

ISBN: 978-85-5659-027-5

III JORNADA INTERDISCIPLINAR DO PPGCOM

**A CONSTRUÇÃO DO CONHECIMENTO
NA PÓS-GRADUAÇÃO**

ANAIIS

Organizadores:

Liana Vidigal Rocha

Cynthia Mara Miranda

Sérgio Ricardo Soares Farias Silva





Universidade Federal do Tocantins - UFT
Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação – PROPESQ
Campus Universitário de Palmas
Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade - PPGCOM

III Jornada Interdisciplinar do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade

22 e 23 de outubro de 2018

Temática:

A Construção do Conhecimento na Pós-Graduação

Coordenação Geral

Liana Vidigal Rocha
Cynthia Mara Miranda
Sérgio Ricardo Soares Farias Silva

Palmas-TO

2018

Copyright © 2018 - Universidade Federal do Tocantins – Todos os direitos reservados

www.uft.edu.br

<http://www.uft.edu.br/ppgcom>

Campus Universitário de Palmas

Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade

**Avenida NS 15, Quadra 109 Norte | Plano Diretor Norte
Sala 15, Bloco II
Palmas/TO | 77001-090**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Tocantins - SISBIB

F981a Fundação Universidade Federal do Tocantins.
Anais da III Jornada Interdisciplinar do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade: A construção do conhecimento na Pós-graduação, 22 e 23 de outubro de 2018 / Coordenação Geral: Liana Vidigal Rocha, Cynthia Mara Miranda, Sérgio Ricardo Soares Farias Silva – Palmas, TO, 2018.

ISBN: 978-85-5659-027-5

1. Comunicação. 2. Conhecimento. 3. Pós-graduação. I. Título.

CDD 302.3

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – A reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde que citada à fonte. A violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.



Reitor: Luís Eduardo Bovolato
Vice-Reitora: Ana Lúcia de Medeiros
Pró-reitor de Administração e Finanças: Jaasiel Nascimento Lima
Pró-reitor de Assuntos Estudantis: Kherlley Caxias Batista Barbosa
Pró-reitor de Avaliação e Planejamento: Eduardo Andrea Lemus Erasmo
Pró-reitora de Graduação: Vânia Maria de Araújo Passos
Pró-reitor de Extensão Cultura e Assuntos Comunitários: Rummening Abrantes Dos Santos
Pró-reitor de Pesquisa e Pós-Graduação: Raphael Sanzio Pimenta
Pró-reitora de Gestão e Desenvolvimento de Pessoas: Elisabeth Aparecida Corrêa Menezes
Diretor do Câmpus de Palmas: Marcelo Leineker Costa
Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade: Cynthia Mara Miranda

Coordenação Geral

Liana Vidigal Rocha,
Cynthia Mara Miranda,
Sérgio Ricardo Soares Farias Silva

Comitê Técnico-Científico

Antônio José Pedroso Neto – UFT/PPGCOM
Carlos Fernando Martins Franco – UFT/PPGCOM
Cynthia Mara Miranda – UFT/PPGCOM
Liana Vidigal Rocha – UFT/PPGCOM
Verônica Dantas Meneses – UFT/PPGCOM

Comissão Organizadora

Liana Vidigal Rocha
Sérgio Ricardo Soares Farias Silva
Yago Modesto Alves
Sarah Melisa Barros de Souza
Lys Apolinário Reis
Talita Melz
Cynthia Maria Barreto Correia
Davino Pereira Lima Junior
Cláudio Chaves Paixão

Edição dos Anais

Yago Modesto Alves

Arte da capa

Davino Pereira Lima Junior

APRESENTAÇÃO

A terceira Jornada Interdisciplinar do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal do Tocantins completa o terceiro ano do Mestrado Acadêmico promovendo seu evento para consolidar a pesquisa e a pós-graduação no estado do Tocantins e na região Norte do Brasil na área da Comunicação.

Realizado nos dias 22 e 23 de outubro de 2018, nessa edição o evento procurou ampliar o seu poder de alcance e participação ao contar com a participação de um conferencista internacional, o prof. Dr. Paulo Manuel Ferreira da Cunha (Universidade Da Beira Interior – Portugal), que ministrou a palestra de abertura com o seguinte tema: “Cinema e Estudos Comunicacionais. Estudo do videoclipe “This is America” (Hiro Murai, 2018)”. A escolha da temática reforça o caráter interdisciplinar do programa, oferecendo ainda novas possibilidades para investigações científicas dentro da área da Comunicação.

O evento contou ainda com a participação de pesquisadores do programa, alunos da graduação do curso de Jornalismo da UFT, pesquisadores de outras IES e comunidade externa. Além disso, houve a apresentação de trabalhos científicos acadêmicos e trabalhos de origem audiovisual desenvolvidos por discentes da Universidade da Beira Interior (UBI), de Portugal.

Assim a jornada procurou ser um articulador das pesquisas nas diversas áreas do conhecimento que possuam interface com a presença e o papel da comunicação na sociedade, sobretudo, no que diz respeito à pós-graduação e sua integração com a graduação.

Os principais objetivos do evento foram ser um espaço de fomento ao desenvolvimento de pesquisas e a formação continuada dos egressos nas diversas áreas das Ciências Humanas, Sociais e Aplicadas, entre outras, contribuir para a produção e difusão de objetos e metodologias de pesquisa no âmbito da Comunicação e áreas afins e fomentar as trocas de experiências acadêmicas e

culturais entre docentes, pós-graduandos e graduandos, bem como o acesso à produção científica pela sociedade em geral.

A programação da terceira edição da Jornada mais uma vez apontou para a interdisciplinaridade entre as áreas da comunicação, tendo como foco a produção do conhecimento científico. Além da conferência de abertura proferida pelo prof. Dr. Paulo Cunha, o evento contou com a realização da Mesa “Pesquisa em Comunicação: metodologias e práticas do PPGCOM”, cujo objetivo era apresentar pesquisas desenvolvidas por professores e discentes, em nível de pós-doutorado, pertencentes ao programa.

Com o objetivo de expor os tipos de pesquisa e de métodos utilizados e/ou desenvolvidos pelos pesquisadores, de maneira que possam contribuir para o conhecimento científico dos participantes do evento, os palestrantes apresentaram as investigações sobre Jornalismo e Comunicação no dia 23 de outubro. Participaram da mesa o prof. Dr. Antonio José Pedroso Neto (UFT), a prof^ª. Dr^ª Liana Vidigal Rocha (UFT) e a prof^ª Dr^ª Darlene Teixeira Castro (Unitins).

Concomitantemente foi realizada a Mostra Universitária de Cinema Português desenvolvida a partir da apresentação de trabalhos audiovisuais desenvolvidos por discentes da Universidade da Beira Interior (UBI), de Portugal. O objetivo foi promover o intercâmbio de produções acadêmicas entre as duas instituições, fomentando assim o interesse, sobretudo, dos discentes, em produzir material audiovisual durante os períodos da graduação e da pós-graduação.

A Jornada Interdisciplinar do PPGCOM teve 31 trabalhos inscritos, tendo a apresentação de 29 investigações científicas em sessões orais por pesquisadores, docentes, estudantes de graduação de iniciação científica, estudantes de pós-graduação e profissionais de áreas como Jornalismo, Publicidade, Cinema, Letras, Psicologia, Sociologia, Antropologia, Pedagogia e História. Os resumos expandidos foram divididos em dois grupos de trabalho, seguindo as linhas de pesquisa do PPGCOM: GT 1 - Jornalismo, Mídias e Cultura e GT 2 - Comunicação, Poder e Identidade.

Já a palestra de encerramento foi proferida pelo Dr. José Fernando Patiño Torres, professor do curso de Psicologia da Universidade Federal do Tocantins, campus Miracema, que tratou do seguinte assunto: “A relação orientador x aluno na

pós-graduação”. Em sua apresentação, o pesquisador destacou os sentimentos e conflitos que podem surgir durante o desenvolvimento das investigações científicas bem como as possíveis soluções para essas situações.

Deste modo a III Jornada do PPGCOM consolida-se como um evento científico aberto a discussões e debates acerca da interdisciplinaridade presente na área da Comunicação, com o objetivo de ampliar o conhecimento produzido na Universidade Federal do Tocantins.

Palmas, 20 de dezembro de 2018.

Liana Vidigal Rocha

Cynthia Mara Miranda

Sérgio Ricardo Soares Farias Silva

Organizadores dos anais

SUMÁRIO

GT 1 – JORNALISMO, MÍDIAS E CULTURA

NOVAS TENDÊNCIAS NAS PRÁTICAS JORNALÍSTICAS

O Crowdsourcing Como Prática Colaborativa No Jornalismo.....	10
A presença das Narrativas Digitais em sites com características do Jornalismo Literário	17
Técnicas do Jornalismo: titulação e aproximação com o público e a jornalista Fabíola Sélis	23
O Perfil dos Ciberjornais em Palmas e sua Contribuição para a Informação Plural do Cidadão.....	30

JORNALISMO E REGIONALIZAÇÃO

Explanções teóricas sobre o mobile first e mobile only no jornalismo	37
Etiquetamento: a exposição da imagem de suspeitos de crimes no telejornalismo de Araguaína.....	43
Jornais do Norte de Goiás: Leituras do Passado e as Possibilidades de Escritas da História	49
O conteúdo regional no Jornal do Tocantins no contexto da criação e consolidação da identidade tocaninense.....	56

ESTUDOS DA MÍDIA

Democracia e novas mídias: iniciativa popular por meio do aplicativo Mudamos.....	64
Análise de cunho etnográfico em estudo interdisciplinar de midiatização	70

GT 2 – COMUNICAÇÃO, PODER E IDENTIDADE

ESTUDOS DE GÊNERO

Atuação da Rede de Proteção frente ao fenômeno da Violência Sexual no município de Miracema do Tocantins	78
Por uma vida não colonizada: as estratégias de comunicação das feministas negras	84
‘Tô de Cacho’: uma reflexão sobre como os discursos de valorização dos cabelos crespos no ciberpaço pautaram a indústria cosmética no Brasil.....	91

INTERSECÇÕES ENTRE ENSINO E PESQUISA CIENTÍFICA

As escritas científicas sobre comunicação pública na gestão de resíduos sólidos	99
A experiência pessoal como motivador para a pesquisa acadêmica na pós-graduação.....	105
Ensino em jornalismo no Brasil: um histórico de interesses.....	112

Políticas e processos de formação em cursos de mestrado em comunicação nas Universidades Públicas da região Norte do Brasil	118
Andarilhar institucional e ético para realização de pesquisa em terras e com populações indígenas	125
O professor indígena na sociedade contemporânea: uma revisão de literatura	131
Identidades culturais e comunicação nos cuidados com a saúde nos tratamentos de doenças com a utilização de plantas medicinais em comunidade isolada – estudo de caso aldeia Salto - Akwe Xerente – Tocantínia-TO	139

COMUNICAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES

Composto mercadológico usado na gestão empírica de uma pequena empresa	146
As digitais da cultura percebidas na comunicação: um estudo organizacional na Reitoria do IFTO	153
Intersecções entre a Gamificação e a Comunicação	160

ESTUDOS SOBRE A COMUNICAÇÃO AUDIOVISUAL: RÁDIO, TV E CINEMA

Diversidade cultural em programas infantis na TV paga	167
Rádio Nacional da Amazônia: das primeiras produções de radioteatro a primeira radionovela (1977-1980)	174
Cinema queer entre teoria, arte e política	180
Lugares Sublinhados e Lugares Apagados nos Pequenos Cinemas	187

NARRATIVAS E DISCURSOS INTERDISCIPLINARES

Mapeamento dos Riscos Psicossociais Entre Bombeiros Militares de Paraíso do Tocantins – TO	192
Narrativas de um trabalhador rural resgatado de uma situação de escravidão em pleno século XXI	199
O Discurso da Anormalidade Segundo Foucault. A Mídia Cultural Sexual e suas Ralações na Instituição Escolar	206
Literatura e Filosofia: O Papel do Excluído em Guimarães Rosa e Herbert Marcuse .	210



GT 1

JORNALISMO, MÍDIAS E CULTURA

Coordenador

Prof. Dr. Antônio José Pedroso Neto

O Crowdsourcing Como Prática Colaborativa No Jornalismo

Marina Parreira Barros Bitar¹
Universidade Federal do Tocantins

Resumo

A participação da multidão no processo jornalístico, seja como fonte, na sugestão de pautas ou na pesquisa e criação de conteúdos, ganhou novas proporções a partir do avanço das plataformas e das ferramentas da internet, bem como da popularização dos dispositivos móveis. O presente artigo aborda a prática de *crowdsourcing* realizada por veículos jornalísticos, relacionando, por meio de uma pesquisa exploratória, experiências colaborativas nacionais e internacionais com a correspondente tipologia baseada em tarefas proposta por Estellés-Arolas (2016). Conclui que existem inúmeras possibilidades de colaboração entre o público e o jornalismo, mas que os projetos devem ser planejados e pautados pela apuração e verificação jornalística do conteúdo produzido pela multidão.

Palavras-chave

Crowdsourcing. Práticas colaborativas. Jornalismo.

Introdução

O potencial colaborativo que sempre existiu entre grupos de pessoas se intensificou e tomou proporções globais a partir do desenvolvimento da rede mundial de computadores. As mídias sociais, por exemplo, modificaram profundamente a forma como as informações e os conteúdos são produzidos e compartilhados no ambiente online. Shirky (2011) chama de cultura da participação essa capacidade do ser humano de colaboração por meio do qual o excedente cognitivo de cada um possibilita a existência de iniciativas coletivas e criativas na rede.

O campo jornalístico também foi modificado em consequência do desenvolvimento de novas tecnologias. Quando os meios consistiam apenas em jornais impressos, televisão e rádio, a única alternativa do emissor, salvo em participações pontuais e limitadas por telefone ou por meio da carta ao leitor, era apenas enviar a informação para seus receptores sem garantia de obter um retorno.

¹ Jornalista. Mestranda em Comunicação e Sociedade (PPGCom/UFT), integrante do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Multimídia (CNPq/UFT). Bolsista Capes. E-mail: marinapbbitar@gmail.com

Porém, as redes e laços sociais que configuram a internet levaram a interatividade com o público a um novo patamar: não só a possibilidade de dialogar com público, mas também de receber contribuições, seja com sugestões de pauta e de fontes, seja na produção dos conteúdos jornalísticos, com o profissional como mediador e selecionador das informações.

Crowdsourcing

O termo *crowdsourcing* foi cunhado em 2006, pelo jornalista Jeff Howe, em um artigo intitulado *The Rise of Crowdsourcing*, escrito para a Revista Wired, que definiu a expressão como o ato de uma companhia ou instituição assumir uma função destinada aos seus funcionários e, de certa forma, terceirizar essa atividade à multidão, a uma rede de pessoas, a partir de uma chamada aberta.

A ideia de *crowdsourcing* permite que a multidão seja a fonte ou a produtora de algo, de forma que a criatividade e a capacidade de resolver problemas são potencializadas em coletivos de pessoas, organizações sem fins lucrativos, entre outros grupos organizados. Segundo Prado e Anjos (2016, p. 146), o termo vem da junção das palavras *crowd* (multidão) e *source* (fonte) e “parte da premissa da união das pessoas para resolver problemas em conjunto, configurando redes de colaboração, destinados a gerar soluções num ambiente conectado”. Mesmo que o termo tenha surgido recentemente, a prática colaborativa da multidão em torno de um objetivo em comum pode ser identificada muito antes da rede mundial de computadores sequer ser imaginada: o Oxford English Dictionary foi um projeto de crowdsourcing que começou no final do século XIX, no qual os leigos foram convidados a enviar folhas de papel, com palavras em inglês e sua definição, e o projeto foi completado com sucesso 70 anos depois (SOLIMAN; TUUNAINEN, 2015).

Aitamurto (2012) afirma que as tarefas de *crowdsourcing* geralmente são abertas para qualquer pessoa participar online, porém, é necessário lembrar que essa população é sempre restrita, já que nem todo mundo tem acesso à internet e nem todos sabem sobre a possibilidade de participar desses processos. Dentre as muitas possibilidades que surgiram, os processos de construção coletiva da

informação foram impulsionados de maneira expressiva, possibilitando que cidadãos possam participar de espaços anteriormente restritos. A partir dessas observações, Estellés-Arolas (2016) sugere uma tipologia de *crowdsourcing* baseada nas tarefas a serem realizadas, as quais compreendem tipos e subtipos (ver Quadro I abaixo), entretanto, ressalta o fato de que essa categorização exige uma revisão constante a fim de se adaptar à realidade do fenômeno. As iniciativas podem utilizar mais de um tipo de *crowdsourcing* simultaneamente.

QUADRO 1 – Tipologia de crowdsourcing baseada em tarefas

Tipologias	Definição	Subtipos
Crowdcasting	O crowdsourcer propõe à multidão um problema ou uma determinada tarefa a ser realizada, recompensando quem resolver primeiro ou fizer melhor. É um evento parecido com uma competição.	-
Crowdcollaboration	Ao contrário do crowdcasting, há uma comunicação entre os participantes da multidão, e o crowdsourcer não se envolve tanto. A multidão traz seus conhecimentos para resolver problemas ou criar ideias de forma colaborativa. Normalmente, não há recompensa financeira, sendo a motivação intrínseca a chave.	Crowdstorming: sessões de brainstorming online. Ideias diferentes são propostas e a multidão participa com seus comentários e votos. Os crowdsourcers geralmente procuram idéias para melhorar o desempenho de produtos e serviços.
		Crowdsupport: os próprios clientes resolvem os problemas ou dúvidas de outros consumidores. Portanto, eles não precisam recorrer a serviços de pós-venda. A principal diferença nessas iniciativas é que eles procuram ajuda.
Crowdcontent	A multidão compartilha sua força de trabalho e conhecimento para criar ou encontrar conteúdo de diferentes tipos. Ele difere do crowdcasting porque não é uma competição: cada indivíduo trabalha individualmente e, no final, os resultados individuais de todos são unidos.	Crowdproduction: A multidão deve criar conteúdo, seja colaborando com outros, como no caso da Wikipédia, ou individualmente, executando tarefas de várias dificuldades como a tradução de pequenos fragmentos de texto ou marcação de imagem.
		Crowdsearching: os parceiros procurarão conteúdo na Internet para um propósito específico.
		Crowdanalyzing: semelhante ao crowdsearching, com a diferença de que a pesquisa não é realizada na Internet, mas em documentos

		multimídia como imagens ou vídeos.
Crowdfunding	A multidão financia um indivíduo ou organização, recebendo ou não uma recompensa em troca por ajudar o proponente a realizar um projeto. O projeto a ser financiado pode ser de qualquer tipo.	-
Crowdopinion	Tentativa de obter o feedback dos usuários sobre um assunto ou produto. A multidão dá sua opinião ou julgamento para fazer avaliações. A pesquisa de mercado também pode ser englobada dentro de iniciativas de multidão.	-

Fonte: Estellés-Arolas (2016)

Aitamurto (2012) também aponta para outras tipologias relevantes, como o fato de que o *crowdsourcing* pode ser dividido em participações voluntárias (não pecuniárias) e pagas (pecuniárias). Em suma, uma chamada aberta de *crowdsourcing* deve ser transparente quanto aos seus objetivos e muito bem elaborada a fim de aproveitar ao máximo o poder colaborativo da multidão.

Iniciativas colaborativas do jornalismo *crowdsourced*

O crescimento das plataformas de mídias sociais tem mostrado que as pessoas querem criar e compartilhar seus conteúdos com outras pessoas e essa tendência tem potencial quando se pensa em jornalismo (VÄÄTÄJÄ, 2011). Com as inúmeras possibilidades dos ambientes convergentes, as dinâmicas tradicionais de apuração no jornalismo são postas à prova. Da pauta, passando pela circulação, até a distribuição e divulgação, todas as etapas que compõem os processos produtivos jornalísticos podem ser favorecidas pelo *crowdsourcing* (PRADO; ANJOS, 2016).

O *crowdsourcing* no jornalismo é uma prática aberta ao público e geralmente baseado em contribuições voluntárias. Entretanto o poder é sempre do *crowdsourcer*, no sentido em que, no jornalismo, o jornalista, o coletivo, a organização ou empresa é quem decide quando, onde e como ocorrerá a prática

colaborativa, além de como a entrada da multidão será utilizada. No final, é o jornalista quem escreve a história (AITAMURTO, 2016).

