meta desejada por aquele que deseja persuadir.

Já O’Keefe (2016) diz que são quatro os aspectos da estrutura e do formato das mensagens persuasivas: se a conclusão da mensagem é explicitamente indicada, o grau de especificação da

recomendação, o uso de narrativas como veículos para mensagens persuasivas e o uso de solicitações simples.

Deleuze & Guattari (2011) dizem que uma comunicação emerge de dois processos centrais: frequência e ressonância. Pela frequência ou repetição de temas – rebatimento sobre campos – gera-se a fixação de coordenadas e, ao mesmo tempo, o espaço matriz para as palavras de ordem. A ressonância diz respeito aos processos de identificação pelos quais um indivíduo se vê projetado. É mediante as identificações que temas e campos terão poder de atração e, portanto, de impor coordenadas, emitir palavras de ordem, aos que a eles aderiram.

4.1 PERSUAÇÃO E TEORIAS ATUAIS SOBRE O RECEPTOR

Para Wolf (1995, p. 30), citado por Dalmonte (2006, p. 7), “a ideia de dominação ou persuasão exercida pela mídia continua presente nos estudos, mas agora, ao invés de uma especulação sobre as capacidades dominadoras, fala-se de um modelo empírico-experimental”. Desse modo, o receptor já não é mais visto como um ser atomizado e sem expressão, porém como indivíduo marcado por diferenças individuais. Neste novo cenário, há uma valorização das motivações presentes no indivíduo e o efeito não é mais algo externo ao universo do receptor, como na teoria hipodérmica. Mas, sem dúvida, a mudança de perspectiva toma forma de fato a partir daquilo que Wolf (1995 apud Dalmonte, 2006, p. 8) define como “abordagem empírica de campo” ou “dos efeitos limitados”. Pensar a comunicação, na atualidade, configura-se numa atividade ainda mais complexa, visto que distintas lógicas podem se fazer presentes num espaço que outrora se imaginava delimitado à relação emissor-receptor. O princípio da comunicação de massa, dessa forma, é modificado, e agora estabelece uma relação dialógica com grupos de interesse (Dalmonte, 2006).

O sentido e os efeitos passam a nascer da interação entre os textos e os papéis assumidos pelas audiências (Cajazeira, 2013). A denominação de receptor é entendida como um dispositivo que capta mensagens, resultando numa audiência sujeita a dois aspectos: ao condicionamento, em uma relação de causa e efeito, com ênfase nos estudos referentes às respostas aos conteúdos

violentos dos meios; e à modelagem, que tem como princípio o processo de aprendizagem observacional por meio de modelos (McQuail, 1993). Nessa perspectiva, é o receptor que passa a determinar, primordialmente, o processo de recepção. A recepção passa agora a enquadrar a oferta comunicativa. A relação entre mensagem e seus efeitos é sempre mediada pela variável do uso. Os usuários percebem os meios como alternativas funcionais que podem ser usadas para obter satisfação ou gratificação (Silva, 2006), uma vez que eles são capazes de selecionar o que vão ver, de acordo com seus interesses e motivações. O ponto central é a motivação para tal escolha. Segundo McQuail (1993, p. 318) “o postulado básico é de que os membros da audiência fazem uma escolha consciente e motivada entre canais e conteúdos oferecidos”.

McQuail (1993), ressaltando o paradigma que permeia a comunicação além do clássico emissor/receptor, comenta que:

A pertinência da tradição investigativa dos “usos e gratificações” descansa sobre o fato de que seus praticantes têm adotado uma atitude contrária à noção de uma audiência passiva que implica uma quantidade de suposições e para os quais há uma chave, a saber, que as audiências realizam uma seleção consciente e motivada entre os canais e os conteúdos que lhes oferecem (McQuail, 1993, p. 299).

Sobre o receptor O’Keefe (2016) salienta que há três pontos importantes: as diferenças individuais, e modos de influenciar a susceptibilidade do receptor para a persuasão estados transitórios do receptor. Os estados transitórios dos receptores são o humor e a reatância. A teoria da reatância prediz que quando as pessoas recebem mensagens persuasivas que elas interpretam como ameaças à sua liberdade de atitudes, elas tentam reafirmar sua liberdade mantendo suas posições iniciais, ou de maneira mais provocativa, mudando suas opiniões e atitudes em uma direção oposta à posição defendida na mensagem, uma troca denominada efeito bumerangue. Tais atitudes induzidas por reatância devem ser mantidas com o passar do tempo, a menos que as ameaças à liberdade de atitudes sejam removidas. Se tais ameaças são eliminadas, as pessoas podem ser mais favoráveis à posição de uma mensagem.