Cabe ao profissional analisar quais informações são confiáveis ou relevantes. Sánchez-Fortún Herмосilla (2012), explica que uma das maiores dificuldades é a multiplicidade e diversidade de fontes de informação, mas que é responsabilidade do jornalismo gerir de maneira satisfatória o fluxo de informações, canalizando-o, na medida do possível, para contrastar ou alertar sobre a natureza de suas fontes. Assim, com a colaboração da multidão é possível que ela ofereça ao jornalista informações concretas, colete informações, filtre dados, traduza e edite textos, use seu conhecimento para examinar documentos ou participe de outras formas. Desde tarefas mais simples, como tirar fotos, produzir vídeos ou sugerir uma pauta em espaço específico do site, até as mais complexas, como colaborar em reportagens investigativas, o público pode colaborar com a criação de conteúdo.

No Quadro II são descritos alguns projetos realizados por veículos jornalísticos com a ajuda da multidão e a sua categorização segundo os tipos de *crowdsourcing*.

QUADRO 2 - Experiências de veículos nacionais e internacionais

Veículo	País	Tipos de <i>crowdsourcing</i> utilizado
Talking Points Memo The Guardian	Estados Unidos Reino Unido	<i>Crowdcontent</i> <i>Crowdsearching</i>
El Universal	México	<i>Crowdmap online</i> <i>Crowdcollaboration</i> <i>Crowdcontent</i>
Think Olga	Brasil	<i>Crowdcollaboration</i> <i>Crowdcontent</i>
Cientista que Virou Mãe (CQVM)	Brasil	<i>Crowdfunding</i> <i>Crowdstorming</i>

Fonte: Produção própria.

Considerações Finais

Crowdsourcing é um conceito sempre em construção, sendo apropriado de maneiras bem distintas pelos meios de comunicação, proporcionando maior ou menor participação e colaboração do público, seja na produção de conteúdos

jornalísticos, na sugestão de pautas ou ajudando a analisar documentos que servirão de fonte para reportagens.

Uma discussão importante a se fazer é sobre a responsabilidade dos veículos ao decidirem utilizarem informações advindas de outras iniciativas colaborativas. As autoras Prado e Anjos (2016) fazem uma discussão interessante em torno de algumas que não deram certo, como o que aconteceu com o caso do atentado à Maratona de Boston em 2013, quando o jornal *The New York Post* utilizou imagens do fórum *4Chan* para sua edição de capa. O site havia, numa ação de *crowdsourcing*, pedido às pessoas que tinham estado presentes na maratona que enviassem fotos de possíveis suspeitos (como pessoas com mochila) que levassem à pista do crime. O resultado foi que as pessoas estavam enviando fotos em que a maioria dos suspeitos apontados pelo público eram de origem muçulmanas. Assim, os que foram apontados como suspeitos do crime se sentiram injustiçados ao saírem na capa do veículo jornalístico. Por fim, o FBI achou os suspeitos que nada tinham a ver com as pessoas que foram apontadas como terroristas pela multidão.

Em suma, essa modalidade de participação da multidão deve ser incentivada dentro do meio jornalístico, a partir de projetos inovadores que possibilitem a produção de conteúdo com múltiplas vozes. No entanto, é indispensável priorizar sempre a apuração e a checagem dos fatos, presenças obrigatórias no processo jornalístico.

Referências bibliográficas

AITAMURTO, Tanja. **Crowdsourcing for democracy: a new era in policy-making**. Publication of the Committee for the Future. 2012. Disponível em: <<https://goo.gl/cVMQPr>>. Acesso em: 17 jun. 2017

AITAMURTO, Tanja. Crowdsourcing in Open Journalism: Benefits, Challenges, and Value Creation. **The Routledge Companion to Digital Journalism Studies**. p. 185-193, 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/b8s6MF>>. Acesso em: 20 jun.2017

ESTELLÉS-AROLAS, Enrique. **A task-based crowdsourcing typology**. In: Karin Hansson, Tanja Aitamurto, Thomas Ludwig, Michael Muller (Orgs.), *International Reports on Socio-Informatics (IRSI)*, v. 13, p. 57-64, 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/HYX1EE>>. Acesso em: 13 jun. 2018.

PRADO, Jan Alyne Barbosa; ANJOS, Edienari Oliveira dos. Arquiteturas de participação aplicadas ao crowdsourcing: sistematizando processos e práticas de apuração jornalística em ambientes digitais convergentes. **Revista Líbero**, São Paulo, v. 19, n. 38, p. 143-152, jul./dez. de 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/ReN3X3>>. Acesso em: 13 jun. 2018.

SÁNCHEZ-FORTÚN HERMOSILLA, José Ramón. Nuevos modelos de conocimiento público colaborativo: el crowdsourcing informativo. **Cuadernos de Gestión de Información**. 2012, p. 31-39. Disponível em: <<https://goo.gl/a7nqGe>>. Acesso em: 13 jun. 2018.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Zahar: Rio de Janeiro 2011.

SOLIMAN, Wael; TUUNAINEN, Virpi Kristiina. Understanding continued use of crowdsourcing systems: an interpretive study. **Journal Of Theoretical And Applied Electronic Commerce Research**, v. 10, n. 1, p.1-18, 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/LjqUhr>>. Acesso em: 25 jun. 2017.

VÄÄTÄJÄ, Heli et al. Crowdsourced news reporting: supporting news content creation with mobile phones. **13th International Conference On Human Computer Interaction With Mobile Devices And Services**, p. 435-444, 2011. ACM Press. Disponível em: <<https://goo.gl/Hp6Rx3>>. Acesso em: 26 jun. 2017

A presença das Narrativas Digitais em sites com características do Jornalismo Literário

Isadora Fontes¹

Edna de Mello Silva²

Universidade Federal do Tocantins

Resumo

Diferentemente do jornalismo convencional que busca informar de forma objetiva, o jornalismo literário tem como pressuposto a imersão do jornalista no tema abordado, que vai além de um recorte apenas da realidade. Na era do ciberjornalismo, o espectador da notícia tem a possibilidade de consumir um conteúdo em diferentes formatos. Nesse sentido, o objetivo deste artigo é identificar os modelos de narrativas digitais que se evidenciam nos sites com teor literário em suas produções. Neste caso, foram selecionados os sites das revistas Piauí e Bula. Por meio dos estudos propostas por José Manuel Noguera Vivo, foram observados quais tipos de narrativas digitais estão presentes nos sites. Por fim, verificou-se nesta pesquisa descritiva, a presença, em sua maioria, das narrativas digitais em veículos on-line especializados em jornalismo literário.

Palavras-chaves: Narrativas Digitais, Jornalismo Literário, Ciberjornalismo, Piauí, Bula.

Introdução

Por perceber um imediatismo frequente em relação ao consumo de notícias leva-se ao equívoco de pensar que os leitores de notícias on-line estão, em sua maioria, à procura de uma narrativa mais dinâmica e mais resumida. Porém, grandes jornais ainda trabalham com a proposta de textos longos, que contextualizam e se aprofundam sobre o fato. Esse tipo de texto é necessário ao jornalismo e a demanda por ele ainda é alta.

Além das possibilidades de criação no jornalismo literário, o ciberjornalismo proporciona também, neste sentido, coberturas mais ampliadas e detalhadas. Entende-se que todo veículo de comunicação possui suas particularidades e características que o distingue das outras mídias. No livro *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*, Canavilhas (2014) reúne autores que estudam cada uma das particularidades

¹Graduada em jornalismo. Pesquisadora e estudante do Programa de Pós-graduação *Strictu Sensu* em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal do Tocantins (UFT). E-mail: isadora.fontes7@gmail.com

² Professora da Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP) e Professora de Pós-graduação *Strictu Sensu* em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal do Tocantins (UFT). Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). E-mail: prof.ednamello@gmail.com

das características para a produção de conteúdo na web quando relacionado às narrativas jornalísticas. Na obra, são vistos os conceitos de: hipertextualidade, multimedialidade, interatividade, memória, instantaneidade, personalização e ubiquidade. Segundo Rocha:

Essas características vão ser responsáveis pelo surgimento de novas narrativas na medida em que possibilitam a combinação de diferentes elementos, gerando assim novos formatos no ciberjornalismo e possibilitando ao internauta uma autonomia no desenvolvimento da leitura. (ROCHA, 2016, p. 2).

Este artigo tem como objetivo identificar os tipos de narrativas digitais que estão presentes no ciberjornalismo literário em dois sites que apresentam o estilo de narrativa literária e jornalística. São eles: Piauí e Bula. A escolha destes veículos para a análise se deu em virtude de uma observação prévia, sobre alguns desdobramentos e complementos que as revistas aplicam em relação às características do ciberjornalismo, a partir dos conceitos de José Manuel Noguera Vivo sobre narrativas digitais.

Resultados e discussão

A construção da narrativa no meio digital deve ser trabalhada com planejamento, tendo em vista que o material multimídia pode dispersar a atenção do usuário. Todos esses elementos podem servir como motivadores para que o usuário consuma o conteúdo on-line. Segundo Canavilhas (2014), a utilização destes recursos precisa obedecer a critérios diretamente ligados com o conteúdo informativo, mas destaca que o texto ainda é o conteúdo mais utilizado no webjornalismo.

Rocha (2016), a partir dos conceitos identificados por José Manuel Noguera Vivo (2015) em seu livro *Todos, todo: manual de periodismo, participación y tecnologia*, elabora conceitos destacando os dez diferentes tipos de narrativas elencados pelo autor, que surgiram a partir da web. São elas: Narrativa Digital, Narrativas de Agregação, Narrativas de Viralidade, Narrativas de Verificação, Narrativas de Dados, Narrativas Selfie, Narrativas das Multidões, Narrativas de timelines, Narrativas de listas, Narrativas de grandes formatos e Narrativas de relações.

A narrativa digital, como proposto por Noguera Vivo (2015), tem como base fundamental a presença do hipertexto para conectar as informações e trazer conteúdo que contextualize o tema. Segundo o autor, os hipertextos proporcionam ao leitor maior

entendimento sobre o assunto, já que a ligação de um texto ao outro constrói a narrativa completa do fato. “Com o hipertexto há a possibilidade de recuperar a notícia a qualquer momento” (NOGUERA VIVO, 2015, p. 71).

Nas duas revistas analisadas o uso de hipertexto é frequente nas notícias e reportagens. Utiliza-se este recurso para levar o usuário a outros textos, ou a outras mídias, como vídeos e músicas, por exemplo.

Em relação à narrativa de agregação, tipo de narrativa construída a partir de informações geradas por terceiros, pode-se afirmar que no site da Piauí este estilo de narrativa é mais frequente do que na Revista Bula. Neste sentido, as hashtags no Twitter são possibilidades para a criação de uma notícia a partir da repercussão dos tuítes. Além disso, a reportagem é composta pela contextualização sobre o assunto, bem como, são destacados os tuítes que apresentaram diferentes pontos de vistas.

Na Revista Bula, o material foi produzido a partir de uma pesquisa de outro veículo de comunicação. Este modelo de narrativa pode surgir de diferentes formas, e neste caso, ainda, uma narrativa pode se relacionar com outras.

Segundo Nogueira Vivo (2015), o meme é um mecanismo a mais para a linguagem jornalística, pois pode utilizar da força deste modelo de narrativa para contextualizar momentos ou se conectar com os diferentes públicos, e a partir daí desenvolver uma história. Diante o atual cenário político, as diferentes mídias passaram a dar mais destaque para assuntos relativos aos acontecimentos nesta área. Como é o caso das notícias selecionadas na Revista Piauí, que a partir de uma notícia oficial, veiculada em outras mídias, utiliza da ficção, de fatos não verídicos para repercutir sobre o assunto, e, além disso, faz o uso de memes, um dos elementos da narrativa de viralidade.

Outro tipo de narrativa, proposta pelo autor é a narrativa de verificação. No site Piauí há uma sessão específica para checagem de notícias, denominada “Lupa”. Já na Revista Bula essa verificação é de uma forma mais subjetiva. Neste caso, o autor do texto faz uma adaptação de um livro do Machado de Assis "O Alienista", publicado pela Editora Moderna e tece críticas sobre a obra, apontando os pontos que ela diverge da obra original.

Gráficos, tabelas, infográficos multimidiáticos e interativos são elementos da narrativa de dados. Segundo Rocha (2016), “essa narrativa pode ser associada à

visualização de dados que se refere à apresentação de informações a partir de formatos gráficos” (p. 9). Nesse sentido, a narrativa proporciona uma compreensão maior das informações, já que apresenta de forma clara os dados que são relevantes sobre o assunto. Nos sites pesquisados, apenas a Piauí apresenta com maior frequência este tipo de narrativa para compor suas matérias, conforme exemplos abaixo. Na revista Bula, não foi identificada a narrativa de dados em suas produções de conteúdo.

Sobre a narrativa de multidões, trata-se de uma narrativa em que o conteúdo é construído coletivamente, como por exemplo, é o caso do site *Wikipédia*. Apesar dos dois sites analisados terem colaboradores, eles não englobam esse modelo de narrativa. Para Nogueira Vivo (2015), as notícias mais lidas e compartilhadas no site podem se enquadrar neste tipo de narrativa. Na Piauí, o site destaca as matérias mais lidas, já no site da revista Bula este link para acesso das mais lidas não foi identificado.

As narrativas voltadas a uma ordem cronológica sobre um fato são definidas por Nogueira Vivo (2015) como narrativa de timelines, ou linha do tempo. Este tipo de narrativa não foi identificado no site da revista Bula. Já no site da Piauí este tipo de narrativa está presente em suas reportagens em diferentes contextos. A própria estrutura das reportagens da revista já possui essa característica de abordar de forma mais ampla o fato, e assim, fazer levantamento histórico sobre o assunto, seja para abordar questões sociais ou para contar uma história sobre a vida de uma pessoa.

Sobre a narrativa de multidões, trata-se de uma narrativa em que o conteúdo é construído coletivamente, como por exemplo, é o caso do site *Wikipédia*. Apesar dos dois sites analisados terem colaboradores, eles não englobam esse modelo de narrativa. A partir desta observação, percebeu-se que apenas o site da revista Bula possui espaço para os comentários do público. Para Nogueira Vivo (2015), as notícias mais lidas e compartilhadas no site podem se enquadrar neste tipo de narrativa. Na Piauí, o site destaca as matérias mais lidas, já no site da revista Bula este link para acesso das mais lidas não foi identificado.

As narrativas voltadas a uma ordem cronológica sobre um fato são definidas por Nogueira Vivo (2015) como narrativa de timelines, ou linha do tempo. Este tipo de narrativa não foi identificado no site da revista Bula. Já no site da Piauí este tipo de narrativa está presente em suas reportagens em diferentes contextos. A própria estrutura das reportagens da revista já possui essa característica de abordar de forma mais ampla

o fato, e assim, fazer levantamento histórico sobre o assunto, seja para abordar questões sociais ou para contar uma história sobre a vida de uma pessoa.

As narrativas de listas são predominantes na revista Bula e possui uma seção exclusiva para isso. Na Piauí esta narrativa não foi identificada. “Em evidência nos últimos tempos, a narrativa de listas tem como objetivo apresentar ao leitor uma série de informações organizadas a partir de um ponto em comum. Com grande apelo, esse tipo de construção tem aparecido cada vez mais no ciberjornalismo” (ROCHA, 2016, p. 11).

Produções mais extensas e aprofundadas são características comuns entre estes sites selecionados. Com o avanço do ciberjornalismo, surgiu-se o formato *Longform*, ou seja, uma grande reportagem com a utilização de recursos multimídia. No site da Piauí, a utilização desta narrativa é mais acentuada, porém, em algumas reportagens mais aprofundadas não se faz o uso de recursos multimidiáticos. Na revista Bula foram encontradas reportagens com o uso desta narrativa, mas neste caso, a aprofundamento sobre o assunto engloba outros tipos de narrativas também.

QUADRO 1 - Presença das narrativas em cada site

Narrativas Digitais	Revista Bula	Revista Piauí
Narrativa de Agregação	X	X
Narrativa de Viralidade	X	X
Narrativa de Verificação	X	X
Narrativa de Dados	-	X
Narrativa Selfie	-	-
Narrativa de Multidões	-	-
Narrativa de timelines	-	X
Narrativa de listas	X	-
Narrativa de grandes formatos	X	X
Narrativa de relações	-	-

Fonte: elaborado pelo autor

A partir da pesquisa foi possível observar quais e com qual frequência cada tipo de narrativa se evidencia nos sites selecionados. Conforme Quadro 1, observa-se que nem todas as narrativas estavam presentes. Porém, no site da Piauí foram identificadas mais narrativas e o uso frequente delas nas reportagens. Já no site da Bula, embora tenha sido observada a presença de algumas narrativas, não é frequente o uso delas em todas as matérias, além da narrativa de listas. Tal interpretação surge, possivelmente,

por serem sites com origens diferentes. A revista Bula é um veículo nativo, nasceu na internet e não possui outra versão em mídia tradicional. A Revista Piauí, além de seu conteúdo impresso também utiliza a plataforma on-line para produção de conteúdo. Ou seja, o tratamento da notícia de um meio para outro, necessariamente, precisa ser diferente, já que são linguagens diferentes, em espaços distintos.

Em relação aos tipos de narrativas que se destacam nos sites, a narrativa de listas no site da Bula, e a narrativa de dados no site da Piauí são fundamentais para dar estrutura aos sites, a fim de seguirem uma proposta de modelo dentro da web. A Bula, por exemplo, utiliza a narrativa de listas como uma forma de estrutura de seu conteúdo, e faz desse modelo para dar marca do site, como sua característica principal.

A narrativa de dados, no site da Piauí se destacou, tendo em vista que o site utiliza desta narrativa para apresentar dados que possivelmente não podem ser tão bem explorados na versão impressa. Nesse sentido, o aprofundamento sobre o assunto, ligado às possibilidades de diferentes narrativas digitais reforçam a presença do jornalismo literário nos sites.

Referências

CANAVILHAS, João Messias. **WebJornalismo: Considerações Gerais Sobre Jornalismo na Web**. Portugal, Universidade da Beira Interior, 1999. Apresentação no I Congresso Ibérico de Comunicação

NOGUERA VIVO, José Manuel. **Todos, todo: Manual de periodismo, participación y tecnología**. Oberta UOC Publishing, Barcelona, 2015.

ROCHA, Liana Vidigal. **Modelos de narrativas presentes no ciberjornalismo esportivo nacional e internacional**. 2016. Disponível em: <<http://www.ciberjor.ufms.br/ciberjor7/files/2016/08/vidigal.pdf>>. Acesso em 5 jul. 2018.

Técnicas do Jornalismo: titulação e aproximação com o público e a jornalista Fabíola Sélis

Lukas Ramos Franco³

Paulo Teodoro Ribeiro de Souza⁴

Verônica Dantas Meneses⁵

Universidade Federal do Tocantins

Resumo

O crescimento da mídia regional proporcionado pelo avanço das tecnologias e o consequente barateamento nos custos de produção é um fenômeno indiscutível. Deste processo, surgiram diversos blogs e sites jornalísticos que trabalham constantemente em uma tentativa de criar uma relação mais estreita com seu público, que tem se tornado específico e regionalizado, por meio de diversos mecanismos, inclusive a titulação das notícias. O artigo tem o objetivo de fazer uma análise de como a titulação empregada pela jornalista Fabíola Sélis pode criar, de certa forma, uma proximidade com seu público, ao usar recursos típicos de jornalismo popular, mesmo não estando em um veículo necessariamente voltado para este nicho.

Palavras-chave: Jornalismo popular; Jornalismo regional; Titulação; Estilo.

Introdução

As mídias regionais ao longo dos anos têm se mostrado importantes agentes de transformação da sociedade, principalmente quando pensamos na chamada “função social do jornalismo”. Mais do que as mídias nacionais ou internacionais, que têm como foco as notícias de interesse geral, são os veículos regionais que proporcionam uma aproximação mais forte do público localizado com os fatos e acontecimentos de interesse local. Aliás, as mídias regionais, em tese, têm uma forte ligação com a identidade do seu público e por isso tratam de assuntos que tenham impacto no cotidiano desse público.

A forte expansão tecnológica, principalmente a internet, que tem sido promovida desde o século XX permitiu também o crescimento do número de veículos de

³ Graduando do curso de Bacharelado em Jornalismo pela Universidade Federal do Tocantins. E-mail: lukasrf4@gmail.com.

⁴ Graduando do curso de Bacharelado em Jornalismo pela Universidade Federal do Tocantins. E-mail: paulotrsouza@gmail.com.

⁵ Professora dos cursos de Jornalismo e Mestrado Acadêmico em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal do Tocantins. E-mail: veronica@uft.edu.br.

comunicação. Prova disso, é que no Tocantins surgiram diversos blogs e sites jornalísticos do início da década de 2000 até os tempos atuais.

Cada veículo de comunicação tem suas especificidades e mesmo com uma série de manuais e regras de se fazer jornalismo, amplamente utilizadas na academia, a prática da profissão se mostra muito diversa. Para além de técnicas e normas, alguns jornalistas utilizam-se de recursos para atrair os seus leitores e garantir um maior número de visualizações. Esses mecanismos passam por imagem, texto e pelo que estabelece o primeiro contato do leitor com a notícia: a titulação.

A intenção desse artigo é analisar como ocorre esse processo de aproximação com o público através da titulação empregada pela jornalista Fabíola Sélis, do Portal Orla Notícias. Para isso serão analisados os elementos que identificam o estilo da jornalista, a aproximação desse estilo com o público e também a aproximação do estilo com a editoria. Assim, para este trabalho foi feita uma breve análise de conteúdo dos títulos das matérias publicadas pela jornalista Fabíola Sélis no Portal Orla Notícias entre primeiro e 30 de maio de 2018, totalizando um *corpus* de 136 matérias, bem como das editorias a que elas estavam vinculadas, tendo como base as editorias que o próprio Portal estabeleceu no site. Além disso, foram analisados alguns títulos e estabelecida uma referência para o estilo da jornalista.

Jornalismo Popular, linguagem, estilo e título

De acordo com Peruzzo (2005, p. 70), as mídias locais não são novidades, pois no começo do desenvolvimento dos meios de comunicação no Brasil o alcance era muito menor, por isso era restrita a locais mais específicos. A autora destaca que a globalização da economia e das comunicações que se seguiu não dizimou a comunicação local e, sim, houve uma "revalorização da mesma, sua emergência ou consolidação em diferentes contextos e sob múltiplas formas". E elas se desenvolveram de diferentes formas.

Cabe inicialmente esclarecer que por jornalismo popular não necessariamente se entende um veículo de/por ou para uma determinada comunidade. Ainda há certa confusão entre os conceitos de mídia local, popular e comunitária, principalmente pelas pautas tratadas, porque as mídias locais começaram a assumir pautas sociais, mas que eram superficiais e não descreviam de fato a cultura e os interesses de uma comunidade.

A que nos interessa neste breve estudo é o estilo da mídia comercial voltada para o público local e com apelos de interesses populares.

Cabe dizer que jornalismo local é aquele capaz de criar no leitor a sensação de proximidade, pois apresenta acontecimentos que o leitor compartilha pela vivência ou experiência. Por essa proximidade que se cria entre veículo de comunicação e o povo, tratando de temas locais, esse jornalismo por vezes é confundido com o jornalismo popular, que também tem um vínculo de proximidade com o público, mas está mais relacionado a pautas bem específicas. Afinal, nem todo jornal local é necessariamente popular e vice-versa.

Amaral (2006) discorre sobre dois desses valores que valem ser destacados no jornalismo popular: o entretenimento e a proximidade. Em relação à proximidade, a autora ressalta que no jornalismo popular a lógica é de que as notícias têm mais chance de serem lidas caso tenham uma relação mais forte com o leitor e possam impactar seu cotidiano, que muitas vezes não são englobadas pelos veículos da grande mídia, mas corre o risco de a notícia incorrer na personalização, quando um fato noticiado só interessa ao personagem e mais ninguém.

Segundo Squarisi (2011), foram-se os tempos em que o Jornalismo Popular tinha como fórmula dois elementos: como ingredientes sexo, crime e futebol; e como tempero sensacionalismo e foto de mulher. Ainda que encontremos estes elementos em menor ou maior proporção no jornalismo popular atual, ou novos populares, segundo a autora, cujos veículos tem voltado a encher as bancas na última década, algumas diferenças são verificadas, de modo a buscar uma apuração dos fatos mais séria, respeitar à norma culta da língua e desenvolver um texto sedutor.

Quando Amaral (2006) se refere à linguagem, podemos pensar na titulação como um importante fator neste processo. Afinal, o título é a “vitrine” da notícia e se não for atraente e/ou não gerar uma sensação de identificação, não terá seus efeitos, ainda mais no jornalismo popular. A escolha do título é fundamental para a construção da notícia. Ele precisa ser, de forma simultânea, apelativo e esclarecedor (GRADIM, 2000, p. 71). Segundo Pellim (2009), o título é o responsável por resumir o conteúdo do texto ao leitor, mostrando sobre o que trata a notícia, e atrair a atenção, ou seja, deve despertar a vontade de leitura. O título deve ser direto e acessível, para que o leitor seja

capaz de se conectar com a notícia. Esta importância devida ao título é porque os títulos, para o leitor, “podem ser a única informação lida por ele” (MENDES; LIMA, 2014).

Para os portais online o título acaba sendo ainda mais relevante, pois os portais disputam a atenção dos leitores com a grande quantidade de informações (textos, imagens, anúncios, etc) que os cercam no ciberespaço a todo instante. Assim, independente de o veículo ser mais popular, a definição de títulos que atraiam mais é peça chave na produção da notícia.

Além disso, no jornalismo regional são utilizadas técnicas capazes de causar ao leitor uma sensação de proximidade e pertencimento. Uma das opções adotadas é a linguagem. Com as possibilidades que a língua dispõe, é possível ao autor do texto cumprir a função de proximidade, facilitar o entendimento ao leitor e ainda atraí-lo.

Com o advento da internet, muda-se a forma do fazer jornalismo, principalmente da criação do texto informativo. Leonel (2012) menciona que a narrativa jornalística passa a ser mais criativa e até mais ousada. “A convergência tecnológica, o aparecimento de novas tecnologias de comunicação e mesmo o uso da narratividade como técnica de expressão possibilitaram o aparecimento não de um, mas de uma variedade de novos estilos jornalísticos” (SEABRA apud LEONEL, 2002, p. 70).

O Estilo de Fabíula Sélis

A jornalista Fabíola Sélis é repórter do Orla Notícias desde novembro de 2017, tendo passado pela TV RedeSAT de Gurupi, TV Anhanguera de Gurupi e pela TV Jovem, afiliada da RecordTV em Palmas. Nesta última, é importante observar que foi apresentadora da edição local do Balanço Geral, um programa conhecido pelo seu teor popularesco, com pautas mais próximas ao cotidiano da população e o sensacionalismo quase que como uma rotina. O Orla não se propõe a ser um webjornal popular, mas isso não significa que não haja abertura para o jornalismo desse gênero. Entre pautas sobre economia, política, cultura, sociedade, há também um espaço para o policialesco.

Em uma análise feita nas matérias publicadas pela jornalista entre primeiro e 30 de maio de 2018, nota-se que mais de 2/3 são temas policialescos. Importante observar que algumas matérias estavam enquadradas em mais de uma editoria.

Além de Polícia (67,65%), os demais temas de destaque dentre as editorias que a jornalista aborda são Comunidade (16,91%) e Economia (5,15%). É interessante

perceber que existe até uma editoria de “Curiosidades”. Isto nos indica que, embora o veículo online se mostre abrangente acaba tendo uma angulação para o popular.

Os textos de Fabíola Sélis seguem os princípios básicos das técnicas de reportagem, mas o que se destaca é a titulação que ela emprega nas matérias. Nos títulos empregados pela jornalista é pouco percebido orientações para a concisão ou objetividade, pois ela opta por criar um “choque” e uma curiosidade inicial, seguido por uma explanação de detalhes que poderiam facilmente ser deixados para o lide. Os títulos começam com uma frase de efeito ou trocadilho, geralmente entre aspas ou apóstrofos e separado por um hífen ou dois pontos. A escolha feita para iniciar os títulos é também usada para dar um tom cômico ou irônico e ainda aguçar a curiosidade do leitor, a partir de uma linguagem coloquial e expressões curiosas. Como podemos verificar no exemplo abaixo:

‘Tomando uma’ - Padrasto é preso em bar depois de estuprar enteada de 11 anos⁶

O título mostra que a criatividade da jornalista ultrapassa a seriedade que o fato pede em sua abordagem, por se tratar de um tema delicado. A construção do título carrega um tom sensacionalista, próximo da linguagem coloquial, ao escancarar um fato tão chocante de uma maneira irônica e incisiva. Ao mesmo tempo, revelou o contraditório e o sarcástico de forma que pode até contribuir para criar mais revolta do leitor em relação à circunstância do fato.

No título, *‘Saindo da toca’*: *Mulher é presa por tráfico quando ia buscar drogas na BR 153⁷*, a jornalista utiliza uma expressão popular para ironizar o fato de a traficante ter sido presa ao sair de casa para buscar drogas. Assim como nesse caso, o título *‘Na fissura’*: *Para sustentar o vício homem rouba a própria mãe e é preso fumando maconha⁸*, também apresenta uma expressão popular para ironizar o motivo do crime. Ao mesmo tempo, as expressões podem banalizar o vício e mesmo criar uma situação de julgamento às personagens envolvidas.

⁶ Disponível em: <<https://orlanoticias.com.br/tomando-uma-padrasto-e-preso-em-bar-depois-de-estuprar-enteada-de-11-anos>>

⁷ Disponível em: <<https://orlanoticias.com.br/saindo-da-toca-mulher-e-presa-por-trafico-quando-ia-buscar-drogas-na-br-153>>

⁸ Disponível em: <<https://orlanoticias.com.br/saindo-da-toca-mulher-e-presa-por-trafico-quando-ia-buscar-drogas-na-br-153>>

Já o título *Casa de ferreiro, espeto de pau: Vigilância Sanitária de Palmas é denunciada pela população por falta de higiene e precariedade no próprio prédio*⁹, publicado na editoria “Comunidade”, emprega um ditado popular para denunciar a situação precária e das condições de limpeza do órgão responsável por fiscalizar os aspectos sanitários de diversos locais. Neste caso, a jornalista utiliza a proximidade com o leitor, por meio do ditado popular, o que cria de início um impacto crítico do leitor em relação ao fato.

Conclusões

Apesar da tendência de padronização dos títulos jornalísticos, com uso de uma linguagem clara e objetiva e construída de forma concisa, é possível perceber um desvio deste padrão relacionado ao jornalismo policial e popularesco, mas que atualmente tanto se utiliza de humor e sarcasmo, com uso de trocadilhos e ironias, ou ditados populares, para conseguir atrair a atenção do leitor, ao passo que constrói um discurso incisivo sobre o fato. Vemos que o estilo é, assim, revelado pela forma como, desde o título, revela peculiaridades, num misto entre as regras sociais e a diversidade (LEONEL, 2012).

A jornalista Fabíola Sélis é uma repórter factual, a maioria das suas matérias está voltada para a editoria policial, que também é uma tendência do jornalismo popular. Assuntos como roubos, tráfico de drogas, prisões, assassinatos são titulados com dose de humor e ironia, uma linguagem mais leve, “brinca com significados” (SQUARISI, 2009). Contudo, os títulos nem sempre são de fácil compreensão. Apesar de a sua estrutura, com uma frase curta inicial, separada por ‘dois pontos’ de mais detalhes sobre o caso, muitas vezes os títulos ficam extensos, com fatos que poderiam estar melhor relatados no decorrer do texto.

Entrementes, Fabíola Sélis parece ter encontrado a sua fórmula para conseguir chamar a atenção do leitor, seja pelos títulos engraçados ou pelas próprias pautas, que por conta das suas peculiaridades podem facilmente se tornar virais na internet. As situações pitorescas que a jornalista apresenta nas matérias podem ainda se tornar

⁹ Disponível em <<https://orlanoticias.com.br/casa-de-ferreiro-espeto-de-pau-vigilancia-sanitaria-de-palmas-e-denunciada-pela-populacao-por-falta-de-higiene-e-precariedade-no-proprio-predio>>

entretenimento para os leitores, e, com isso, ousa em caminhar por uma linha tênue ao noticiar assuntos sérios com essa abordagem engraçada.

Referências Bibliográficas

AGUIAR, Sonia. **Territórios do jornalismo: geografias da mídia local e regional**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, 2016.

AMARAL, Márcia Franz. **Imprensa popular: sinônimo de jornalismo popular?**. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 29., 2016, Brasília. Anais... Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, 2006.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. **Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências**. Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 26, n. 43, p. 67-84, 1º. sem. 2005. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/8637/6170>. Acesso em: 19 mai 2018.

GRADIM, Anabela. **Manual de Jornalismo**. Covilhã/Portugal: Universidade da Beira Interior, 2000. Disponível em: http://www.labcom.ubi.pt/livros/labcom/pdfs/gradim_anabela_manual_jornalismo.pdf. Acesso em: 30 de maio de 2018.

LEONEL, Teresa. **Autoria e estilo no jornalismo em blog: Um estudo de caso do blog de Ricardo Noblat**. 2012. 158 p. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Comunicação) - Universidade Federal de Paraíba, PB, 2012.

MENDES, Francielle Maria Modesto; LIMA, Taiene de Freitas. **Titulação de texto jornalístico: Um estudo de caso da agência de notícias do Acre**. 2014. 18 p. Revista Tropos: Comunicação, Sociedade e Cultura, Universidade Federal do Acre (UFAC) - Rio Branco, AC, 2014.

PELLIM, Tiago. **Análise textual de títulos jornalísticos: Um estudo comparativo entre as seções de ciência e esporte**. 2009. 13 p. Dissertação (Programa Interdisciplinar de Linguística Aplicada) - Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, RJ, 2009.

SQUARISI, Dad. **Manual de redação e estilo para mídias convergentes**. São Paulo: Geração Editorial, 2011.

O Perfil dos Ciberjornais em Palmas e sua Contribuição para a Informação Plural do Cidadão¹

Raimundo Ferreira Rodrigues²
Universidade Federal do Tocantins

Resumo

As mídias digitais contribuem com a composição da sociedade do conhecimento, sendo meios jornalísticos inovadores, tecnológicos, facilitadores do acesso a informação, de forma instantânea e em qualquer lugar com acesso à Internet; oferecem possibilidades de interação, compartilhamento, dentre outros fatores que constituem a sociedade da informação. O objetivo desta pesquisa foi identificar o perfil e demonstrar as contribuições dos ciberjornais locais para a informação dos cidadãos de Palmas. A metodologia foi pautada na pesquisa bibliográfica e descritiva exploratória. Os resultados da pesquisa apontam que os ciberjornais de Palmas pesquisados atuam com jornalismo de proximidade, contribuem de forma efetiva, pois na maioria das editorias disponibilizam quantitativo expressivo de matérias com notícias e conteúdo que oferecem informação capaz de instigar o leitor/internauta a tecer conhecimentos.

Palavras-chave: Ciberjornal local. Informação plural. Sociedade do conhecimento.

Corpo do trabalho

O advento da internet proporcionou diversas mudanças na sociedade e continua em constante transformação devido aos avanços tecnológicos, aos fatores que os concebem, suas características e demais atributos que circundam sua composição diante do processo de comunicação. Esse meio facilitador desses processos trouxe velocidade de acesso a informação, interação e inúmeras outras possibilidades para inovação na forma de fazer jornalismo.

¹ Pesquisa desenvolvida na Disciplina Tópicos Especiais em Comunicação do Mestrado Acadêmico em Comunicação e Sociedade; E no curso de Especialização em Gestão Estratégica da Inovação e Política Científica e Tecnológica – PCT. Universidade Federal do Tocantins. Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação. Núcleo de Pesquisa e Extensão Observatório de Pesquisas Aplicadas ao Jornalismo e ao Ensino – OPAJE.

² Licenciado em Pedagogia e Bacharel em Jornalismo (UFT, 2005, 2016). Especialista em Gestão Escolar (UFG), Formação Socioeconômica do Brasil (UNIVERSO), História e Cultura Afro-brasileira (FINOM), Docência do Ensino Superior (UCAM), Marketing e Gestão Estratégica (UCAM), Formação de Gestores Educacionais (UNYLEYA), Ciências Políticas (ISEIB), Gestão Estratégica da Inovação e Política Científica e Tecnológica – PCT (UFT). Mestrando em Gestão de Políticas Públicas (GESPOL/UFT). Professor dos Cursos de Pós-graduação (PROMINAS/UCAM/ÚNICA). Professor do Município de Palmas – TO. E-mail: professoraimundo@yahoo.com.

A Internet tem colaborado de forma decisiva na democratização e difusão da informação jornalística. Neste meio, a informação rompe barreiras de tempo e espaço difundindo sua função pós massiva. Para desenvolver um papel fundamental na sociedade da informação e conseqüentemente na sociedade do conhecimento, os ciberjornais surgem e vão construindo essa mudança, agregando recursos de áudio, vídeo, textual e hipertextual, dentre outros, cada vez mais capazes de agregar valor na informação e gerar possibilidades de intervenção para construção de conhecimento.

O webjornalismo se apresenta como um veículo mais acessível e atrativo em relação aos antigos meios. Hoje em dia, por meio da web, o novo jornalismo em formação oferece a disseminação instantânea, a superabundância de notícias e de informação, a personalização, a multimídia, a expansão no armazenamento e a potencialização do usuário quanto a interatividade, servindo tanto para o usuário quanto para os jornalistas que atuam no webjornal.

A facilidade de acesso à informação que contribuem para a aquisição de conhecimento por meio da Internet encontra no webjornalismo o potencial para difundir a informação e ser um meio construtor da sociedade do conhecimento. O leitor de webjornalismo é estimulado a aguçar os seus sentidos por meio da utilização dos diversos sentidos como a visão, a audição, o tato e a sinestesia. Esse meio midiático oferece condições para que a informação seja assimilada e mediada na construção de conhecimento.

As informações difundidas pelos ciberjornais e carregam em seu perfil o papel de oferecer conteúdo que instigue o internauta a articular sua atuação também decisiva na trama da construção do conhecimento, pois, diante dos fluxos informativos e dos avanços tecnológicos, concebem uma cultura global, mas que o ajuda a entender e a valorizar o local (ou hiperlocal). Estes aspectos, dão conta da composição da sociedade do conhecimento que depende do compartilhamento de informações significativas ao usuário.

Essa pesquisa aponta alguns sites jornalísticos **de Palmas - Tocantins**, para verificação do quantitativo de reportagens que caracterizam esses ciberjornais com perfil de jornalismo de proximidade/hiperlocalismo. Além do quantitativo de matérias com as características citadas foi necessário averiguar os tipos de seções e editoriais e descrever os aspectos mais relevantes sobre o histórico dos mídias.

O período da coleta dos dados foi escolhido aleatoriamente. Foi feito o levantamento das notícias publicadas no período de três dias em cada ciberjornal que compôs o corpus. Os dados foram coletados por meio de acessos aos sites dos ciberjornais, a partir de quantitativo de amostras colhidas nos referidos sites, todos com acessos a cada meia hora, no período de 8h00 às 21h00 do dia 11 ao dia 13 de janeiro de 2018. Os critérios visaram obter informações sobre o perfil destas notícias, a pluralidade de temas e a quantidade de informações sobre o local onde os sites estão sediados e assim verificar se há um compromisso com a difusão de conhecimentos de interesse para o local e de forma mais plural.

O webjornalismo desenvolvido em Palmas tem representatividade por alguns ciberjornais, sendo os portais: G1 Tocantins, T1 Notícias, Portal CT, Conexão Tocantins, Documenta Tocantins, No Vitrine, Tocantins Notícias, Agência Tocantins, dentre outros, que apresentam potencial para contribuir de forma efetiva nessa composição, pois na maioria dos sites jornalísticos de Palmas-TO as notícias e conteúdos científicos específicos divulgados oferece informação, aproximação e interação com o utente local. Para delimitação foi feito recorte e analisado apenas os três sites com maior visibilidade. Essa escolha se deu pela observação do número de acessos entre todos os ciberjornais, sendo que os mais visitados no período da pesquisa foram os portais T1 Notícias, Portal CT e G1 Tocantins.