5 ESTRUTURAÇÃO DA MENSAGEM

Para se comunicar melhor com o receptor, necessita-se observar a mensagem não verbal que, de acordo com Ellis e Beattie (1986) apud Corcoran (2007), contém os seguintes elementos: entonação e ritmo; expressões vocais, mas não verbais; linguagem corporal, contato visual, postura ou gestos; suportes como a aparência.

O'Keefe (2016) também diz que os fatores da mensagem precisam estar agrupados em três grandes categorias: a estrutura da mensagem e o formato, o conteúdo da mensagem e as estratégias de ordem/solicitação. Certamente, se essas categorias forem associadas às de McQuail (1993) e Corcoran (2007), é preciso também levar em consideração para quem a mensagem está sendo enviada, com apelos e abordagens diferenciados quanto aos objetivos, linguagem e público receptor.

Com relação à saúde, em contextos de cuidados, apelar à emoção é uma estratégia importante (Siminoff, Traino e Gordon, 2011), pois quando há um relacionamento positivo entre os profissionais de saúde e seus pacientes, quando as habilidades interpessoais (sensibilidade, construção de parcerias, empatia, preocupação) surgem, a sintonia entre pacientes e profissionais da saúde melhora a ansiedade, os sintomas e até mesmo a dor. O profissional de saúde precisa apontar os benefícios que serão obtidos com as mudanças de comportamentos, mesmo no caso de doenças incuráveis (Miller e colegas, 2014).

A mensagem em saúde precisa conter elementos persuasivos e interpessoais, derrubando qualquer resistência por parte dos receptores na adoção de novos comportamentos (Lu, 2013). Para mudanças comportamentais na área da saúde (Hastall, 2013), essas mensagens precisam ter características especiais:

- a) gravidade: é preciso apontar as ameaças sérias de risco à saúde;
- b) eficácia: as mensagens precisam conseguir motivar mudanças comportamentais por meio do aumento da crença do indivíduo;
- c) evidência: exemplos facilitam a compreensão da gravidade de uma determinada doença.

A compreensão funcional da mensagem persuasiva a partir de vídeos mercadológicos em termos comportamentais ainda são escassos na literatura (Porto, 2011). No entanto, Em um estudo realizado em saúde por Glowacki, McGlone e Bell (2016), percebeu-se que o modelo de linguagem usado pode persuadir, mais ou menos, as pessoas a tomarem determinada atitude. Quando foram utilizados termos como prevenção, a percepção das pessoas foi maior que quando utilizados termos relacionados a comportamentos recomendados, dependendo da doença e sua cronicidade. Nesse cenário, por exemplo, pacientes com menos tempo de diabetes são mais preocupados e têm atitudes mais positivas com a gestão da doença que pacientes com mais tempo (Kueh, Y. C., Morris, T., Borkoles, E., & Shee, H., 2015).

As mensagens, em geral, não são criadas ou estruturadas como apelos de medo. As mensagens podem sim provocar outras emoções, aparentemente sem intenção, mas os apelos de medo provocam mudanças: é o que os autores chamam de precedência da ameaça (O’Keefe, 2016). As teorias de apelo com base em ameaça têm sido fonte de preocupação. O medo e a ameaça são formados por duas peças: a própria ameaça e a ação. A ameaça descreve a gravidade do problema, o grau negativo das consequências, assim como a susceptibilidade da audiência ou sobre quais as consequências que cairão sobre o destinatário da mensagem (Janis, 1967, p. 170 apud Shen & Dillard, 2014).

Para Andrews, Van Leeuwen e Van Baaren (2016), incitar o medo é uma forma de obter submissão e aquiescência. É uma forma muito utilizada no *marketing social* como forma de desencorajar comportamentos perigosos, conforme dito no *framing* negativo.

Muitos autores admitem que a posição de uma ação real é encontrada em variáveis cognitivas, ou seja, que a percepção do risco é que determinaria a eficácia da solução. Além disso, o medo desempenha um papel em tudo, demonstrando que o medo-persuasão possui uma linha direta e linear. O modelo de unidade é a mais antiga das teorias de apelação das ciências sociais, que tem o medo como uma ameaça e é o que motiva as pessoas a seguirem a recomendação inserida em uma mensagem. O destinatário da mensagem se sentiria motivado a aliviar a emoção negativa e tudo se tornaria eficaz e gratificante na redução do medo, criando um ambiente propício para a persuasão. Assim, se o sentimento de medo não for reduzido ou continuar aumentando, o

indivíduo vai se envolver em algum tipo de reação defensiva, tais como negação do perigo ou evitar o tom persuasivo da mensagem (Miller, 1963 apud Shen & Dillard, 2014).