Foi percebido também que essa maior visibilidade ocorre em função do alcance, da maior atualização, penetração junto ao público local, do quantitativo de acesso e devido às matérias de cunho local aproximar o internauta das ocorrências do entorno em que habita. Além do exposto, os três sites foram por serem aspectos relevantes que contribuem para

A captação dos dados foi iniciada com pesquisa no Google, ciberjornais de Palmas e Mapa da Mídia no Tocantins, do grupo de pesquisa Jornalismo e multimídia composto por docentes e discentes da Universidade Federal do Tocantins, disponível no site www.midiatocantins.com.br. Entre os membros do grupo, Souza e Rocha (2017) pesquisaram o percurso histórico dos veículos on-line tocantinenses. O mapa da Mídia no Tocantins apresenta as mídias tradicionais (jornal, rádio e televisão) e a mídia on-line (sites e blogs jornalísticos), sendo esta última o foco desta pesquisa, especificamente os ciberjornais de maior visibilidade da capital. Após reunidos os elementos disponíveis

nas páginas e verificados os ciberjornais produzidos em Palmas, foi feita checagem e análise de cada um dos veículos selecionados para o recorte.

Esses webjornais, tanto os nativos quanto os que foram originados no impresso, foram aperfeiçoando seus conteúdos para se adaptar às demandas do público, passando a incorporar em suas produções recursos multimídias, como vídeos, fotos e áudios. Além de apostar na interatividade como atrativo para o público, outro recurso utilizado é a hipertextualidade. Pode-se observar também uma preocupação com as informações de proximidade, os veículos têm como característica um enfoque nas notícias da região e portanto se enquadram no conceito do hiperlocalismo (SOUZA e ROCHA, 2017, p. 13).

Os webjornais utilizados como recorte na pesquisa possuem características coerentes com o que se espera de um ciberjornal de proximidade, pois a maioria das matérias averiguadas convergem para o hiperlocalismo. Esta afirmativa foi possível por meio da pesquisa exploratória e análise das reportagens disponibilizadas nos ciberjornais, no período de 11 a 13 de janeiro de 2018. Diante dos resultados foi possível elaborar a tabela a seguir:

TABELA 1: Reportagens produzidas pelos ciberjornais no período de 11 a 13/01/2018.

Assunto de interesse sobre	Número de Notícias		
	T1 Notícias	Portal CT	G1 Tocantins
Palmas	22	16	6
Outras cidades/Tocantins	10	11	25
Brasil	-	3	2
Mundo	-	3	-
Total	32	33	33

Fonte: Produção própria.

O número de reportagens disponibilizadas nos ciberjornais nos dias de recorte para amostra se apresentam similares. Entretanto, ao verificar o número de reportagens de assuntos de interesse e especificamente sobre matérias em Palmas, que configuram como jornalismo de proximidade, foram disponibilizadas maior quantitativo pelo portal T1 notícias, que disponibilizou 22 matérias, seguido pelo portal TC com 16 e portal G1 com apenas 6 reportagens de cunho local.

De acordo com os resultados obtidos, os ciberjornais atuam e estão engajados na perspectiva do ciberjornalismo de proximidade, embora o G1 apresente menor número de postagens jornalísticas sobre assuntos relacionados a Palmas no período utilizado

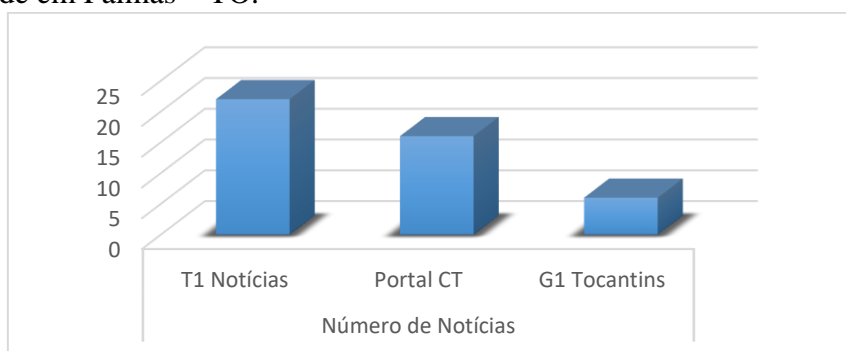
como amostragem, se enquadra no perfil. Um aspecto relevante é que o G1 apresenta o maior quantitativo de matérias relacionadas as outras cidades do Tocantins, com 25 reportagens, este fato apresenta maior preocupação do veículo em abordagem voltada para jornalismo de proximidade em termos regionais, enquanto que neste mesmo período, o T1 notícias aponta para o engajamento para atuação local, especificamente com maior número de postagens de temáticas relacionadas à capital do Tocantins.

Ambos os portais se reportaram a matérias desenvolvidas em outras cidades do Tocantins. Somente os sites CT e G1 publicaram reportagens sobre outros Estados, sendo 3 e 2 matérias por veículo respectivamente. Sobre matérias relacionadas a outros países, teve publicação somente pelo Portal CT, com 3 matérias.

Os dados demonstram também que durante o período da pesquisa, o portal T1 publicou matérias exclusivamente regionais sobre o Tocantins e com maior ênfase para o hiperlocal se referindo aos assuntos sobre a capital.

O gráfico a seguir, mostra o quantitativo de matérias produzidas pelos três portais, relacionadas ao envolvimento contínuo e mais específico do jornalismo de proximidade desenvolvido em Palmas e nas demais cidades que compõem o Estado do Tocantins.

Gráfico 1: Quantitativo de reportagens relacionadas ao jornalismo de proximidade em Palmas – TO.



Fonte: Produção própria a partir dos dados da pesquisa.

Os dados demonstrados evidenciam que, a produção jornalística oferece ao utente matérias ciberjornalísticas de proximidade, as representações com maior produção, relacionadas ao local e às regiões do Estado, são produzidas, respectivamente, pelos ciberjornais T1 notícias e G1 Tocantins. Sendo que o jornalismo

de proximidade sobre Palmas, as principais matérias tratam sobre a agenda cultural, economia municipal, acidentes, ações investigativas, e prisão de traficantes ocorridos em bairros da periferia, suspeito de assassinato e operação lei seca. Enquanto as notícias direcionadas ao Estado, as notícias tratam sobre um dos destinos turísticos (Jalapão), prorrogação de contratação de plano de saúde pelo governo do Estado, eleições, situação econômica e financeira do Estado, agenda cultural. Ambos ilustram cada local e oferecem aquele ao público, o reconhecimento dos fatos ocorridos em seu meio, no cotidiano em que estão envolvidos, sobre os lugares onde convivem. Se reconhecendo, participam e interagem.

Os ciberjornais regionais pesquisados são meios de informação relevantes e apresentam quantitativo expressivo de reportagens relacionadas a capital, este fato conduz o internauta, onde quer que ele esteja e principalmente os que residem em Palmas, a se reconhecer, compreender o seu entorno e interagir, se tornando parte da sociedade da informação e do conhecimento.

O perfil dos ciberjornais de Palmas apresentam características dos demais portais de notícias existentes em nosso país, mas dispõem de algumas peculiaridades além da não-linearidade, hipertextualidade, memória, interatividade, imersão, ubiquidade, instantaneidade, personalização do conteúdo, multimídia e virtualidade. Apresentam também a proximidade por meio de editoriais e reportagens relacionadas a localidade. Essa inovação na maneira de fazer jornalismo potencializam o utente, servindo tanto para o usuário quanto para os jornalistas que atuam no ciberjornal.

Em sua atuação no ciberjornalismo, o jornalista tem a seu dispor uma gama de elementos de multimídia e o leitor tem uma nova forma de receber a notícia. Neste contexto, há a necessidade de os jornalistas buscarem capacitação para atuar com multiplataforma e multimídia, ou seja, trabalharem com diferentes tipos de conteúdo e para diferentes dispositivos de recepção.

As mídias digitais pesquisadas apresentam informações, categorias, quantitativo expressivo de matérias plurais que apresentam desde os problemas sociais, questões políticas, econômicas, culturais, dentre outras relevantes e perfil voltados para o contexto regional e local. Além das demais características de ciberjornais que oferecem possibilidades de interação, compartilhamento, dentre outros fatores, apontam estes

ciberjornais como meios que contribuem com a composição da sociedade do conhecimento. Estes resultados e direcionamentos obtidos na pesquisa assinalam contribuição efetiva para a informação plural dos cidadãos de Palmas. Oferece para o internauta a possibilidade internalizar as informações, tecer conhecimentos e interagir, sendo integrante ativo da sociedade do conhecimento.

Referências bibliográficas

MARTINS, Gerson Luiz. REINO, Lucas Santiago Arraes. BUENO, Thaísa. (Orgs). **Performance em ciberjornalismo. Tecnologia, inovação e eficiência.** Campo Grande, MS: Ed. UFMS, 2017.

ROCHA, Liana Vidigal. **Webjornalismo esportivo e narrativas digitais: modelos presentes no Lancenet!**. In: Anais da Jornada Interdisciplinar do PPGCom. Anais. Palmas (TO) UFT, 2017a. Disponível em: <<http://www.even3.com.br/anais/PPGCom>>. Acesso em: 10 de out. 2017.

SOUZA, Sarah Melisa Barros de. ROCHA, Liana Vidigal. **Hiperlocalidade e webjornalismo: percurso histórico dos veículos on-line tocantinenses1.** GT História do Jornalismo integrante do 11º Encontro Nacional de História da Mídia. São Paulo: Universidade Presbiteriana Makenzie, 2017. Disponível em: <www.ufrgs.br/alcar/encontros...1/.../hiperlocalidade...webjornalismo.../file> Acesso em 12 de nov. 2017.

Explicações teóricas sobre o *mobile first* e *mobile only* no jornalismo

Yago Modesto Alves¹

Universidade Federal do Tocantins

Resumo

De cunho teórico-expositivo, o objetivo do presente trabalho é conceituar e exemplificar as estratégias de comunicação conhecidas como *mobile first* e *mobile only* no jornalismo, a partir do entendimento das práticas anteriores: *digital first* e *digital only*. Tais pontos são aprofundados a partir das pesquisas de Satuf (2015), Souza (2016), Camargo (2017), Puerta (2017) e Wroblewski (2011). Com a ascensão do uso de dispositivos móveis, o jornalismo tende a migrar práticas do *mobile first* ao *mobile only*, marcado pelo consumo que acontece de forma absoluta via celular, baseado no comportamento atual de milhares de pessoas e evolução natural do comportamento humano com dispositivos de interação e comunicação.

Palavras-chave: Jornalismo; Dispositivos Móveis; Mobile Only.

Pensando nos dispositivos móveis

Previamente, é preciso deixar claro que o jornalismo, que tem os impressos como meio tradicional pioneiro, sempre foi móvel. Afinal, antes mesmo do surgimento das mídias digitais, o leitor podia comprar um jornal ou revista, ler e carregá-lo para onde quisesse. Assim, admitir a mobilidade apenas como sinônimo de portabilidade, faz inferir que o termo jornalismo móvel, popularmente relacionado às práticas de produção e consumo jornalístico através dos dispositivos móveis, não seja usado.

É por isso que Satuf (2015, p.443) vai além da questão da portabilidade ao explicar o termo jornalismo móvel, e considera elementares as características das tecnologias que servem a essa categoria de jornalismo. Dispositivos móveis, como *smartphones* e *tablets*, carregam consigo a ubiquidade, que é a capacidade de ter acesso ao conteúdo e a informação em qualquer lugar, a qualquer hora; a adaptabilidade, que diz respeito ao fato do conteúdo poder ser consumido sob a demanda do usuário, estando sensível aos interesses desse; e a multifuncionalidade, que se relaciona com a integração dos formatos oriundos dos outros meios de comunicação.

¹ Mestre em Comunicação e Sociedade (PPGCOM/UFT) e Jornalista de formação pela Universidade Federal do Tocantins. Membro pesquisador do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Múltimídia da UFT. Email: yagoma07@gmail.com

Souza (2016) agrega a palavra digital após o termo jornalismo móvel para diferenciar esse tipo de jornalismo. Para o autor, vivemos a cultura do jornalismo móvel, tendo a mobilidade como fator determinante nos modelos de negócios e na produção e elaboração de plataformas para consumo e construção da notícia. Tudo isso se dá pela proliferação do uso de dispositivos móveis, principalmente os *smartphones*, como suporte e plataforma de consumo informativo. Assim, a demanda pela produção ubíqua se torna crescente, tendo a mobilidade como “parceira de quem precisa estar presente no maior número possível de coberturas e garantir o máximo de informação jornalística” (SOUZA, 2016, p.75).

Com um *smartphone*, alguns aplicativos e o acesso à internet sem fio (seja 3G, 4G ou *Wireless*), é possível produzir conteúdo jornalístico de qualidade, bem como consumi-lo. Assim, as especificidades ligadas às características técnicas dos dispositivos móveis também diferenciam o jornalismo móvel das outras modalidades de jornalismo, como por exemplo, o tamanho da tela, capacidade de armazenamento, memória de processamento, geolocalização, tela sensível ao toque, entre outras (CAMARGO, 2017).

Segundo dados da *Google Consumer Barometer*, pesquisa encomendada pela Google, o uso de *smartphones* cresceu 3,5 vezes no Brasil em quatro anos, passando de 14% em 2012, para 62% em 2016². Outra pesquisa, da Fundação Getúlio Vargas (FGV), fez uma projeção que, até o final de 2017, o país teria a média de um celular inteligente por habitante³. Os dados mostram a importância desse suporte de comunicação, e que cada vez mais, os veículos precisam pensar em estratégias de produção de conteúdo jornalístico dedicado ao público que dispõe dessa ferramenta.

Como afirmam Dantas e Rocha (2017, p.62), uma das maiores mudanças da história do jornalismo deu-se por conta das transformações das rotinas de produção das notícias causadas por essa ascensão dos dispositivos móveis. Os autores explicam que:

Antes, mesmo com a existência da atualização contínua no webjornalismo, a publicação dos materiais apurados fora da redação precisava passar por um complexo processo logístico. Nos casos onde

² Disponível em <<https://tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2017/02/28/uso-de-smartphones-cresce-35-vezes-no-brasil.htm?cmpid=copiaecola>> Acesso em 22 out. 2017.

³ Disponível em <<http://link.estadao.com.br/noticias/gadget,ate-o-fim-de-2017-brasil-tera-um-smartphone-por-habitante-diz-pesquisa-da-fgv,70001744407>> Acesso em 22 out. 2017.

a urgência da notícia era basilar, os jornalistas chegavam a narrar o texto para que editores dispostos em frente a computadores pudessem publicar o material. Fotografias e vídeos somente eram produzidos por profissionais especializados e demandavam tempo de edição para, somente então, realizar o *upload* do arquivo na rede.

Mas, agora, com os *smartphones*, os profissionais da notícia podem atualizar as informações de um site diretamente do local de onde se está cobrindo o acontecimento. Além disso, os acontecimentos também podem ser noticiados pelo público, que possui acesso aos lugares que o jornalista não tem, gerando conteúdo que enriquece a narrativa jornalística (DANTAS; ROCHA, 2017).

Para Camargo (2017), pode-se dizer que, atualmente, boa parte das estratégias digitais das empresas jornalísticas estão destinadas à produção voltada à condição de mobilidade, como investimento em aplicativos de notícias e conteúdo para mídias sociais. Há também estratégias voltadas especificamente à estrutura da notícia para consumo digital, é o caso do *mobile first e mobile only*.

Do *mobile first* ao *mobile only*

A mobilidade tem afetado o jornalismo ao ponto que, em um futuro não muito distante, as empresas midiáticas priorizarão a produção de conteúdo para serem consumidos em dispositivos móveis em desfavor dos sites de notícias para *desktop* ou meios tradicionais⁴. O termo *mobile first* diz respeito a este tipo de estratégia (CAMARGO, 2017).

De acordo com Wroblewski (2011), durante os primeiros anos da web 2.0 e até os primeiros da década atual, a maioria das equipes de tecnologia e *design web* das empresas projetou produtos e conteúdos destinados para serem acessados em computadores e *notebook*. Para essas equipes, aparelhos de celular era algo que deveria ser pensado no futuro. Tal pensamento fazia sentido, uma vez que, em alguns lugares do mundo, navegar na web por meio de telefones celulares causava uma experiência

⁴ Esta é uma realidade que já pode ser visualizada em alguns veículos jornalísticos, como o Jornal Gazeta do Povo, do Paraná. O jornal impresso diário deixou de circular em maio de 2017, e a empresa jornalística passou a adotar um novo modelo editorial focado essencialmente na produção de conteúdo para celulares. Informação disponível em < <http://www.gazetadopovo.com.br/economia/gazeta-investe-em-plataformas-digitais-e-encerra-edicao-impressa-diaria-3gk21exw7d2vr19bi7gygez19>> Acesso em: 09 mar. 2018.

desagradável aos usuários, principalmente por conta do tamanho da tela e da velocidade reduzida de internet.

Mas essa realidade mudou ao longo dos últimos anos. O ponto de partida foi a criação do Iphone, em 2007, o primeiro *smartphone* da Apple, que combina recursos e funcionalidades avançadas que podem ser estendidas por meio de programas e aplicativos executados pelo seu sistema operacional, o iOS.

Com o passar dos anos, após o surgimento de outros *smartphones*, o *design* para dispositivos móveis não só passa a oportunizar novas possibilidades de expansão, mas também começam a proporcionar uma melhor experiência de navegabilidade ao usuário através de um site ou aplicativo. É neste sentido que Wroblewski (2011) defende que a arquitetura e desenvolvimento de sites e aplicativos devem ser projetados e criados, em primeiro lugar, para dispositivos móveis. Ele enumera três grandes motivos para a adoção do *mobile first*:

Uma explosão da tecnologia *mobile* está em curso; *Layout* para dispositivo móvel implica em otimização de dados e ações a serem projetadas com descarte de elementos desnecessários; Dispositivos móveis estão com mais funcionalidades nativas e capacidade de criação de conteúdos ricos não existentes na maioria dos navegadores para *desktop* (WROBLEWSKI, 2011, p.8, tradução nossa)⁵.

A intenção da estratégia é fazer com que o usuário tenha a melhor experiência possível ao consumir conteúdo a partir de um *smartphone*. No que diz respeito ao jornalismo, ao adotar o *mobile first*, o veículo, antes mesmo de publicar a notícia ou reportagem, e até mesmo, durante sua apuração ou pauta, passa a pensar primeiro em como aquela informação será veiculada nas mídias móveis.

As estratégias de distribuição de conteúdo jornalístico evoluíram gradativamente desde que surgiram os meios digitais. Para pesquisadores como Ormaechea (2016), o *mobile first* seria só mais uma fase desta evolução, precedida pelo *digital first* e *digital only*. O *digital first* surgiu assim que a web 2.0 decolou, como abordado anteriormente. Naquele contexto, os veículos jornalísticos começam a centrar as atenções nos sites de

⁵ Prepares you for the explosive growth and new opportunities emerging on mobile today, • Forces you to focus and prioritize your products by embracing the constraints inherent in mobile design, and • Allows you to deliver innovative experiences by building on new capabilities native to mobile devices and modes of use.

notícias em desfavor dos jornais impressos, por exemplo. Depois, surge a perspectiva do *digital only*, onde o jornalismo deixa de produzir conteúdo para meios tradicionais e passa a focar exclusivamente no ambiente digital.

Com a ascensão do uso de dispositivos móveis, o *mobile first* se sobressai ao *digital only*. A estratégia posterior é, portanto, a do *mobile only*, onde já não se espera que o impacto via outras telas de interação seja significativo. Neste caso, propõe-se que o consumo irá acontecer de forma absoluta via celular, “baseado no comportamento atual de milhares de pessoas, e principalmente da evolução natural do comportamento humano com dispositivos de interação e comunicação” (PUERTA, 2017, on-line).

É importante ressaltar que tais estratégias são tendências que, por sua vez, são adotadas em alguns veículos e tardam para serem utilizadas por outros. Porém, como afirma Puerta (2017), apesar do *mobile only* não ter se consolidado ainda, o *mobile first* é uma realidade, e, aqueles veículos que não mudarem suas estratégias de comunicação, estarão fadados a depender de um público que proximamente deixará de existir.

Referências

CAMARGO, Isadora Ortiz de. Mobilidade como fator diferencial dos modelos de negócios em jornalismo: o caso do nytimes. In: CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina. **Jornalismo Móvel: Linguagem, gêneros e modelos de negócio**. Covilhã: Editora Labcom., 2017. p. 41-59.

DANTAS, Ivo Henrique; ROCHA, Heitor Costa Lima da. Dispositivos móveis na construção da notícia: a experiência do portal regional NE10. In: CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina. **Jornalismo Móvel: Linguagem, gêneros e modelos de negócio**. Covilhã: Editora Labcom., 2017. p. 61-81.

ORMAECHEA, Ana. El fin del mobile first. In: MARTÍN, Montserrat Jurado; GONZÁLES, Alicia de Lara; ROBLES, Félix Arias. **Mobile first, comunicación multipantalla**. Murcia: Librero-editor, 2016. p. 69-82.

PUERTA, Diego. **Mobile only: a evolução inevitável da comunicação e do marketing**. 2017. Disponível em: <<http://portal.comunique-se.com.br/mobile-only-evolucao-inevitavel-da-comunicacao-e-do-marketing/>>. Acesso em: 22 out. 2017.

SATUF, Ivan. Jornalismo Móvel: da prática à investigação acadêmica. In: CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan. **Jornalismo para Dispositivos móveis: produção, distribuição e consumo**. Covilhã: Labcom, 2015. p. 441-469.

SOUZA, B.F. de. Smartphones e aplicativos de comunicação: tecnologias móveis a serviço do jornalismo digital. In: SILVA, Fernando Firmino da (Org.). **Transmutações no jornalismo**. Campina Grande: Eduepb, 2016. p. 73-117.

WROBLEWSKI, Luke. **Mobile first**. New York: A Book Apart, 2011

Etiquetamento: a exposição da imagem de suspeitos de crimes no telejornalismo de Araguaína

Keliane Morais Silva Santos Vale¹
Universidade Federal do Tocantins

Resumo

A revisão bibliográfica pretende discutir a veiculação da imagem de suspeitos de crimes nos meios de comunicação televisivos, fato que se tornou corriqueiro nas delegacias de polícia. Na ausência de um termo específico no Brasil para explicar este fato, alguns autores trazem o termo “perp walk”, cunhado nos Estados Unidos, para se referir à comum prática dos policiais de exibirem intencionalmente o acusado à mídia sensacionalista. O método desta pesquisa constitui-se na revisão bibliográfica com o objetivo de levantar as problemáticas sobre o tema que traz em seu bojo mídia e criminalidade. Uma das abordagens são os estudos de conduta desviante, bem como a produção da notícia, de forma a discutir como a mídia correlaciona-se na estigmatização do indivíduo enquadrado como “preso provisório”, corroborando na criação de uma identidade do indivíduo rotulado.

Palavras-chave: Mídia; Criminalidade; Rotulação;

Perp walk ou desfile do acusado

A imprensa do Estado do Tocantins destaca-se em três principais cidades do Estado – Araguaína, Gurupi, interior do Estado, e na capital Palmas. No Norte do Estado, a quantidade de veículos televisivos de comunicação costuma ultrapassar em número as demais localidades. Chama a atenção que essa mídia em Araguaína mantém a cobertura voltada prioritariamente para a editoria de polícia, exibindo matérias de pequenos delitos acontecidos na cidade a atos graves de grande repercussão social, como crimes de homicídios/latrocínios, massificando a cobertura sobre acontecimentos criminais.

A prática jornalística sempre tem tendência à cobertura de crimes, como contextualiza Neveu (2006, p.22): “as idas e vindas à delegacia, atrás das notícias policiais”, tem a orientação do modelo anglo-americano, que “constituem hoje a norma de referência dessa profissão”.

As apreensões diárias de suspeitos de crimes, conta com um direcionamento

¹ Graduada em Comunicação Social pela UFT - Universidade Federal do Tocantins e mestranda do Programa de Estudos em Cultura e Território da UFT. E-mail: keliane.vale@uft.edu.br

específico de cobertura da imprensa de Araguaína, que faz ronda para acompanhar a ação das Polícias, que por sua vez, permitem o acesso das câmeras ao suspeito. Na ausência de um termo específico no Brasil para explicar este fato, Maia e Vasconcelos (2012), trazem o termo “perp walk”, cunhado nos Estados Unidos, para se referir ao “desfile do acusado”, comum prática dos policiais de exibirem intencionalmente o acusado à mídia.

Essa conduta ocorre das mais diversas formas, ora com a exibição da imagem sem autorização do acusado preso, ora com a publicação de notícias sem o rigor técnico jurídico que garanta a exatidão das informações veiculadas. Para Maia e Vasconcelos (2012), “não há como se defender a existência de interesse social pela exibição da imagem do acusado em uma situação humilhante, a qual é capaz inclusive de mitigar a sua presunção de inocência, gerando uma condenação do acusado [...] pela sociedade.

O promotor de justiça Humberto Ibiapina Lima Maia, no artigo “A mídia versus o direito à imagem na investigação policial”, alerta para situações que é imprescindível a veiculação de imagens durante o inquérito policial:

Há situações em que o interesse público fala mais alto. Estamos falando da divulgação de fotografias de pessoas autoras de crimes, que se evadem do distrito da culpa, antes ou depois da condenação, sendo necessária tal divulgação, objetivando a prisão provisória ou definitiva, sempre com base em mandado de prisão, decorrente de ordem fundamentada da autoridade judiciária, revelada nesta o interesse público.

A Carta Magna também garante, em seu artigo 5º, inciso X, que “são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas”. A imagem das pessoas faz parte do rol dos direitos atinentes à personalidade:

Os direitos da personalidade constituem aptidões atribuídas a todo e qualquer ser humano, por ser inerente a sua dignidade. Portanto, impossível se imaginar a separação do indivíduo do seu direito à imagem e a vida, por exemplo, por constituírem esses garantia mínimas da essência humana. Esse direito à personalidade traz consigo uma importância suprema, tendo em vista que dele derivam outros direitos que, se não fossem reconhecidos pelo Estado, poriam em risco a própria noção, concebida pelo Estado Democrático de Direito, do homem como sujeito de direitos. Segundo Francesco Ferrara, os direitos de personalidade são os direitos supremos do homem, aqueles que garantem o gozo dos seus bens pessoais. Ao lado

dos direitos a bens externos, os direitos de personalidade garantem o gozo a nós mesmos, asseguram a cada um a senhoria da sua pessoa, a atuação das próprias forças físicas e espirituais. (MAIA e VASCONCELOS, 2012).

Como podemos compreender, mesmo sob custódia do Estado, o indivíduo preso mantém sobre si o direito da própria imagem, preservação de sua integridade física e moral, além das garantias constitucionais e legais inerentes ao Direito Processual Penal, contando a seu favor o princípio constitucional da não culpabilidade/a presunção de inocência, assegurados pela Constituição Federal, bem como pela Convenção Interamericana de Direitos Humanos, que traz no § 2º do artigo 8, a garantia de que “toda pessoa acusada de um delito tem direito a que se presuma sua inocência, enquanto não for legalmente comprovada sua culpa”.

Mesmo diante desse rol de direitos, os meios de comunicação possuem lógicas de produção próprias, e assuntos de interesse do cotidiano estão sempre em pauta. Hall *et. al apud* Tranquina (1999, p.238) explica que o crime, só pelo volume, “é entendido como um fenômeno permanente e recorrente e, por isso, muito dele é inspecionado pelos media de uma forma igualmente rotineira”.

A proposta desta pesquisa, em andamento, é a partir da exposição da imagem de presos na mídia, discutir as inflexões sobre o tema.

Estudos de comportamento

Os estudiosos discutiram e mudaram as visões sobre o crime a partir das novas perspectivas que foram se apresentando no decorrer do tempo. Uma abordagem mais recente é a Teoria do Labeling Approach – traduzido para rotulação/etiquetamento, que compreende no comportamento criminológico uma relação com a interação social, ou o modo como a sociedade enxerga a pessoa em conduta criminosa.

Essa vertente demonstra consonância com os estudos de desvio, proposto por Howard S. Becker, autor do livro *Outsiders*, que problematiza as condutas desviadas. O termo *outsider* cunhado por Becker, tem tradução livre para “pessoa que não é aceita como membro de uma sociedade, de um grupo, de um clube etc”, segundo Shecaira (2012, p.252).

Os estudos de comportamento desviante, como justifica Becker (2008), apresenta a realidade criada por meio das interpretações desses indivíduos, “portanto, devemos

estudar as concepções daqueles que participam de atividades desviantes, porque dessa maneira elucidamos a parte mais obscura do quadro”. O autor ressalta que o controle dos impulsos é o ponto chave para determinar o comportamento apropriado, afirmando que provavelmente muitas pessoas experimentem impulsos desviantes com frequência, no outro extremo, temos a conduta desviante:

Isso sugere que ao examinar casos de não-conformidade intencional, devemos perguntar como a pessoa consegue evitar o impacto de compromissos convencionais. Ela pode fazê-lo de duas maneiras. Antes de mais nada, no curso de seu desenvolvimento, a pessoa pode ter evitado de algum modo alianças embaraçosas com a sociedade convencional. Assim, é possível que esteja livre para seguir seus impulsos. A pessoa que não tem uma reputação a zelar ou um emprego convencional a conservar pode seguir seus impulsos. Não apostou nada em continuar a parecer convencional. (BECKER, 2008, p.38)

Compreender os casos de não-conformidade intencional nos parece um caminho para refletir como a mídia correlaciona-se na estigmatização do indivíduo selecionado como “preso provisório”. Shecaira (2012, p.256-257) aponta as cerimônias degradantes como um processo de despojo de identidade:

Outro aspecto relevante apontado pelos teóricos do *labelling* são as chamadas *cerimônias degradantes*: são os processos ritualizados a que se submetem os envolvidos com um processo criminal, em que um indivíduo é condenado e despojado da sua identidade, recebendo uma outra degradada. [...] Há inúmeros exemplos de como uma cerimônia degradante, que em grande parte das vezes acontece antes mesmo de um processo criminal ser iniciado, pode atingir a identidade de alguém.

Shecaira (2012, p.255) explica o processo de mudança de identidade, com a rotulação do indivíduo:

Praticado o ato inicial, uma nova relação advirá da reação social. A mais importante consequência é uma drástica mudança na identidade pessoal que o indivíduo tem diante da sociedade. Surge um novo status que revelará o agente *desviado* como alguém que supostamente deveria ser. Para ser rotulado como criminoso basta que cometa uma única ofensa criminal e isto passará a ser tudo que se tem de referência estigmatizante dessa pessoa. [...] As rotinas diárias farão com que ele busque a aproximação com os iguais, o que gera o início de uma

carreira criminal. A pessoa que chega à corte criminal sendo tachado de “ladrão” ou “drogado” pode ter gasto não mais do que um momento nessas atividades. Mas a sociedade destaca alguns detalhes do comportamento de tal pessoa e declara que eles refletem o tipo de pessoa que realmente é. “Ele é ladrão” ou “ele é drogado” parece indicar imediatamente uma descrição de sua posição na sociedade e o perfil do seu caráter. [...] Muitas instituições destinadas a desencorajar o comportamento *desviante* operam, na realidade, de modo a perpetuá-lo.

Importante apontar que a exposição na mídia é um exemplo de cerimônia degradante que corrobora a criação de identidade do indivíduo rotulado.

Leituras das condutas criminosas pela mídia

Diante de uma imensidão de acontecimentos de criminalidade na sociedade, a mídia organiza e seleciona aqueles que serão veiculados. A apresentação dessas notícias constitui-se em diversos significados e enquadramentos. Vejamos a colocação de Hall *et. al. apud* Traquina (1999):

Os *media* definem para a maioria os acontecimentos significativos que estão a ter lugar, mas também oferecem interpretações poderosas acerca da forma de compreender estes acontecimentos. Implícitas nessas interpretações estão as orientações relativas aos acontecimentos e pessoas ou grupos nelas envolvidos. (p.228)

A apresentação das notícias, que constitui em si diversos significados e enquadramentos, quando se trata de condutas criminosas demonstra ter critérios diferenciados conforme os autores envolvidos.

Referências bibliográficas

BECKER, Howard Saul. **Outsiders: estudos de sociologia do desvio**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BRASIL. **Constituição Federal**. Disponível em:
https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm

HALL, S, et al. A produção social das notícias: o "mugging nos Media. In:
TRAQUINA, N. (org). **Jornalismo: questões, teoria e estórias**. Lisboa: Vega, 1993.

MAIA, Daniel; VASCONCELOS, Fernanda Sousa. **Exibição de prisões na mídia: direito à imagem X direito de informar**. Revista Jus Navigandi, Teresina, ano 17, n.

3176, 12 mar. 2012. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/21266>>. Acesso em: 5 fev.2016.

MAIA, Humberto Ibiapina Lima. **A mídia versus o direito à imagem, na investigação policial.** Disponível em:

<http://www.mpce.mp.br/servicos/artigos/artigos.asp?iCodigo=3>

SHECAIRA, Sérgio Salomão. **Criminologia.** 4.ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2012.

Jornais do Norte de Goiás: Leituras do Passado e as Possibilidades de Escritas da História

Ruy Alberto Pereira Bucar¹
Francisco Gilson Rebouças Porto Júnior²
Universidade Federal do Tocantins

Resumo

Os jornais do norte de Goiás inexplicavelmente têm sido ignorados pelos estudos de mídia que tem se ocupado em compreender o paradigma do desenvolvimento da imprensa regional. Também não têm sido percebidos pelas pesquisas que abarcam a história da imprensa goiana. Estima-se que 33 jornais circularam no norte de Goiás no período de 1891, quando a imprensa surge na região até 1988 quando o Estado do Tocantins é criado. Nesse universo consta periódicos de vários tipos, conforme características mais acentuadas; imprensa engajada, imprensa partidária, jornal manuscrito e jornal comercial, dentre outros. O presente estudo busca catalogar jornais do norte de Goiás contribuindo para ampliar as fontes de consulta sobre imprensa regional enriquecendo a historiografia do Tocantins. O estudo propõe apontar as possibilidades de construção da história a partir de leituras do passado.

Palavras-chave: Mídia; imprensa regional; jornais; história; historiografia

Introdução

As comemorações dos 30 anos do Estado do Tocantins que vem sendo realizadas desde o início do ano com uma série de atividades planejadas para marcar a data, chama atenção pelo completo desinteresse da sociedade. A forma como a história do Estado tem sido contada com a apropriação da memória histórica da região para legitimação de poder não consegue atrair nem mesmo os profissionais do campo da história.

Cenário que constitui um desafio interessante para pesquisadores em ciências sociais que tem condições de produzir conhecimento crítico por meio dos quais o tocaninense pode se apropriar da sua história. O estudo se justifica pela necessidade de se conhecer estas fontes de informações sobre a região que inexplicavelmente têm sido

¹ Mestrando em Comunicação e Sociedade PPGCom/UFT. Pós-graduado em Especialização em Ensino de Comunicação e Jornalismo Opaje/UFT. Graduado em Jornalismo UFG. E-mail: ruybucar@globocom.com.

² Pós-doutor em Educação (Universidade de Cádiz, UCA, Espanha), em Comunicação (FAC-UnB) e Ciências Sociais Aplicadas: Comunicação (UNESP). Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (UFBA), Mestre em Educação pela Faculdade de Educação (UnB) e graduado em Comunicação Social/Jornalismo, Pedagogia e História. Cumpre estágio pós-doutoral/professor visitante no Centro de Estudos Interdisciplinares do Século XX da Universidade de Coimbra (CEIS20/UC, Portugal). E-mail: gilsonportouft@gmail.com.

ignoradas pelos estudos de mídia que buscam compreender o processo de desenvolvimento da imprensa regional.

O presente trabalho busca catalogar os jornais do norte de Goiás como fontes de consultas para produção de novos conhecimentos que podem enriquecer não apenas a história da imprensa, mas também a própria história da formação do Tocantins. O estudo aponta para possibilidades de construção da história a partir de leituras do passado.

Levantamento a partir de fontes bibliográficas aponta que 33 jornais circularam no norte de Goiás no período de 1891, quando a imprensa surge na região até 1988, quando o Estado do Tocantins é criado.

Porto Nacional, na época Porto Imperial é o berço da nova atividade. No final do século XIX a localidade despontava como o grande centro difusor de ideias da região. Era a maior cidade do norte e o mais importante polo regional. Ressalta-se que quando o *Folha do Norte* surge em Porto Nacional, em 1891, o sul da província já somava mais de 40 títulos de periódicos.

O desenvolvimento da imprensa no norte de Goiás pode ser dividido em dois grandes períodos; antes e depois da criação do Estado do Tocantins. O primeiro, de 1891 a 1988, do aparecimento do primeiro jornal até a criação do Estado. A imprensa deste período tinha como motivação a defesa da região ressignificada como isolada e esquecida do centro do poder burocrático instalado da Capital, sul da província.

O segundo período, vai de 1988 aos dias atuais; a imprensa, em função da mudança de contexto, ganha outra motivação: agora, mais do que acompanhar a instalação do novo Estado, era preciso contribuir com o seu desenvolvimento. O presente estudo se ocupa de sistematizar as fontes primárias do primeiro período. (CAVALCANTE, 2003; MUNARO 2017; GIRALDIN, 2002).

No contexto nacional a imprensa iniciava a travessia da fase de pequenos jornais para a grande imprensa que se consolidaria na virada do século (SODRÉ, 1983). O *Folha do Norte* é contemporânea do *Jornal do Brasil*, o primeiro jornal da chamada grande imprensa, fundado, no Rio de Janeiro, em 1891.

Nas três primeiras décadas iniciais da atuação da imprensa no norte o fenômeno fica restrito a Porto Nacional. Quatro periódicos são editados neste período – *Folha do Norte* (1891), *O Incentivo* (1893), *Norte de Goyaz* (1905) e *Jornal do Povo* (1920) -

quase 30 anos depois se tem conhecimento de impressão de folha fora do município; em Natividade com os jornais *Corisco* (1927) e *Voz do Norte* (1929). A arte de multiplicar textos se expande para Arraias, passa por Pedro Afonso e no mesmo período surge também em Tocantinópolis, antiga Boa Vista de Goiás, segunda maior cidade do norte e também a segunda em ocorrência de jornais.

A partir dos anos 40 Tocantinópolis rivaliza com Porto Nacional o domínio desta atividade que teve o seu apogeu por volta dos anos 50. Neste período se registra o maior número de jornais editados no norte. Foi o período também de maior movimentação em torno das manifestações pela criação do Estado do Tocantins.

A partir da década de 80 Araguaína assume a condição de polo de produção da imprensa mais importante do norte. Porto Nacional ainda se mantém como sede de jornais regionais, mas já não é mais o principal polo de irradiação de notícias. Araguaína neste período já era o maior município do norte.

Neste período a imprensa passa por mais uma grande mudança. Periódicos que até então dispunham de poucos recursos gráficos entram na fase da modernidade. Em vez de pequenas tipografias os jornais passam a ser impressos em rotativas industriais. Jornais deste período ganham em qualidade, mas perdem em cobertura regional.

Relação de periódicos que teriam sido publicados no norte de Goiás, do final do século XIX quando a imprensa aparece na região norte até a sua autonomia em 1988.