As ameaças dentro das comunicações de risco são utilizadas dentro das mensagens de *marketing* social como forma de motivar as pessoas a assumirem estilos de vida mais saudáveis: trata-se de mensagens persuasivas que demonstram o que pode acontecer caso a pessoa continue assumindo atitudes não saudáveis. A ameaça precisa estar associada a um processo de controle de risco para que motive as pessoas e as ajude a processar a mensagem, adaptando e adotando novos comportamentos (Panic et al., 2014).

Duas situações importantes: a primeira é o controle de risco ou do medo que gera negação do problema, minimização do valor da informação e sensação de manipulação; a segunda é o controle do perigo, que ocorre quando a percepção da eficiência é maior que a percepção do risco e gera mudanças em atitude, intenções e comportamento, exatamente o oposto da primeira (Batista, 2007). Isso pode ser compreendido por meio do Quadro 3.

Quadro 03 - O que a mensagem e a campanha buscam diante do controle do medo e do perigo

Condição	Tipo de mensagem	Foco da campanha
Controle do medo	Eficiência	Eficiência da proteção
Controle do perigo	Proteção	Ameaça é persistente

Fonte: Batista, 2007.

Leventhal e Benyamini (*apud* Sousa; McIntyre; Martins & Silva, 2015) dizem que a forma como as pessoas percebem os seus sintomas influencia o seu comportamento. Perante pouca sintomatologia da doença (diabetes, por exemplo) é possível que as pessoas não se sintam motivadas a procurar mais informação, principalmente quando consideram que já possuem a informação necessária para lidar com a doença no dia-a-dia.

Para Almeida (2007), a comunicação de risco tem o propósito de trocar informações sobre riscos de qualquer natureza em situações que possam ameaçar a saúde, a segurança ou o ambiente, capacitando o público-alvo sobre comportamentos que possam reduzir os riscos, tornando-se um instrumento essencial de gestão de risco em saúde pública.

Ameaça e ação são estruturadas de maneira que a ameaça precede a ação, e o medo pode ser utilizado, desde que na medida certa, pois, conforme o estudo realizado por Shen e Dillard (2014) pessoas mais assustadas ou amedrontadas são também as mais facilmente convencidas - o medo e a persuasão são positivamente correlacionados. Porto (2011) também verificou que imagens com punição e reforço em filmes publicitários conseguiam influenciar mais as pessoas.

O efeito *framing*, criado por Erving Goffman na década de 1970 (Mayer e Ávila, 2010, p. 685), “é a possibilidade de influenciar a decisão de um indivíduo sem distorcer a informação ou suprimi-la por meio de mudanças sutis na estruturação do problema”, ou seja, há uma modelagem da notícia por meio de destaque ou ocultamento de certos aspectos, optando-se pelo *framing* positivo ou o negativo que seriam a mesma forma de oferecer uma informação, só que de uma maneira positiva ou negativa.

No campo da saúde, percebeu-se que o *framing* positivo se torna mais eficaz quando o objetivo é alertar sobre os fatores que possam impedir o aparecimento da doença e o negativo é mais efetivo para alertar como detectar a doença (Rothman et al., 2006). Alguns pesquisadores afirmam que o *framing* negativo é mais efetivo que o positivo (Matos & Veiga, 2004 apud Mayer & Ávila, 2010); já outros afirmam que o uso do *framing* positivo ou negativo dependerá da experiência prévia do receptor sobre o assunto e do seu grau de envolvimento (o *framing* negativo é mais efetivo e persuasivo em situação de alto envolvimento, ocorrendo o contrário em situação de baixo envolvimento, fazendo com que os indivíduos acabem baseando suas atitudes em simples deduções e com o que eles mais concordam). Já Chang (2007), também citado por Mayer e Ávila (2010), afirma que o efeito *framing* em mensagens de saúde está relacionado ao humor: quando a pessoa está mal-humorada, o *framing* positivo é mais eficiente; em contrapartida, quando ela está bem-humorada, é mais efetivo o *framing* negativo.

Em um estudo realizado com pacientes cardíacos graves, por exemplo, percebeu-se novos e melhores comportamentos quando a mensagem persuasiva era focada na sobrevivência, quando os médicos apelavam tanto para o emocional quanto para o racional (Gigerenzer, 2014), com foco na satisfação a ser obtida.

Porém, Mayer e Ávila (2010), por meio de um estudo aplicado, apontam que os melhores resultados foram obtidos a partir da persuasão do *framing* negativo. Isto se deve ao fato de que

ênfatizar os aspectos negativos tem maior impacto persuasivo que os positivos (Gráfico 1), pois se percebe que a perda de algo é maior que o prazer do ganho.