QUADRO 1 - Periódicos do norte de Goiás, levantamento por ano, local de fundação e editores responsáveis

Periódico	Fundação	Local	Editores responsáveis
Folha do Norte	1891	Porto Nacional	Frederico Ferreira Lemos e Luis Leite Ribeiro
O Incentivo	1901	Porto Nacional	Frederico Ferreira Lemos e Luis Leite Ribeiro
Norte de Goyaz	1905	Porto Nacional	Francisco Ayres, João Joca Ayres
Jornal do Povo	1920	Porto Nacional	Abílio Nunes, Frederico F. Lemos, Quintiliano da Silva, Rafael Fernandes Belles.
O Corisco	1927	Natividade	José Lopes Rodrigues
Voz do Norte	1929	Natividade	Quintiliano da Silva

III Jornada Interdisciplinar do PPGCOM

De 22 a 23 de outubro de 2018

O Norte	1929	Arraias	João de Abreu
Folha dos Moços	1930	Folha dos Moços	Frades Dominicanos
O Colegial	1940	Pedro Afonso	Messias Tavares e Álvaro Japiáçu
A Palavra	1942	Pedro Afonso	Raimundo Costa Júnior, Messias Tavares, Álvaro Japiáçu
Correio do Norte	1948	Tocantinópolis	Antônio Gomes Pereira
O Tocantins	1950	Tocantinópolis	Tibério Maranhão Azevedo
O Goiás Central	1950	Porto Nacional	João Mattos Quinaud
Ecos do Tocantins	1951	Pium	Trajano Coelho Neto
A Norma	1953	Porto Nacional	Oswaldo Ayres da Silva
A Palavra Livre	1953	Tocantinópolis	Darci Martins Coêlho e Messias Alves Bezerra
Correio do Norte	1953	Tocantinópolis	Renato Soares
A Verdade	1956	Tocantinópolis	Ribamar Marinho e Antonio Fernandes Santos e gerente Raimundo Guimarães.
O Estado do Tocantins	1956	Porto Nacional	Feliciano Machado Braga, João Mattos Quinaud, Fabrício César Freire.
Voz do Araguaia	1958	Cristalândia	Sebastião A. Oliveira e Alberto Pinheiro Lemos
Folha da Natividade	1958	Natividade	Adail Viana Santana, redator-chefe Cairo Porfírio Carneiro.
O Polígrafo	1958	Porto Nacional	João Matos Quinaud
Porto Nacional Jornal	1964	Porto Nacional	Antônio Poincaré Andrade
Tribuna da Amazônia	1973	Araguaína	Otávio Barros
O Estado do Tocantins	1975	Araguaína	Otávio Barros
Jornal do	1979	Araguaína	Grupo Jaime Câmara – Clélio Silveira

Tocantins			Filho e Luiza Renovato
Correio do Norte	1984	Araguaína	Luiz de Souza Pires
Brasil Central	1985	Porto Nacional	Getúlio Matos Quinaud
Paralelo 13	1986	Porto Nacional	Edson Rodrigues e Edvaldo Rodrigues
O Cristalino	1986	Cristalândia	Joamar Carvalho Brito, Gutemberg Brasil
O Regional	1986	Araguaína	Sandra Miranda
Folha da Cidade	1988	Gurupi	Luiz Barbosa Aguiar e Antônio Júnior Veras

Fonte: Elaborado com base em dados do ALMANAK DE GOYAZ; NETO (1956), TELES (1989), SILVA (2003), PINA (1980) e COSTA (2004).

Porque e para que estudos dessa natureza? O que significa buscar no passado respostas para desafios prementes no campo da mídia? Jornais são arquivos de memórias com registros de época e que possibilitam a construção da história e a compreensão do presente a partir de leituras do passado. Narrativas de jornais oferecem inúmeras possibilidades de investigação em ciências sociais. Quer seja sobre as intrincadas relações da mídia como poder, que permite compreender que papel a imprensa exerce na sociedade; ou estudos da comunicação, com base no desenvolvimento da publicidade e propaganda; uso da fotografia, adoção de novas tecnologias, interatividade com o público leitor até o poder simbólico da imprensa como produtora de sentido e de resignificação. Aspectos que constroem a história da imprensa.

Jornais também são fontes para outros campos de investigação científica. Por exemplo, estudo de gênero: qual o lugar da mulher na imprensa, porque elas eram invisíveis nos expedientes dos jornais até os anos 80? Estudo das relações interétnicas: como a imprensa contribui para a extinção dos povos indígenas a partir de narrativas pautadas por “ideias equivocadas” sobre os índios que domina o imaginário da sociedade brasileira?

Relatos de viagens colhidos a partir de impressões de canoieiros, barqueiros ou de viajantes e publicados na imprensa revelam dados e documentos de uma história

ambiental que era produzida nos jornais. As crônicas de João Fernandes da Conceição, publicadas no periódico *Ecos do Tocantins*, na década de 50 permitem-nos compreender o quanto à navegação significou para a região vir a ser o que é hoje.

Com a posse de referencial teórico adequado para cada temática e adoção de metodologia de análise de conteúdo de Bardin, análise de narrativa de Motta e método indiciário, de Ginzburg pode ampliar as perspectivas de escrita da história. Novas perspectivas permitem outros olhares que podem enriquecer a historiografia do Tocantins. Investigando os jornais neste processo de conservação e mudança das fronteiras dos diversos imaginários sociais vai nos permitir compreender a influência que exerceu esses periódicos na elaboração de novos sentidos, afinal são os veículos de comunicação que propagam novos modelos culturais que nos permitem compreender as permanências que são evidências de comportamentos mentais.

Referências

- BARBOSA, Marialva. “Como escrever uma história da imprensa?”. In: *Grupo de Trabalho História do Jornalismo*, II Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, Florianópolis, 2004.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa, Portugal; Edições 70, LDA, 2009.
- BURKE, Peter. **A Escrita da História, Novas Perspectivas**. São Paulo: Ed. UNESP, 1992.
- CAVALCANTE, Maria do Espírito Santo Rosa. **O discurso autonomista do Tocantins**. Goiânia: Ed. da UCG, 2003.
- CERTEAU, Michel de. **A escrita da história**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1982.
- CHARTIER, Roger. **A história cultural: entre práticas e representações**. Lisboa: Difel, 1990.
- FLORES, Kátia Maia. **Caminhos que Andam, O Rio Tocantins e a Navegação Fluvial nos Sertões do Brasil**. Goiânia, Ed. UCG, 2009.
- GINZBURG, Carlo. **O Queijo e os Vermes. O Cotidiano e as Ideias de um Moleiro perseguido pela Inquisição**. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.
- GIRALDIN, Odair, org. **A (trans)formação histórica do Tocantins**/Odair Giraldin(org.) – Goiânia: Ed.UFG; Palmas:Unitins, 2002.

HOBBSAWM, Eric; RANGER, Terence. **A invenção das tradições**. Rio de Janeiro: Paz & Terra, 1984.

MONTENEGRO, Antonio Torres. **História Oral e Memória, a cultura popular revisitada**. 3ª Ed. São Paulo: Contexto, 1994.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **A Análise Pragmática da Narrativa Jornalística**.

Disponível

em:<<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/105768052842738740828590501726523142462.pdf>>, acesso em 18 jun 2018.

MUNARO, Luís Francisco. **Rios de palavras: a imprensa nas periferias da Amazônia (1821-1921)**. Porto Alegre, RS: Editora Fi, 2017.

NETO, Trajano Coêlho. **Jornal Ecos do Tocantins**. Acervo particular: Pium, 1951.

OLIVEIRA, Maria de Fátima. **Um Porto no Sertão, Cultura e cotidiano em Porto Nacional 1880/1910**. Dissertação de Mestrado em História da Universidade Federal do Tocantins (UFT), 1997.

PARENTE, Temis Gomes. **Fundamentos Históricos do Estado do Tocantins**. 2ª ed. Goiânia, editora UFG, 2003.

SODRÉ, N. W. **História da Imprensa no Brasil**. 3ª Ed., São Paulo: Martins Fontes, 1983.

TELES, José Mendonça. **A Imprensa Matutina**. Goiânia: Cerne, 1989.

WOLTON, Dominique. **Elogio do Grande Público. Uma crítica da TV**. São Paulo, SP, Ática, 1996.

O conteúdo regional no Jornal do Tocantins no contexto da criação e consolidação da identidade tocantinense

Marcela Magalhães Assunção¹

Caira Kelle da Silva Lima²

Verônica Dantas Meneses³

Universidade Federal do Tocantins

Resumo

O presente ensaio trata de mídia regional tendo como base um dos veículos de comunicação mais populares, o jornal. O objetivo é analisar a quantidade de matérias regionais presentes em duas edições do Jornal do Tocantins, o maior diário do Estado, a fim de identificar qual a proporção de conteúdo regionalizado. A partir da análise quanti-qualitativa, podemos observar que o número de matérias locais/regionais cresceu em 19 anos.

Palavras-chave: Tocantins; Mídia Regional; Jornal do Tocantins.

Introdução

Criado em 1989, o Tocantins é o estado mais novo do Brasil. O que antes era território goiano, passa a ser solo tocantinense e a partir dessa ressignificação de terra, surge também um novo conceito de cultura e regionalidade, que até os dias atuais segue em curso. Para um novo estado, seria necessário também um novo jornalismo, tendo em vista que o indivíduo deseja se encontrar nas páginas dos jornais.

O artigo propõe uma reflexão sobre a presença de conteúdo regional tocantinense no Jornal do Tocantins, veículo impresso que faz parte do Grupo Jaime Câmara, considerada a maior rede midiática do estado do Tocantins e Goiás. Para tanto, foram utilizadas duas edições do Jornal do Tocantins, uma do dia 24 de junho de 1998 e outra de 24 de junho de 2017. A escolha da edição de 1998 se deu pelo fato de que foi a partir deste ano que o jornal passou a ser diário. A data foi escolhida por ser em um mês significativo para o cenário cultural tocantinense, quando ocorrem as festas juninas e, assim, poderia nos revelar a importância dada a esta marca de identidade em construção.

¹ Graduanda do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Tocantins. E-mail: marcelamaga266@gmail.com.

² Graduanda do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Tocantins. E-mail: kkcaira11@gmail.com

³ Professora dos cursos de Jornalismo e Mestrado em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal do Tocantins. E-mail: veronica@uft.edu.br.

A edição do Jornal do Tocantins do dia 24 de junho de 1998 conta com 10 páginas que, somadas ao caderno Arte & Vida 2, que era uma extensão da edição e saía no dia posterior, totaliza 16 páginas. Já a edição do dia 24 de junho de 2017 conta com 24 páginas. A análise das edições será realizada por meio da frequência de matérias. Neste ínterim, inclui-se também as notas, notícias curtas. Também foi verificada a distribuição das matérias por editorias. A comparação teve foco na quantidade de matérias nacionais e regionais veiculadas em cada edição.

Para esta análise, não foi considerado colunismo social, pois possui uma organização textual e estrutural específica, seja pela presença de muitas notas pequenas ou pelos seus princípios. Foram desconsiderados ainda os horóscopos, palavras-cruzadas, indicadores, previsão do tempo e resumo de novela. Partindo dessas questões, buscamos questionar o modo de fazer jornalismo dos veículos locais e verificar como muda com o tempo, assim como seus leitores.

O jornalismo local

De acordo com Sousa, a principal função do Jornalismo é a de “manter um sistema de vigilância e de controlo dos poderes [...] Significa, igualmente, trazer para o espaço público os assuntos socialmente relevantes que poderiam passar despercebidos, os assuntos que são escondidos, os que estão submersos, os que são obscuros” (SOUSA, 2001, p. 13).

Obviamente não é tarefa fácil, especialmente em nível local, uma vez que “as pessoas constroem sua realidade a partir do encontro entre o mundo da vida e as negociações que fazem com o “Outro”, com as diferenças as quais estão presentes no confronto com o nosso próprio “vizinho”, mais do que na descoberta de um mundo global de sociedades e culturas diversas” (MENESES, 2015, p. 82-83).

De acordo com Freire (2009), o jornalismo impresso deve trazer as informações de maneira menos rebuscada, para que quem leia possa entender a mensagem que o jornalista quer passar, incluindo até mesmo a disposição das matérias nas páginas do jornal, pois “no jornalismo impresso contemporâneo, os assuntos com maior valor-notícia devem ser destacados” (FREIRE, 2009, p. 294).

Antes de produzir uma notícia, é necessário se perguntar qual a relevância dela e para quem será direcionada, isso porque os critérios de noticiabilidade “funcionam

conjuntamente em todo o processo de fabricação e difusão das notícias e dependem da forma de operar da organização noticiosa, da sua hierarquia interna e da maneira como ela confere ordem ao aparente caos da realidade” (SOUSA, 2001, p. 39).

A mídia regional deve estar atuante na observação dos acontecimentos de um determinado lugar, dos interesses específicos, para que as pessoas tenham contato com aspectos mais próximos à sua realidade e cultura, que reforcem as trocas cotidianas entre as pessoas e fortifiquem a identidade do lugar (ASSIS; RANGEL, 2006). Os veículos locais têm, ou pelos menos em tese deveriam ter, como principal fonte de informações os fatos que acontecem na região de alcance.

Os jornais locais buscam estar próximos de seus leitores, ou seja, a identificação com as audiências. De acordo com Assis e Rangel (2006, p. 4), o jornalismo regional deve ser tratado como transformador da matéria-prima (informação), pois ele apresenta os fatos de acordo com a cultura de um determinado povo, com relevância e impacto para o local (ASSIS; RANGEL, 2006). Segundo Resende, a construção do imaginário dentro do território urbano é diretamente influenciada pela mídia.

Desta maneira, percebe-se que para um estado que acabara de nascer (Tocantins), uma mídia regionalizada se tornaria parte essencial da construção de uma identidade própria. Conforme o autor, “sendo a mídia o ator principal no que se refere à reconfiguração do espaço público, são suas narrativas, constituídas de suas lógicas subjetivas, os fios que tecem os modos de reapropriação do espaço urbano” (RESENDE, 2005 p.132).

O conteúdo regional no Jornal do Tocantins

O Jornal do Tocantins foi fundado em 18 de maio de 1979, no município de Araguaína, sendo veiculado ainda de forma esporádica. A partir da criação do Tocantins, inicia-se um processo de regularização da periodicidade do jornal, primeiro com uma edição semanal. Alguns anos mais tarde houve o aumento de visibilidade e maior necessidade de reportar os fatos do novo território à sociedade, assim a periodicidade

aumentou até que, em 1998, já com sede em Palmas, o jornal começou a ter edições diárias⁴.

De acordo com nossa análise, na edição do dia 24 de junho de 1998, a capa do jornal é composta por seis matérias e duas fotos. Destas, três são regionais e três nacionais. Já na edição do dia 24 de junho de 2017, das sete chamadas de capa, quatro eram de conteúdo local/regionais e três nacionais, e três fotos compõem a capa do jornal. Vemos que as matérias regionais ganharam destaque na capa em 1998, com 50 por cento, e em 2017 com 57,1 por cento.

QUADRO 1 - Número de manchetes regionais e nacionais na capa

Edição	Total de matérias	Fotos	Matérias Regionais	Matérias Nacionais	Matérias regionais (%)	Matérias nacionais (%)
1998	6	2	3	3	50%	50%
2017	7	3	4	3	57,1%	42,8%

Fonte: Elaborada pelas autoras, 2018.

Em relação ao número total de matérias de conteúdo regional nas edições analisadas podemos perceber que na edição do ano de 1998, o jornal foi composto por 54 matérias, 29 regionais (53,7%) e 25 nacionais (46,3%). Já na edição de 2017, das 49 matérias presentes no jornal, 30 eram de conteúdo regional (61,2%) e 19 nacional, (38,8%).

QUADRO 2 - Número de matérias regionais e nacionais em todo o jornal

⁴ Mais informações sobre o início do JTO no Tocantins ver entrevista do editor Sebastião Pinheiro disponível em: **CBN TOCANTINS**. Palmas, 18 maio 2018. Disponível em: <<https://www.cbntocantins.com.br/programas/cbn-tocantins/cbn-tocantins-1.318013/a-história-do-jornal-do-tocantins-se-mistura-à-história-do-estado-1.1530439>>. Acesso em: 3 jun. 2018.

Edição	Matérias Regionais	Matérias Nacionais	Matérias Regionais (%)	Matérias Nacionais (%)
1998	29	25	53,7%	46,3%
2017	30	19	61,2%	38,8%

Fonte: Elaborada pelas autoras, 2018.

Com base nos dados percebemos que o número de matérias regionais na edição de 2017 aumentou 7,5%, em comparação com a edição de 1998, o que revela uma maior regionalização do conteúdo do jornal. Cabe destacar que a quantidade total de matérias na edição de 2017 diminuiu em relação à 1998, ainda que este tenha número de páginas ampliado. Contudo, este fato que não significa que o jornal esteja “mais pobre” por ter menos matérias, tendo em vista que os fatos da edição de 2017 apresentaram maior aprofundamento, são matérias mais completas.

Ainda em relação às editorias, verificamos que na edição de 1998 as editorias Esporte, Comunidade e Política tiveram mais matérias publicadas. Já a edição de 2017 publicou mais matérias nas editorias Comunidade e Esporte, mostrando mais desproporcionalidade entre os conteúdos. Neste sentido, a editoria de comunidade teve um aumento de quase 100%, passando de 11 em 1998 para 21 em 2017. A quantidade de matérias sobre economia e política tiveram uma queda considerável, passando de 8 para 3 e de 10 para 6, respectivamente. Enquanto em 1998 das 11 matérias da editoria oito são regionais (72,7%), na edição de 2017 a porcentagem de matérias regionais na editoria de comunidade é de 76,1% (16 de 21), o que mostra um aumento de 3,4%. A editoria Esporte contou com três matérias regionais e dez nacionais, fato esperado em virtude da realização da Copa do Mundo neste ano.

QUADRO 3 - Número de matérias regionais e nacionais por editoria

Editoria	Matérias Regionais		Matérias Nacionais		Total	
	1998	2017	1998	2017	1998	2017
Comunidade	8	16	3	5	11	21
Cultura e Entretenimento	3	3	3	1	6	4
Economia	4	2	4	1	8	3
Esporte	3	5	10	6	13	11
Política	6	2	4	4	10	6
Coluna de Opinião	3	2	1	2	6	4
Charge	0	0	1	1	1	1

Fonte: Elaborada pelas autoras, 2018.

Por fim, mais duas observações. Primeiro, a valorização da imagem, pois a quantidade de fotos aumentou de 21 para 50. É importante frisar que não foram contabilizadas as imagens da editoria de columnismo social. Segundo, nas edições analisadas verificou-se o aumento no número de páginas destinadas a material publicitário (anúncios/classificados). Em 1998 era apenas uma, e em 2017 verificamos oito (8) páginas, das 24, com esta finalidade.

Estes dados mostram que o veículo tem se aprimorado e reforçado seu mercado, que o processo de atualização do jornal impresso é constante. Mas também, como afirma Bahia (2009), é buscando ser mais úteis à sociedade, atendendo melhor aos interesses do público ao qual se destina que o jornalismo impresso vai se aperfeiçoando e se reciclando frente aos novos meios.

Conclusão

Observamos que o Jornal do Tocantins teve um aumento favorável de assuntos regionais nos últimos 19 anos, inclusive refletidos na capa, o que demonstra que o jornal deu mais espaço para acontecimentos de maior relevância para o público da

região tocantina. Estas mudanças seguiram outras de ordem estrutural, de sobrevivência (anúncios) e gráfica, que acompanhou a própria evolução do meio com as novas tecnologias e o acesso facilitado pela população a smartphones, por exemplo.

No entanto, apesar de a proposta do veículo ser um jornal diário e de angulação de massa (MEDINA, 1988) e, portanto, seja natural evidenciar fatos nacionais que tenham interesse ou repercussão local, consideramos que este aumento é pouco, pois há muito que explorar em relação aos fatos do nosso Estado, além do fato de que a data escolhida para análise se constitui um gancho para as notícias locais. Assim, seria necessário uma ampliação do corpus para se ter uma avaliação melhor. Assim, a valorização do fotojornalismo e a manutenção do veículo diário e de forma atualizada frente às novas tecnologias e aos novos processos sociais que se projetam na mídia local são os principais pontos positivos percebidos nesta pesquisa.

Referências

ASSIS, C. M. A.; RANGEL, P. de P. **A importância do jornalismo regional:** tendo como objeto de estudo o Jornal Correio Centro -Oeste. 2006. Disponível em: <https://www.academia.edu/2058246/A_importancia_do_jornalismo_regional_tendo_como_objeto_de_estudo_o_jornal_Correio_Centro-oeste>. Acesso em: 09 maio 2018.

FREIRE, E. N. **O design no jornal impresso diário. Do tipográfico ao digital.** 2009. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/html/3996/399641244019/>>. Acesso em: 09 maio 2018.

JORNAL DO TOCANTINS. Palmas, 24 jun. 1998.

JORNAL DO TOCANTINS. Palmas, 24 jun. 2017.

JORNAL DO TOCANTINS. Palmas, 25 jun. 1998.

BAHIA, J. **Jornal, História e Técnica.** Vol. 2. As técnicas do Jornalismo. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

MEDINA, C. **Notícia, um produto à venda.** Jornalismo e sociedade urbana e industrial. São Paulo: Summus, 1988.

MENESES, V. D. **O Brasil e os brasis na Televisão Regional Aberta.** Palmas: Eduft, 2015.

RESENDE, F. **Cidade, Comunicação e Cultura: A diferença como questão.** 2005. Disponível em: <<http://www.e->

publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/viewFile/15305/11591>. Acesso em: 29 maio 2018.