Gráfico 01 - Percepção de valor



Fonte: Tversky; Kahneman (1984, p. 342).

Nesta mesma linha está a *Prospect Theory* (Okuhara e colegas, 2014) que sugere que as pessoas tendem a assumir riscos quando avaliam as opções mais em termos de custos associados, evitando os riscos quando as mesmas opções são descritas em termos de benefícios associados. Quando a escolha é moldada para destacar os ganhos potenciais, as pessoas estão menos dispostas a escolher opções arriscadas para garantir esses ganhos. Assim, percebe-se que é mais fácil persuadir as pessoas demonstrando as perdas potenciais, caso não se motivem a assumir um comportamento saudável, que propriamente observarem os benefícios ou ganhos potenciais.

Para O’Keefe (2016) uma mensagem de ganho enfatiza as vantagens de empreender uma ação defendida, uma mensagem de perda enfatiza as desvantagens do não engajamento na causa defendida. Os apelos da mensagem de perda e ganho diferem na condição antecedente: no apelo da mensagem de ganho, o antecedente está em conformidade com o curso da ação recomendada pelo comunicador, enquanto que o apelo da mensagem de perda é a não conformidade.

Já Marcondes et al. (2014) analisaram os efeitos das estratégias persuasivas chamadas de Alpha (“argumentos fortes”; eficazes porque oprimem a resistência, são mais persuasivas, no

entanto aumentam o conflito entre as decisões) e Ômega (“pequenos passos incrementais” ou “teoria do pé na porta”, de acordo com Andrews et al. (2016) são mais eficazes porque reduzem a resistência de uma pessoa tornando a decisão menos conflituosa e mais gratificante). Concluiu-se que as estratégias com informações Ômegas – “pequenos passos incrementais” – possuem maior efeito para a mudança de comportamento dos jovens, levando, nesse caso, a uma maior atitude.

Em outra via, no modelo de comunicação-persuasão, segundo Prati et al (2001) apud O’Keefe (2016), as mensagens com narrativas são ainda mais persuasivas do que as didáticas – isso em um estudo que observou as percepções de risco e eficácia em campanhas de vacinação contra a gripe. Narrativas têm uma vantagem persuasiva que varia de caso para caso, mas que, geralmente, é causada pelo grau de identificação do receptor com os personagens da narrativa, pelo envolvimento da mensagem, pela natureza do meio, entre outros. Isso pode ser visto em especial nas mensagens que unem entretenimento e educação. Outro aspecto para Oreg e Sverdlík (2014) é o estudo da personalidade a partir da psicologia social. Para eles, é preciso vincular a personalidade com a persuasão para conseguir mudanças comportamentais. É preciso manter uma abordagem interacionista de modo a conhecer quais os processos que realmente persuadem um indivíduo, no campo de suas próprias características. Esses estudos precisam se concentrar nos processos cognitivos daqueles que se pretende atingir e não nas suas ações para se atingir eficiência no modelo comunicação-persuasão, além de aspectos dos interlocutores que podem auxiliar na comunicação:

- a) extroversão: pessoas extrovertidas e comunicativas facilitam o contato com os outros, demonstrando certa dominância entre os menos extrovertidos;
- b) socialização: pessoas simpáticas sempre são reforçadoras de um posicionamento;
- c) conscientização: pessoas conscientes são mais cuidadosas, detalhistas e organizadas;
- d) estabilidade emocional: os que possuem esta característica são menos ansiosos e impulsivos, possuindo grande poder de persuasão, além de possuírem uma grande eloquência;
- e) abertura: pessoas com essa característica são curiosas, perspicazes, com amplos interesses, criativas, fazem uso de abordagens não convencionais ao tentarem persuadir os outros.

Nesse sentido Gray et al. (2012) ressaltam a importância das redes de opinião online para o intercâmbio social de pessoas altamente envolvidas em experiências e com opiniões sobre assuntos de interesse mútuo em um processo de persuasão. Complementam Cabezudo et al. (2013) colocando que, nas redes de opinião online oficiais, a qualidade da informação é mais relevante, porém nas não oficiais a confiança na fonte é mais importante no processo de persuasão.

6 RESUMO TEÓRICO

Quadro 04 – Resumo das principais teorias, autores e elementos básicos

Principais referências	Autores	Elementos básicos
Teorias e modelos em comunicação em saúde	Corcoran (2007, 2013)	De acordo com Corcoran (2007), o modelo de comunicação/persuasão está relacionado essencialmente ao campo da publicidade em relação à relação de comportamento e resposta às mensagens. Corcoran (2007, 2013): as teorias cognitivas (propõem que um determinado conjunto de percepções, ou crenças, irá prever um comportamento) formadas pela TCP (Teoria do Comportamento Planejado) de Ajzen (1980) e a teoria da crença saudável, e os modelos de estágios (processo de mudanças, passos ou ciclo) compostos pelo modelo dos estágios de mudança e pelo processo de mudança de comportamento, além do modelo de comunicação-persuasão.
Teoria do Comportamento Planejado (TCP)	Ajzen (1980) citado por Corcoran (2013)	A TCP baseia-se em três fatores: a) Atitude para adotar o comportamento: balanço entre os prós e os contra da adoção do comportamento e o risco e recompensas associados à escolha; b) Norma subjetiva: pressão social vinda de outros como família ou <i>media</i> ; c) Controle comportamental percebido: a percepção que a pessoa tem sobre a sua habilidade em executar o comportamento.
TRA - Teoria da Ação Racional	Ajzen (1985), citado por Martins et al. (2014)	As ações são dominadas pelas intenções, de acordo com a TRA. É bastante comum, com a aproximação de uma situação na qual a mudança seja arriscada, a crença proeminente tornar-se negativa, a ponto de modificar as intenções e, conseqüentemente, as ações. - Ajzen (1985), citado por Martins et al. (2014).
Mudança Comportamental Positiva (Crença saudável)	Becker (1974), a partir do trabalho de Rosenstock (1966), citado por Corcoran (2013)	A teoria da Mudança Comportamental Positiva (Crença saudável), desenvolvida por Becker (1974), a partir de Rosenstock (1966) pode ser usada como padrão para avaliar/influenciar a mudança de comportamento (Corcoran, 2013). A teoria depende de três fatores: a necessidade de incentivo para mudar o

		comportamento, a percepção de suscetibilidade a algo grave se o comportamento não for mudado e a crença de que a mudança trará benefícios para superar barreiras.
Persuasão	Corcoran (2013) Panic et al. (2014) Batista (2007) Sousa et al. (2015) Mayer e Avila (2010) Cajazeira (2013) McQuail, 1993; Nightingale, (1999) Juárez (1989) Silva (2006) O'Keefe (2016) Tonani & Carvalho (2008) Oreg e Sverdlik (2014) Hastall e Knobloch-Westerwick (2013) Andrews et al. (2016) Kueh, Y. C. et al. (2015) Cabezudo et al. (2013) Shen & Dillard (2014)	O processo de persuasão envolve os efeitos da mensagem no receptor, relevantes para a meta da fonte. Critérios importantes: 1) relevância dos efeitos; 2) instrumentalidade da persuasão para alcançar a meta (adotar, permanecer, dissuadir, descontinuar); 3) importância das mensagens verbais, não verbais ou combinadas; 4) envolvimento da escolha; 5) natureza pessoal e interpessoal da persuasão (Tonani & Carvalho, 2008). O poder persuasivo das mensagens está relacionado a interações entre processos afetivos e executivos no cérebro. Mensagens de saúde devem ter características especiais (Hastall & Knobloch-Westerwick, 2013: a) gravidade, destacando ameaças sérias; b) eficácia, motivando mudanças comportamentais; c) evidência, usando exemplos para mostrar a gravidade de doenças. Marcondes, Silva e Gabriel (2014) estudaram estratégias persuasivas Alpha (argumentos fortes, mais persuasivos, mas aumentam o conflito) e Ômega (pequenos passos incrementais, menos conflituosos e mais gratificantes) (Andrews et al., 2016).
Persuasão	Corcoran (2013) Panic et al. (2014) Batista (2007) Sousa et al. (2015) Mayer e Avila (2010) Cajazeira (2013) McQuail, 1993; Nightingale, (1999) Juárez (1989) Silva (2006) O'Keefe (2016) Tonani & Carvalho (2008) Oreg e Sverdlik (2014) Hastall e Knobloch-Westerwick (2013) Andrews et al. (2016) Kueh, Y. C. et al. (2015) Cabezudo et al. (2013) Shen & Dillard	O receptor é um dispositivo que capta mensagens e determina o processo de recepção. Ele está sujeito a dois aspectos: condicionamento e modelagem (McQuail, 1993; Nightingale, 1999). A teoria de usos e gratificações rompe o paradigma do receptor passivo ou ativo (Juárez, 1989; Silva, 2006). Mensagens persuasivas com recomendações explícitas e narrativas são mais eficazes, especialmente na área de saúde (Prati et al., 2001 apud O'Keefe, 2016). O humor e a reatância dos receptores são importantes (O'Keefe, 2016). A teoria da reatância prevê que as pessoas tentam reafirmar sua liberdade quando interpretam mensagens persuasivas como ameaças.
Persuasão	Corcoran (2013) Panic et al. (2014) Batista (2007)	De acordo com Corcoran (2013), o modelo da crença saudável propõe que o comportamento das pessoas está vulnerável a quatro fatores: incentivo, risco, benefícios, eficácia própria. As