SOUSA, J. P. **Elementos de jornalismo impresso**. 2001. Disponível em:
<<http://bocc.ufp.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-de-jornalismo-impresso.pdf>>.
Acesso em: 09 maio 2018.

Democracia e novas mídias: iniciativa popular por meio do aplicativo Mudamos

Davino Pereira de Limas Júnior¹
Carlos Oliveira Santos²
Universidade Federal do Tocantins

Resumo

Neste artigo iremos analisar um dos aplicativos criado nessa expansão tecnológica da internet, o Mudamos, que permite a participação pública de forma direta, que é a iniciativa popular na proposição de projetos de leis, embora projetos de leis de iniciativa popular online seja um objeto fértil para uma reflexão sobre participação política, nosso olhar estará direcionado para o aplicativo e suas funcionalidades. O artigo está dividido em apresentação e mais cinco pontos onde discutiremos os conceitos de democracia participativa no Brasil e também a relação da proposta de iniciativa popular com a tecnologia em seguida analisaremos aplicativos e suas funcionalidades.

Palavras-chave: Democracia, Iniciativa popular, Aplicativo, Internet.

Apresentação

A internet atualizou um dos princípios constitucionais que permite a participação pública de forma direta, que é a iniciativa popular na proposição de projetos de leis, uma ferramenta clássica para propor mudanças em legislações, foi revitalizado com as possibilidades técnicas proporcionadas pela internet. O desenvolvimento tanto de sites quanto de aplicativos especializados, que centralizam os projetos de leis de iniciativa popular e são responsáveis pela contagem de assinaturas, deram mais visibilidade e velocidade permitindo um maior alcance.

Um dos aplicativos criado nessa expansão tecnológica da internet, o Mudamos, é o objeto de estudo deste artigo, embora projetos de leis de iniciativa popular online seja um objeto fértil para uma reflexão sobre participação política, nosso olhar estará direcionado para o aplicativo e suas funcionalidades.

Discutiremos a relação da proposta de iniciativa popular com a tecnologia, onde apresentaremos a proposta do aplicativo Mudamos, que em síntese é uma forma de controle social sobre o Estado, pois é um mecanismo no qual as pessoas se organizam para propor uma nova lei. Os dois pontos seguinte ficam por conta de analisar o aplicativo sua estrutura técnica. É dada uma descrição das funcionalidades práticas

¹ Graduado em Comunicação Social - Jornalismo; Estudante do curso de Mestrado em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal do Tocantins (PPGCom/UFT); membro do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Multimídia (CNPq/UFT). E-mail: davino.lima@gmail.com.

² Graduado em Comunicação Social – Publicidade; Estudante do curso de Mestrado em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal do Tocantins (PPGCom/UFT); E-mail: oliveiracarlos.to@gmail.com.

propostas pela plataforma e são citados os termos para o uso e demais diretrizes as quais o aplicativo exige para que as propostas sejam realizadas. Em uma seguida relata os resultados que o aplicativo mudamos teve ao longo deste primeiro ano de existência, enumerando as propostas com maior número de assinaturas, ponderando sobre o conteúdo e o contexto em que elas se desenvolvem.

Projeto de Lei de iniciativa popular: possibilidades tecnológicas

A iniciativa popular, que o aplicativo mudamos tem como propósito viabilizar, é uma forma de controle social sobre o Estado. Trata-se de um mecanismo no qual as pessoas se organizam para propor uma nova lei.

Instituída através do artigo 14 e regulamentada no artigo 61, parágrafo 2º, a iniciativa popular teria o papel de balancear o modelo predominantemente indireto de governo na democracia brasileira. No entanto, desde 1988 nenhum projeto foi aprovado por meio deste mecanismo e somente quatro leis foram de fato criadas, as quais a ideia veio de iniciativa popular, mas que só foram promulgadas quando encontraram um parlamentar para lhes “apadrinhar”.

Mesmo no âmbito federal, houve apenas quatro leis promulgadas via iniciativas populares: a lei 8.930/1994, que inclui homicídios qualificados no rol de crimes hediondos; a lei 9.840/1999, que combate a compra de votos no país, a lei 11.124/2005; que cria o Fundo Nacional de Habitação de Interesse Social; e a lei complementar 135/2010, conhecida como Lei da Ficha Limpa, que proíbe que pessoas condenadas judicialmente em decisões colegiadas (com mais de um juiz) de segunda instância possam se candidatar a cargo público eletivo. (WEINHARDT, 2017, p. 06).

Essa dificuldade se deve, entre outras coisas a necessidade de auditoria para a validação das assinaturas. O que o aplicativo mudamos propõe é a viabilização desse processo, através de um sistema eletrônico que possibilita a contagem e a autenticidade das assinaturas, tornando a iniciativa popular realmente viável.

O processo pelo qual uma proposta de lei de iniciativa popular deve passar até ser promulgada é maçante. O engajamento popular, que é o primeiro passo para dar notoriedade à causa, nos termos habituais, é algo dificultoso. Mobilizar centenas de milhares de pessoas demanda tempo e investimento. A grande maioria das pessoas está envolvida em suas rotinas e se distanciam da ação política. Assim sendo, é preciso que essa proposta chegue até às assinaturas, e não o contrário. Nesse sentido, um aplicativo

móvel, como é a proposta do Mudamos, reúne várias características que podem influenciar nesse processo.

Baixo custo: os smartphones já se tornaram expressivamente populares no Brasil. Para se ter ideia, desde 2011 existem mais aparelhos celulares que pessoas no país (ÉPOCA, 2011, on-line). Criar propostas de lei que não precisam de deslocamento para que as assinaturas sejam coletadas e que não gastem papel e outros recursos, torna o processo menos dispendioso. Além disso, o processo digital não demanda pessoas para a logística do processo.

Praticidade: A proposta pode ser assinada em qualquer lugar e a qualquer momento. Não depende de uma simultaneidade entre quem propõe (ou trabalha pela proposta) e quem assina. Outra vantagem dessa característica é o fato de que a publicitação das propostas se torna mais fácil, uma vez que o próprio aplicativo divulga as propostas recebidas e as pessoas podem compartilhar os links em seus canais privados (redes sociais, e-mails, etc.). Da mesma forma, quem recebe a mensagem sobre determinada proposta tem a opção de assinar (ou recusar) instantaneamente. Ou seja, não é algo a ser feito depois, que pode ser dificultado por diversos imprevistos. Em outras palavras, o aplicativo promove rapidez e flexibilidade ao processo de coleta de assinaturas.

Segurança: O aplicativo mudamos foi construído com a tecnologia blockchain. Trata-se de um sistema de banco de dados distribuído. Ficou conhecido por ser utilizado em sistemas de criptomoedas, em evidência o bitcoin. O fato de ter uma arquitetura distribuída, entre os usuários faz com que ela não necessite de um servidor central, que possa ter os dados apagados ou alterados. Assim, com o blockchain várias cópias da informação coletada, são mantidas paralelamente, o que impossibilita a alteração dos dados ou a perda (BRAGA; FILHO; LEAL, 2017).

Apuração: Uma das maiores dificuldades do processo manual de propostas de leis de iniciativa popular está na auditoria necessária para validar as assinaturas. A conferência de um número tão grande de assinaturas inviabiliza o processo, uma vez que demanda recursos e pessoal autorizado para realizar a tarefa. O aplicativo foi construído de acordo com a legislação e apura instantaneamente as assinaturas realizadas em cada projeto. Ao fim do período de coleta, já se sabe se a proposta conseguiu a quantidade mínima para que possam ser encaminhadas ao congresso.

Mudamos: o aplicativo

O aplicativo Mudamos está disponível para dispositivos Android e iOS (Apple), através das lojas oficiais das duas plataformas – Play Store e Apple Store, respectivamente. Para a efetiva utilização do aplicativo se faz necessário a realização de um cadastro, que tem como função validar as informações do usuário, comprovando a autenticidade de quem vai assinar uma proposta e garantindo que ninguém possa assinar mais de uma vez a mesma proposta. Para isso são solicitados dados como: nome completo, data de nascimento, CEP (não obrigatório), CPF e título de eleitor.

Após realizado o cadastro o usuário é direcionado para a página principal do aplicativo. Nela ele tem acesso as propostas que de lei que foram criadas e que estão disponíveis para a que os usuários assinem. Cada proposta contém um texto de descrição, que pode ser visto ao clicar sobre o título ou foto, e também pode ser visualizada a proposta na íntegra. No link de cada proposta é mostrado o número mínimo de assinaturas para que ela possa ser levada a Câmara dos Deputados e quantas assinaturas a proposta recebeu até o momento. Dentro de cada proposta é possível encontrar os botões para assinar a proposta, para baixar o arquivo PDF com a proposta completa, a lista de assinantes e outras informações pertinentes.

A página inicial é intuitiva e não possui muitos botões ou links além das próprias propostas. Um menu pode ser acessado através de um ícone de lista na parte superior esquerda da tela, ou arrastando a tela da esquerda para a direita. No menu são encontradas as opções: Validar perfil, Editar perfil, Sobre o aplicativo, Proponha uma PL, Conheça a Mudamos, Ajuda, Contar para um amigo e Sair.

Algumas das opções carregam diretamente no aplicativo, enquanto outras são abertas através do navegador web do dispositivo. A funcionalidade é evidenciada pelo número limitado de links, que torna o aplicativo objetivo a sua proposta de promover Projetos de Lei de iniciativa popular e disponibilizar essas propostas online para que os usuários assinem e divulguem.

Resultados

O aplicativo Mudamos foi lançado em março de 2017. Em pouco mais de um ano ele recebeu 27 propostas de lei. Sendo que 19 foram de âmbito municipal, três estaduais e cinco federais. A proposta atualmente que mais se aproxima da meta final é

de âmbito municipal, da cidade de João Pessoa-PB. A proposta diz respeito a de criação do “Hospital Veterinário de Jampa”, que, na data de consultada por essa pesquisa, figurava com 44,88% das assinaturas necessárias para sua consolidação.

Percebemos que 16 das 27 propostas apresentam taxa de assinaturas abaixo dos 10%. Dentre elas, 11 foram submetidas em 2017. Esses dados demonstram que mesmo através do recolhimento eletrônico de assinaturas os resultados não tiveram, até o momento, a massificação, como ocorre com outros produtos na internet.

A digitalização do processo de coleta de assinaturas se propõe a romper com certas barreiras logísticas, como a dependência de transporte, o papel como suporte e da mão de obra para a coleta. Contudo, não se conseguiu ainda que alguma dessas propostas viralizasse, alcançando com a rapidez vivenciada em outros tipos de conteúdos pela web, resultados instantâneos.

Nas propostas de iniciativa popular, que são uma forma de democracia direta, como foi apresentado anteriormente, existem regras que conferem legitimidade ao processo, mas que em contrapartida o torna mais lento. Mesmo com a implementação do aplicativo Mudamos não houve resultados imediatos. Até entre as primeiras propostas cadastradas no aplicativo, que já possuem mais de um ano de existência, a taxa de assinaturas ainda é inferior aos 50%.

Referências

BRASIL. **Constituição Federal de 1988**. Promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Terra e Paz, 1999. GOMES, W. **Internet e Participação Política**. São Paulo: Paulus, 2008.

INSTITUTO de Tecnologia e Sociedade Rio. **Projetos de lei de iniciativa popular no Brasil**. Disponível em: <https://itsrio.org/wp-content/uploads/2017/08/relatorio-plips-1_final.pdf>. Acessado em: 28 março e 2018.

LEMOS, André. **Cibercultura e Mobilidade: A Era da Conexão**. In: XXVIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2005. Rio de Janeiro. Anais eletrônicos. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1465-1.pdf>. Acesso em: 04 de junho de 2018.

LOCK, F. **Participação Popular no Controle da Administração Pública: Um Estudo Exploratório**. Revista Eletrônica de Contabilidade Curso de Ciências Contábeis UFSM. 2004.

- MAGRANI, Eduardo. **Democracia conectada: a internet como ferramenta de engajamento político-democrático**. Juruá: Curitiba, 2014.
- PALÁCIOS, Marissa; REGO, Sergio. **Ética e democracia em tempos de crise**. Saúde Debate: Rio De Janeiro, V. 40, N. Especial, P. 63-72, 2016.
- PATEMAN, Carole. **Participação e Teoria Democrática**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.
- RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- ROCHA, José Cláudio. **A participação popular na gestão pública no Brasil**. 2011. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/19205/a-participacao-popular-na-gestao-publica-no-brasil>. Acessado em: 25 de abril de 2018.
- TOMIZAWA, Guilherme; MASCHIO, Thamyres. **Ciberdemocracia: participação popular via internet**. ANIMA: Revista Eletrônica do Curso de Direito das Faculdades OPET. Curitiba. Ano III, nº 7, p. 244-254, jan/jun. 2012, ISSN 2175-7119.
- VIEIRA, Pedro Capra. **Mecanismos de Democracia Direta No Brasil**. Conexão Política: Teresina, 2015.
- WEINHARDT, E. **Novas Possibilidades Para Uma Democracia Participativa: Um Estudo de Caso Sobre o Aplicativo Mudamos**. In: XXXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2005. Curitiba. Anais eletrônicos. Disponível em: <
<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2674-1.pdf>. Acesso em: 28 de março de 2018.

Análise de cunho etnográfico em estudo interdisciplinar de midiatização

Keliane Morais Silva Santos Vale.¹
Universidade Federal do Tocantins

Resumo

As inflexões da mídia sobre alguns temas, como a violência, integram o cerne desta pesquisa, em andamento, que terá como pressuposto metodológico a observação-participante. Discutir os modos de produção de notícias implicará, principalmente, na mobilização da teoria do *newsmaking*. Essa abordagem articula-se, principalmente, dentro de dois limites: a cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos produtivos. Compreender o processo noticioso, a partir da televisão, desde a pauta ao produto, que é a notícia, vai contribuir para o conhecimento da dimensão simbólica da midiatização da violência, que pode incidir sobre a sociedade araguanense e que se relaciona com o sistema cultural.

Palavras-chave: Observação Participante; Telejornalismo; Cultura; Território;

Noticiabilidade

A mídia veicula notícias sobre os fatos que ocorrem no seio da sociedade, mas apenas uma parte vira notícia. Isto pode ser compreendido porque há uma cultura própria no meio jornalístico para filtrar o que será divulgado, consistindo em atribuir valores de relevância a tudo que acontece ao nosso redor. Essas práticas profissionais refletem no produto que é veiculado nos meios de comunicação.

Observamos ainda que a maioria das emissoras não conta com uma produção para preparo das matérias. Assim, a falta de processos produtivos ideais nas redações estabelece uma rotina que considera, prioritariamente, a acessibilidade ao fato, um dos fatores que implica na padronização dos critérios de noticiabilidade dos acontecimentos pautados pelos veículos de comunicação, especialmente os televisivos.

Essa prática é objeto de estudo da teoria do *newsmaking* no jornalismo. Segundo Wolf (2001, p.188), “essa abordagem articula-se, principalmente, dentro de dois limites: a cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos produtivos”. Vejamos o destaque do teórico,

A organização de uma redação em setores temáticos específicos, o tipo de correspondentes e especialistas que ela possui, são indicações, a nível do órgão de informação, dos critérios de noticiabilidade que nele vigoram. Naturalmente que só este dado não basta para descrever em pormenor os valores/notícia operantes; serve, todavia, para

¹ Graduada em Comunicação Social pela UFT - Universidade Federal do Tocantins e mestranda do Programa de Estudos em Cultura e Território da UFT. E-mail: keliane.vale@uft.edu.br

explicar e prognosticar zonas mais densas de cobertura informativa. «Estes temas fornecem a maior parte das notícias e espera-se que forneçam acontecimentos dotados de noticiabilidade credível (reliable newsworthiness)» (Golding - Elliott, 1979, 100), [itálico meu]. (WOLF, 2001; p.199)

Mauro Wolf (2001, p.188) explica que há “um conjunto de critérios, de relevância que definem a noticiabilidade (*newsworthiness*) de cada acontecimento, isto é, a sua «aptidão» para ser transformado em notícia”. Esses critérios são definidos como valores/notícia, que por sua vez derivam de considerações relativas às características das notícias, à disponibilidade do material, ao público, à concorrência, entre outros pressupostos.

A matéria-prima, notícia, é originária de inúmeros acontecimentos que chegam até as redações, que precisam ser selecionados:

O objetivo de selecionar tornou-se mais difícil devido a uma característica posterior dos acontecimentos. Cada um deles pode exigir ser único, fruto de uma conjunção específica de forças sociais, económicas, políticas e psicológicas que transformaram um acontecimento «neste acontecimento particular» [...]. Do ponto de vista do órgão de informação, é impossível aceitar essa pretensão quanto a todos os acontecimentos. Como qualquer outra organização complexa, um meio de informação não pode trabalhar sobre fenómenos idiossincrásicos. (WOLF, 2001; p.188).

Aprofundando nesta análise, as contribuições de Bourdieu (1997) são essenciais para compreender as relações que se estabelecem no campo jornalístico.

É muito claro que as pressões na área do jornalismo advém de várias frentes, exercidas sobre os entrevistados, mas também sobre os jornalistas, intervenções políticas e económicas:

Essas são coisas tão grossas e grosseiras que a crítica mais elementar as percebe, mas ocultam os mecanismos anônimos, invisíveis, através dos quais se exercem as censuras de toda ordem que fazem da televisão um formidável instrumento da ordem simbólica. (BOURDIEU, 1997, p.20).

A homogeneização dos produtos jornalísticos apontada em Araguaína pode ser analisada, entre outros fatores, pelas práticas inerentes à profissão, o que Bourdieu (1997) vai se referir em seu pensamento sobre a televisão como ‘efeito de interleitura’, ‘jogos de espelhos’, ‘informação sobre a informação’, onde o informante quer saber o

que o concorrente está produzindo através da leitura de vários jornais, em assistir os canais televisivos concorrentes, fontes que são os próprios informantes do meio, fatores que geram um nivelamento, como explica Bourdieu:

Diz-se sempre, em nome do credo liberal, que o monopólio uniformiza e que a concorrência diversifica. Nada tenho, evidentemente, contra a concorrência, mas observo apenas que, quando ela se exerce entre jornalistas ou jornais que estão sujeitos às mesmas restrições, às mesmas pesquisas de opinião, aos mesmos anunciantes (basta ver com que facilidade os jornalistas passam de um jornal a outro), ela homogeneíza. (BOURDIEU, 1997, p.31).

Bourdieu (1997) fala sobre a concorrência entre os jornais:

os jornais cotidianos devem oferecer cotidianamente o extra-cotidiano, não é fácil... Daí o lugar que conferem ao extraordinário ordinário, isto é, previsto pelas expectativas ordinárias, incêndios, inundações, assassinatos, variedades. Mas o extra-ordinário é também e sobretudo o que não é ordinário com relação aos outros jornais. É o que é diferente do ordinário e o que é diferente do que os outros jornais dizem do ordinário, ou dizem ordinariamente. É uma limitação terrível: a que impõe a perseguição do *furo* (grifo do autor). (BOURDIEU, 1997, p.26-27).

O autor observa que a busca pelo furo pode causar o efeito contrário:

Para ser o primeiro a ver e a fazer ver alguma coisa, está-se disposto a quase tudo, e como se copia mutuamente visando a deixar os outros para trás, a fazer antes dos outros, ou a fazer diferente dos outros, acaba-se por fazerem todos a mesma coisa, e a busca da exclusividade, que, em outros campos, produz a originalidade, a singularidade, resulta aqui na uniformização e na banalização. (BOURDIEU, 1997, p.26-27).

Mentalidade que preocupa-se Bourdieu (1997, p.37) é esta concorrência pelo furo:

“Há, hoje, uma mentalidade-índice-de-audiência” nas salas de redação, nas editorias etc. Por toda parte, pensa-se em termos de sucesso comercial”.

Em suma, há objetos que são impostos aos telespectadores porque se impõe aos produtores; e se impõem aos produtores porque são impostos pela concorrência com outros produtores. Essa espécie de pressão cruzada que os jornalistas exercem uns sobre os outros é geradora de toda uma série de consequências que se retraduzem por escolhas, por ausências e presenças. (BOURDIEU, 1997, p.39).