	Sousa et al. (2015) Mayer e Avila (2010) Cajazeira (2013) McQuail, 1993; Nightingale, (1999) Juárez (1989) Silva (2006) O’Keefe (2016) Tonani & Carvalho (2008) Oreg e Sverdlík (2014) Hastall e Knobloch-Westerwick (2013) Andrews et al. (2016) Kueh, Y. C. et al. (2015) Cabezudo et al. (2013) Shen & Dillard (2014)	ameaças nas comunicações de risco são usadas no marketing social para motivar mudanças de estilo de vida: mensagens persuasivas mostram as consequências de comportamentos não saudáveis. A ameaça precisa estar ligada ao controle de risco para motivar e influenciar novos comportamentos (Panic; Cauberghe & De Pelsmacker, 2014). Duas situações merecem atenção: controle do medo gera negação, minimização e sensação de manipulação; controle do perigo gera mudanças positivas em atitude e comportamento (Batista, 2007). Chang (2007), citado por Mayer e Avila (2010), afirma que o efeito framing em mensagens de saúde depende do humor: framing positivo funciona melhor quando a pessoa está mal-humorada, enquanto framing negativo funciona melhor quando está bem-humorada. Os textos interagem com as audiências (Cajazeira, 2013).
Frequência e ressonância	Deleuze & Gattari (2011)	Deleuze (Deleuze & Gattari, 2011) enfatiza que a comunicação é composta por frequência e ressonância. A frequência é a repetição de temas que gera a fixação de coordenadas e espaço para palavras de ordem. A ressonância se refere aos processos de identificação em que um indivíduo se vê projetado em uma proposta comunicativa. As identificações determinam o poder de atração dos temas e campos, impondo coordenadas e emitindo palavras de ordem.
Tecnologia dos <i>media</i> em saúde	Gray et al. (2012) Cabezudo et al. (2013)	Gray et al. (2012) ressaltam a importância das redes de opinião online para o intercâmbio social de pessoas altamente envolvidas em experiências e com opiniões sobre assuntos de interesse mútuo em um processo de persuasão. Complementam Cabezudo et al. (2013) colocando que, nas redes de opinião online oficiais, a qualidade da informação é mais relevante, porém nas não oficiais a confiança na fonte é mais importante no processo persuasivo.

Elaborado pelos autores

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Podemos afirmar que as informações têm o poder de influenciar comportamentos quando empregadas de maneira persuasiva. No entanto, é crucial considerar as necessidades e condições especiais dos receptores ao formular mensagens em contextos de saúde, a fim de garantir uma recepção adequada. Ao contrário da comunicação mercadológica, onde as circunstâncias podem ser mais padronizadas, na comunicação em saúde existem situações específicas que impactam a recepção da mensagem e suas consequências na vida dos pacientes.

A revisão da literatura revelou a existência de teorias e diretrizes valiosas que podem orientar a criação de mensagens de comunicação no contexto da saúde e servir como base para pesquisas nessa área essencial. É imperativo estabelecer uma sólida base de referências em persuasão para desenvolver políticas, programas e práticas eficazes e eficientes no uso da e-comunicação em saúde, visando a prevenção e o controle de doenças transmissíveis e não transmissíveis.

Portanto, o desafio consiste em aprimorar a capacidade de pesquisas em persuasão nos diversos contextos, a fim de aplicar esse conhecimento à comunicação em saúde de maneira mais eficaz. A realização de estudos mais aprofundados nessa área é fundamental para aprimorar a compreensão de como as mensagens de comunicação são recebidas e processadas pelos pacientes. Com uma base de conhecimento mais sólida em persuasão, será possível desenvolver estratégias de comunicação em saúde mais eficazes, contribuindo para a melhoria da saúde pública como um todo.

REFERÊNCIAS

- ABREU, A. S. **A arte de argumentar**: gerenciando razão e emoção. 8. ed. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2005.
- ANDREWS, M.; VAN LEEUWEN, M.; & VAN BAAREN, R. **Persuasão na publicidade**: 33 técnicas de convencer. Tradução Márcia Longarço. São Paulo: Gustavo Gili, 2016.
- BATISTA, L. L. A comunicação de risco. In: Perez, C.; Barbosa, I. S. (orgs.). **Hiperpublicidade**. São Paulo: Cengage Learning, 2007. Cap. 16, pp. 429-447.
- CABEZUDO, R. S. J., IZQUIERDO, C. C. & PINTO, J. R. The persuasion context and results in online opinion seeking: effects of message and source—the moderating role of network managers. **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, v. 16, n. 11, 2013.
- CIALDINI, R. B. **As armas da persuasão**. Tradução de Ivo Korytowski. Rio de Janeiro: Sextante, 2012.
- CORCORAN, N. (ed.). **Communicating health**: strategies for health promotion. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2007.
- CORCORAN, N. (ed.). **Communicating health**: strategies for health promotion. 2nd.ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2013.
- DALMONTE, E. F. Pensar a comunicação hoje: a comunicação na internet, segundo a lógica dos usos e gratificações. Universidade Federal da Bahia/Facom, **Intercom** – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UnB – 6 a 9 de setembro de 2006.
- DeFLEUR & BALL-ROKEACH. **Teorias da Comunicação de Massa**. Zahar, 1993.
- DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Felix. **Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia 2**, vol. 2. São Paulo, Ed. 34, 2011.
- GRAY, L., MACDONALD, C., MACKIE, B., PATON, D., JOHNSTON, D. & BAKER, M. G. Community responses to communication campaigns for influenza A (H1N1): a focus group study. Research article. **BMC Public Health**, v. 12, n. 205, 2012.
- GIGERENZER, G. The art of risk communication: should patients listen to how doctors frame messages? Different phrasing can change a neutral message to an implicit recommendation. Observations. **The British Medical Journal**, 29 November 2014.
- GLOWACKI, E. M.; MCGLONE, M. S. & BELL, R. A. Targeting type 2: linguistic agency assignment in diabetes prevention policy messaging. **Health Communication**, v. 21, n. 4, pp. 457-68, 2016.
- HASTALL, M. R. & KNOBLOCH-WESTERWICK, S. Severity, efficacy, and evidence type as determinants of health message exposure. **Health Communication**, v. 28, pp. 378-388, 2013.
- JANNUZZI, F. F. et al. Crenças relacionadas à adesão ao tratamento com antidiabéticos orais segundo a Teoria do Comportamento Planejado. Artigo original. **Rev. Latino-Am. Enfermagem**, v. 22, n. 4, pp. 529-37, jul./ago. 2014.

KUEH, Y. C., MORRIS, T., BORKOLES, E., & SHEE, H. (2015). Modelling of diabetes knowledge, attitudes, self-management, and quality of life: a cross-sectional study with an Australian sample. **Health and quality of life outcomes**, 13(1), 129.

LIMA, V. M. L. M. & D'AMORIM, M. A. M. Aplicação da teoria de persuasão de Fishbein e Ajzen no recrutamento de doadores voluntários e periódicos de sangue. **Psicologia Social**. Arq. bras. Psic., Rio de Janeiro, v. 37, n. 2, pp. 110-124, . abr. /jun. 1985.

MARCONDES et al. O efeito das estratégias persuasivas (Alpha e Ômega) nas mensagens publicitárias na intenção de consumo de álcool pelos jovens. **Revista de Administração da UNIMEP**, v. 12, n. 1, jan./abr. 2014.

MARTINS et al. Teoria do comportamento planejado: uma aplicação no mercado educacional superior. **Gestão & Regionalidade**, v. 30, n. 88, jan./abr., 2014, pp. 107-122. Universidade Municipal de São Caetano do Sul, São Caetano do Sul, Brasil.

MAYER, V. F. & AVILA, M. G. A influência da estruturação da mensagem em comportamentos relacionados à saúde: um teste experimental. **Saúde Soc.** São Paulo, v.19, n. 3, pp.685-697, 2010.

MCQUAIL, D. **Introducción a la teoria de la comunicación de masas**. Barcelona: Ediciones Paidós, 1993.

MENDEZ, R. D. R. et al. Validação de mensagens persuasivas para promoção de atividade física entre coronariopatas. Artigo original. **Rev. Latino-Am. Enfermagem**, v. 20, n. 6, nov./dez. 2012.

NIGHTINGALE, Florence. Florence Nightingale: measuring hospital care outcomes: excerpts from the books Notes on matters affecting the health, efficiency, and hospital administration of the British army founded chiefly on the experience of the late war, and Notes on hospitals. **Joint Commission Resources**, 1999.

O'KEEFE, D. J. **Persuasion: theory and research**. 3. ed. Newbury, Los Angeles, CA: Sage, 2016.

OREG, S. & SVERDLIK, N. Source personality and persuasiveness: big five predispositions to being persuasive and the role of message involvement. **Journal of Personality**, v. 82, n. 3, June 2014

PORTO, R. B. Conceitos comportamentais em filme de propaganda: aplicação de técnicas que descrevem a mensagem persuasiva. **PsiCo**, Porto Alegre, PUCRS, v. 42, n. 3, pp. 310-318, jul./set. 2011.

PANIC K., Cauberghe V. & De PELSMACKER, P. Promoting dental hygiene to children: comparing traditional and interactive media following threat appeals. **Journal of Health Communication**, v. 19, n. 5, pp. 561-76, 2014.

PEREZ-STABLE, Eliseo J. et al. Self-reported diabetes in Mexican Americans: HHANES 1982-84. **American journal of public health**, v. 79, n. 6, p. 770-772, 1989.

RAMSAY, Ian S. et al. Affective and executive network processing associated with persuasive antidrug messages. **Journal of cognitive neuroscience**, v. 25, n. 7, p. 1136-1147, 2013.Messages

ROTHMAN, A. et al. The strategic use of gain- and loss-framed messages to promote healthy

behavior: how theory can inform practice. **Journal of Communication**, New York, v. 56, pp. 202-220, Sept. 2006.

SILVA, C. P. Estudos de audiência e recepção: mais do que números do Ibope – aspectos históricos. **Intercom** – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UnB – 6 a 9 de setembro de 2006.

SHEN, L. & DILLARD, J. P. Threat, fear, and persuasion: review and critique of questions about functional form. Pennsylvania State University, USA, **Review of Communication Research**, v. 2, n. 1, 2014.

SOUSA, M. R. et al. Questionário dos conhecimentos da diabetes (QCD): propriedades psicométricas. Artigo original. **Revista portuguesa de saúde pública**, v. 33, n. 1, pp. 33-41, 2015.

SPAHN, A. And dead us (not) into persuasion...? Persuasive technology and the ethics of communication. Received: 9 February 2011 / Accepted: 21 April 2011 / Published online: 5 May 2011. **Sci Eng Ethics**, v. 18, n. 4, pp. 633-650, Dec. 2012.

TONANI, M. & CARVALHO, E. C. Risco de câncer e comportamentos preventivos: a persuasão como estratégia de intervenção. **Rev Latino-am Enfermagem**, v. 16, n. 5, set./out. 2008.

WORLD HEALTH ORGANIZATION (**WHO**). Disponível em:
<https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019?adgroupsurvey={adgroupsurvey}&gclid=Cj0KCQjwgMqSBhDCARIsAIIvN1UXHnr1vclMdlbDIYTcuS8KSsf4W_h9Piqh2aFpdw3r6MFH6F0VzjUaAltOEALw_wcB>. Acesso em: 10 abr. 2022.

Health Communication: Theories About Persuasion

ABSTRACT

Health has received great attention from governments and investments in communication for health promotion with adequate use of messages are increasingly necessary. There is a need for investments in prevention and the reduction of amounts invested at the end of patients' lives, when higher expenses occur due to lack of prevention. However, communication in this sector is specific and requires care, as it is different from marketing communication. For the effective transmission of messages related to health promotion, with the aim of making the recipient of the message take an attitude towards his own health, the message must be persuasive and take certain precautions. Thus, a bibliographic review and analysis of communication and health theories and research on persuasion from the 60s onwards were carried out, as well as the approach to communication strategies and theories.

Keywords: Communication. Persuasion. Theories. Strategies. Health.

Comunicación En Salud: Teorías Sobre Persuasión

RESUMEN

La salud ha recibido gran atención por parte de los gobiernos y las inversiones en comunicación para la promoción de la salud con un uso adecuado de los mensajes son cada vez más necesarias. Existe la necesidad de inversiones en prevención y la reducción de los montos invertidos al final de la vida de los pacientes, cuando ocurren mayores gastos por falta de prevención. Sin embargo, la comunicación en este sector es específica y requiere cuidado, ya que es diferente a la comunicación de marketing. Para la transmisión eficaz de mensajes relacionados con la promoción de la salud, con el objetivo de que el receptor del mensaje tome una actitud hacia su propia salud, el mensaje debe ser persuasivo y tomar ciertas precauciones. Así, se realizó una revisión y análisis bibliográfico de las teorías de la comunicación y la salud e investigaciones sobre la persuasión a partir de los años 60, así como el abordaje de las estrategias y teorías de la comunicación.

Palabras clave: Comunicación. Persuasión. Teorías. Estrategias. Salud.

Recebido em: 20/06/2022

Aceito em: 01/11/2022