Importante frisar que além da concorrência, os assuntos de interesse do cotidiano estão sempre em pauta, como a violência. Essa característica do campo jornalístico, nos leva a considerar que uma das hipóteses da retroalimentação da pauta violência nos veículos de comunicação televisivos em Araguaína é estimulada por esta concorrência. As inflexões da mídia sobre o tema violência integra o cerne desta pesquisa, em andamento, que pretende analisar, prioritariamente, as práticas profissionais.

Proposta metodológica

Discutir os modos de produção de notícias implicará, principalmente, na mobilização da teoria do *newsmaking* (produção da notícia), que conforme Wolf (2001) se adequaria à observação participante:

Todas as pesquisas de newsmaking têm em comum a técnica da observação participante (de entre os exemplos mais revelantes, posso citar Warner, 1971; Elliott, 1972; Epstein, 1973; Altheide, 1976; Schlesinger, 1978a; Tuchman, 1978; Alvarado - Bunscombe, 1978; Golding - Elliott, 1979; Gans, 1979; Fishman, 1980; Bantz - McCorkle - Baade, 1981). Desta forma, é possível reunir e obter, sistematicamente, as informações e os dados fundamentais sobre as rotinas produtivas que operam na indústria dos mass media. (WOLF, 2001; p.167).

A metodologia da pesquisa recebe contribuição da Antropologia. Para Benetti; Lago (2008, p.233-234), “a abordagem etnográfica permite uma observação coerente e consistente sobre as práticas sociais que resultam em produções culturais”.

Para alcançar o objetivo principal da pesquisa, a estruturação metodológica terá como base a observação participante, entrevista aberta e pesquisa em arquivos próprios do veículo pesquisado. Para definir os colaboradores da pesquisa teremos de identificar os profissionais que ocupam a função de produtor nas redações, buscando até mesmo traçar um perfil dos entrevistados: gênero, formação, entre outras informações pertinentes, buscando conhecer a opinião e valores morais dos profissionais de comunicação que atuam na área acerca da segurança pública, podendo avançar para outros temas relacionados.

Alguns métodos auxiliam a compreender o objeto, como o método ‘Hermenêutica da Profundidade’. Quanto ao tipo de análise, Thompson *apud* Demo (2001, p.38) propõe como abordagem introdutória um “momento etnográfico”,

que utiliza entrevistas, observação participante e outros tipos de pesquisa etnográfica, para que se arme o contexto mais abrangente possível do campo-sujeito-objeto. Denomina tal procedimento de “interpretação da doxa”, circunscrita a “uma interpretação das opiniões, crenças e compreensões que são sustentadas e partilhadas pelas pessoas que constituem o mundo social”.

A interpretação da *doxa* seria como ponto de partida da pesquisa, indo além através de patamares de análise, ao qual Demo (2001) faz uma reinterpretação e nos apresenta as análises: sócio-histórica, formal ou discursiva, semiótica, narrativa e argumentativa.

Vizeu *apud* Benetti; Lago (2008) propõe a noção provisória de *etnojornalismo* como uma abordagem etnográfica que permite uma observação coerente e consistente sobre as práticas sociais que resultam em produções culturais.

Essa contribuição de cunho etnográfico possibilita entendermos que é necessário um contato satisfatório com o grupo a ser pesquisado para conseguir acompanhar as atividades. Vizeu (2008) destaca, a partir do roteiro básico adotado por ele nos estudos realizados, que cada pesquisador pode adequar, interpretar e reinterpretar as fases, etapas e caminhos a serem seguidos. Tomando por base o trabalho que o pesquisador realizou sobre as rotinas de trabalho no jornalismo, a duração do tempo de investigação de campo durou um mês, com o objetivo de ter uma ideia geral do funcionamento da redação; houve a preocupação de reproduzir o quadro normal de uma redação: plantões de fim de semana, feriados e a ocorrência dos mais diversos tipos de notícias.

A nossa proposta de pesquisa de campo se dará nas redações dos telejornais populares locais de Araguaína: 1) Programa A Voz do Povo/Rede TV, 2) Programa Balanço Geral/Record, 3) Programa Rota/veiculação independente, 4) Primeiro Jornal/Band, 5) O Povo na TV/SBT). Durante cinco meses pretendemos acompanhar a produção diária das notícias nestes telejornais, junto à equipe de reportagem de rua, pois em contato prévio para definir os colaboradores da pesquisa, observamos que a maioria das emissoras não conta com uma produção para preparo das matérias.

Além disto, é bom destacar que direcionamos a pesquisa aos telejornais populares, visto que o padrão de produção jornalística entre eles é homogêneo. Também convimos não incluir na pesquisa a emissora TV Anhanguera, afiliada da Globo; inclusive a única, conforme levantamento informal da pesquisa, que mantém jornalistas formados em seu quadro. Assim, a produção local televisiva concentra-se nas mãos de profissionais de outras áreas ou sem formação superior alguma e uma minoria com formação na área (não há jornalistas como integrantes da pesquisa, conforme destacamos) o que torna interessante discutir o modo como está organizada, institucionalizada e é desempenhada a profissão de jornalista, debatendo a relação entre formação acadêmica e o mercado de trabalho.

Entre os métodos, além da observação participante, contaremos ainda com: entrevista aberta (onde buscaremos traçar um perfil dos colaboradores da pesquisa: gênero, formação, entre outras informações pertinentes, buscando conhecer a opinião acerca da segurança pública e valores morais dos profissionais de comunicação que atuam na área, podendo avançar para outros temas relacionados); e pesquisa documental em arquivos próprios do veículo acompanhado (buscando informações complementares sobre a abordagem do tema violência no decorrer do tempo da existência do veículo, se possível for.)

A partir do trabalho de campo, à luz dos conceitos do jornalismo, geografia, sociologia, antropologia e outras discussões fundadas na interdisciplinaridade, buscaremos construir os sentidos das observações que emergirem do tema pesquisado. É neste sentido que acreditamos que a metodologia escolhida é adequada para os objetivos propostos no trabalho.

Compreender o processo noticioso, a partir da televisão, desde a pauta ao produto, que é a notícia, vai contribuir para o conhecimento da dimensão simbólica da midiaticização da violência, que pode incidir sobre a sociedade araguainense e que se relaciona com o sistema cultural.

Referências

DEMO, Pedro. **Pesquisa e informação qualitativa: aportes metodológicos**. 2.ed. Campinas, SP: Editora Papirus, 2001.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

NEVEU, Érik. **Sociologia do Jornalismo**. Edições Loyola, São Paulo, 2006.

ROSSI, Clovis. O que é Jornalismo. 10ª ed. Editora Brasiliense, 1994. Coleção Primeiros Passos.

VIZEU, Alfredo. O newsmaking e o trabalho de campo. In: BENETTI, Marcia; LAGO, Cláudia (Orgs.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 2 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008

WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. 6ª ed. Lisboa: Editora Presença: 2001.



GT 2

COMUNICAÇÃO, PODER E IDENTIDADES

Coordenadora

**Msc. Alessandra Bonfim Bacelar
de Abreu Adrian**

Atuação da Rede de Proteção frente ao fenômeno da Violência Sexual no município de Miracema do Tocantins

Kellen Cristiny Araujo Menezes¹
Ana Cristina Serafim da Silva²
Universidade Federal do Tocantins

Resumo

A presente pesquisa objetiva identificar as características do fenômeno na violência Sexual contra Crianças e adolescentes da cidade de Miracema do Tocantins a partir da Rede de Proteção. Teve como participantes seis atores sociais que fazem parte da Rede de Proteção. Optou-se por uma abordagem qualitativa, utilizando-se da entrevista semiestruturada para coleta de dados. Para análise utilizou-se o *software Iramuteq* e Análise Descritiva. A partir dos resultados, pode-se observar que apesar da política estar estabelecida visando o desenvolvimento desses sujeitos, a fiscalização e critério para que ocorra o proposto nos estatutos e órgãos competentes é precária, resultando na não articulação da Rede; dados obtidos em um órgão não constam em outros e as informações são desencontradas. Visto que os dados da Rede são desconexos, não foi possível maior detalhamento da violência sexual na cidade, ainda assim, constatou-se que a violência é, em sua grande maioria, identificada como intrafamiliar e o número de vítimas do sexo feminino é maior. A respeito da idade média das vítimas a partir das denúncias recebidas, têm-se que varia de 03 a 16 anos, com prevalência de 10 a 15 anos.

Palavras-chave: Direitos Humanos; Criança e Adolescente; Rede de Proteção; Violência sexual.

Introdução

O presente trabalho trata-se de uma pesquisa realizada no estado do Tocantins, cujo tema de projeto é denominado Violência Sexual no Tocantins: Atuação da Rede de Proteção frente ao fenômeno da Violência Sexual no município de Miracema do Tocantins financiado pelo Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica – Pibic. O objetivo do mesmo está centrado na investigação e atuação dos atores do sistema de garantias de direitos no que diz respeito à violência sexual contra crianças e adolescentes e identificar as características desse fenômeno na cidade de Miracema do Tocantins, de forma a identificar as entidades que participam do Sistema de Garantias e

¹ Graduanda do Sexto Período do curso de Psicologia da Universidade Federal do Tocantins. Câmpus Universitário de Miracema do Tocantins. Membro do grupo de Estudo e Pesquisa em Infância e Adolescência- GEPIA. Bolsista PIBIC-CNPQ de 2016 até julho de 2019. E-mail: kellen.menezes@mail.uft.edu.

² Professora do curso de Psicologia da Universidade Federal do Tocantins. Câmpus Universitário de Miracema do Tocantins. Orientadora e membro do grupo de Estudo e Pesquisa em Infância e Adolescência- GEPIA. E-mail: anacris_serafim@mail.uft.edu.br.

Direitos que participam da rede de proteção e defesa a criança e adolescente vítima de violência sexual; Caracterizar os encaminhamentos e a atuação das instituições no contexto da violência sexual contra crianças e adolescentes; Caracterizar o suporte organizacional das instituições para viabilizar a promoção dos direitos da criança e do adolescente com relação à violência sexual.

Para conceituação acerca de criança/infância e adolescência foram utilizados teóricos Philippe Ariès (1986) e Del Priore (1999), o primeiro, narrando a história inicial da criança e seu reconhecimento, assim como os sentimentos destinados a ela, a segunda, escreve tanto sobre a trajetória quanto do sofrimento dessas crianças e adolescentes que não tinham, na época, direito algum assegurado e viviam em condições para além de violentadoras.

Sobre a violência sexual, entende-se de acordo com Faleiros (2000) como uma categoria que engloba tanto as situações de abuso sexual intrafamiliar e extrafamiliar, com ou sem caráter comercial, diferentemente das situações de exploração sexual, nas quais a dimensão mercantil está nitidamente presente. Ainda para a autora, a violência e abuso sexual contra crianças e adolescentes é um espaço de silêncios, segredos e sigilos, compactuados pela existência de contratos de silêncio, mantidos por familiares, amigos, vizinhos, comunidades, e até profissionais, que mascaram, acobertam e desqualificam as revelações verbais e não verbais das vítimas, as evidências e os sinais, em nome de fidelidades, interesses de diversas ordens, medos, sigilos profissionais e de justiça. As modalidades desse tipo de violação são caracterizadas.

Para facilitar a compreensão da Rede proposta pelo Estatuto da Criança e do Adolescente - ECA, busca-se a definição de Rizzini et al. (2006), como sendo esta que representa relações e interações estabelecidas e que visam às ações ou trabalhos conjuntos.

Método

Participantes: Participaram desta pesquisa seis sujeitos que trabalham na rede de proteção à criança e adolescente. Instrumentos: Utilizou-se um questionário com questões relativas a incidência de Violência e Abuso Sexual no Município de Miracema do Tocantins, a primeira parte do questionário versava sobre os dados sócio demográficas, e a segunda parte, é direcionada por temas norteadores da violência,

número de casos, denúncias e encaminhamentos. Procedimentos: Trata-se de um estudo exploratório de caráter qualitativo. O contexto escolhido para o desenvolvimento da pesquisa foi a Rede de Proteção dos Direitos da Criança e do Adolescente da cidade de Miracema. Para análise das entrevistas foi utilizada análise descritiva. Para esta pesquisa, foram adotados todos os passos determinados pela resolução nº 466 de 12 de dezembro de 2012 do Conselho Nacional de Saúde.

Resultado e discussões

Para análise das entrevistas foi utilizado o software Iramuteq e análise descritiva. Foram entrevistados seis sujeitos que trabalham na rede de proteção. Com relação ao tempo de trabalho, varia entre 1 mês a 13 anos. Um dado que chama atenção é com o fato de alguns dos profissionais atuarem em funções diferentes das formações e que nem todos têm formação superior. A seguir é possível identificar tais questões dentro das categorias citadas.

Dados bio-sócio-demográficas.

Com relação ao perfil dos atores sociais, a pesquisa identifica que quatro dos seis é do sexo feminino. Com idade variando de 24 a 64 anos. Três dos atores sociais tem curso superior e três não. Com relação ao tempo de trabalho na instituição, varia de 1 mês a 14 anos. Com relação a formação para trabalhar com crianças e adolescentes, 2 atores afirmam que a formação para trabalhar com crianças foram as leituras dos instrumentos legais, 2 afirmam que foram as leituras dos instrumentos legais e participação em eventos, 1 afirma que a formação que teve para trabalhar com CA foram os cursos oferecidos pelo Estado e a última afirma que não tem formação para trabalhar com crianças e adolescentes. A análise permite chegar a três categorias, são elas: características da violência sexual; caracterização dos encaminhamentos da rede e caracterização do suporte organizacional.

Característica da violência sexual

Com relação à violência sexual, dois deles afirmaram não receber denúncias e os que receberam, caracterizaram como violência intrafamiliar, e a maioria das vítimas eram do sexo feminino. A respeito da idade média das vítimas a partir das denúncias

recebidas, os sujeitos afirmam que a idade varia de 03 a 16 anos, com prevalência de 10 a 15 anos.

As causas de abuso e violência sexual foram identificadas, pela maioria dos sujeitos como sendo pela necessidade criada por adultos, inexistências e precariedade das políticas públicas e perda dos valores morais pelas crianças. Sobre o que o ECA ou outras leis do Brasil preveem como delito, a maioria dos sujeitos respondem que Abuso Sexual, incesto, estupro, assédio, rapto/sequestro e exploração sexual são crimes, um dado que chama atenção é que um dos atores sociais não soube identificar se abuso sexual ou incesto são crimes e identificou que rapto ou sequestro não é crime.

Caracterização dos encaminhamentos da rede

A maioria dos sujeitos respondem que a instituição em que trabalham tem o papel de erradicar a violência contra crianças e adolescentes e todos afirmaram que no Brasil podem ser solicitadas medidas de proteção para crianças e adolescentes em situação de risco, mas somente três especificam, o primeiro diz que a demanda é encaminhada ao órgão competente, o segundo diz que é identificado a partir da denúncia à demanda e tomada as providências de proteção, já o terceiro, afirma que através do Conselho Tutelar.

Sobre a denúncia, a população pode realizar a denúncia mesmo sem provas contundentes, é interessante que um sujeito responde que só pode denunciar se as provas forem contundentes. Sobre a atuação de movimentos sociais como ongs, a maioria dos sujeitos respondem que conhecem casos em que estas ajudaram. A maioria dos atores respondem que funcionários públicos são obrigados a denunciarem casos de violência sexual.

Caracterização do suporte organizacional

Sobre os locais que podem ser solicitadas medidas de proteção, é bastante relativo, mas todos citam o Conselho Tutelar, as respostas vão desde este, ao CRAS, Delegacias e CMDCA. A respeito de órgãos responsáveis por receber denúncias de violência e abuso contra crianças e adolescentes, a maioria afirma que é a Delegacia, Ministério Público e Conselho Tutelar, faz-se necessário ressaltar que um dos atores não sabe se há órgão específico para receber tais denúncias.

A respeito de norma ou procedimento padrão para agir no caso de suspeita de violência sexual a maioria dos atores afirmam ter e especificam que deve ser sigiloso, e inclui discussão do caso, notificações, visitas e encaminhamento para o Ministério Público. No que tange a notificação dos casos de violência contra crianças e adolescentes a maioria dos sujeitos afirmam que tem um procedimento padrão e um afirma não saber qual seria esse procedimento, a maioria dos atores tem conhecimento do que deve ser feito, os dados comprovam que não é o que acontece.

Sobre as informações que devem ser fornecidas ao se fazer uma denúncia, as respostas são bastante relativas, a maioria afirma que deve saber idade, sexo, situação biopsicossocial, lugar, provável suspeito, composição familiar e rotina da criança. É interessante ressaltar um ator que diz qualquer informação de abuso ou exploração já é suficiente para a ação, incluindo nome, endereço. A respeito dos casos de violência sexual detectadas pelos profissionais, duas instituições responderam que não detectaram nenhum caso no último, considerando que tem ator social com menos de 1 ano de permanência na instituição. As outras instituições receberam casos, variando de 2 a 12. A maioria dos sujeitos afirmam que as instituições em que trabalham fazem parte da Rede de Proteção instituída no ECA, mas não tem conhecimento do papel que deveria ser exercido dentro desta.

Considerações Finais

Apesar de a política estar estabelecida visando o desenvolvimento desses sujeitos, a fiscalização e critério para que ocorra o proposto nos estatutos e órgãos competentes, é precária, resultando no não atendimento as vítimas. Com relação a atuação dos atores do sistema de garantias de direitos no que diz respeito à violência sexual contra crianças e adolescentes a pesquisa identificou que o trabalho ainda é bastante fragmentado e indireto, que a Rede, tal como os estatutos preveem suas definições, não funciona da maneira como deveria funcionar, uma vez que os casos, as discussões e medidas para prevenção/cuidados não são tomadas ou pensadas pelo grupo.

Sobre o perfil das vítimas ou características da violência, identifica-se a violência intrafamiliar com mais frequência, a idade média das vítimas varia de 10 a 15 anos e tem, em sua grande maioria, vítimas do sexo feminino. A respeito do suporte

organizacional e encaminhamentos, sabe-se que, até então, não acontece da forma que deveria acontecer, a demanda que chega a determinado órgão para nele mesmo por falta de informação sobre para onde deveria ser encaminhado, as articulações da Rede são, ainda, precárias, os próprios atores sociais não têm conhecimento acerca da espécie da demanda, quais órgãos fazem parte deste trabalho e que tipo de atuação ele exige.

Entende-se também que devem ser tomadas medidas para que o trabalho seja, de fato, exercido em rede, uma vez que a pesquisa mostra que não funciona a atuação como deveria ser, as informações não passam de um setor para o outro.

Referências bibliográficas

ARIÉS, Philippe. **História Social da Criança e da Família**. 2. Ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978. DEL PRIORE, Mary. **História das crianças no Brasil**. 7ª ed., 1ª reimpressão. – São Paulo: Contexto, 2013.

BRASIL. Lei nº 8069, de 13 de julho de 1990. Dispõe sobre o **Estatuto da Criança e do Adolescente**. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. Brasília, 13 jul. 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8069.htm>. Acesso dia: 02/07/2017.

DEL PRIORI, Mary. História da criança no Brasil. In: PASSETTI, Edson. **As crianças brasileiras: um pouco de sua história**. Texto mimeografado [S.I: s.n].

FALEIROS, E. T. S. **Repensando os conceitos de violência, abuso e exploração sexual de crianças e adolescentes**. Brasília: Thesaurus, 2000.

RIZZINI, I. (org.). **Acolhendo Crianças e Adolescentes**. Rio de Janeiro: Cortez, 2006.

Agradecimentos

Agradeço a Universidade Federal do Tocantins, campus de Miracema, ao corpo docente do curso de Psicologia pelo incentivo à pesquisa e a busca do conhecimento e, em especial, a minha orientadora professora doutora Ana Cristina Serafim da Silva.

O presente trabalho foi realizado com o apoio no Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq – Brasil

Por uma vida não colonizada: as estratégias de comunicação das feministas negras

Janaina Costa Rodrigues¹

Cynthia Mara Miranda²

Universidade Federal do Tocantins

Resumo

A comunicação não é um espaço neutro. Pelo contrário, é branca, elitista e colonizadora, onde o privilégio de falar tem sido negado aos grupos subalternos. Em meio a esse campo da velha mídia, as mulheres negras tentam demarcar seu lugar de fala, procurando romper com a invisibilidade. Por esse motivo, a expansão das novas tecnologias de informação e comunicação, reverbera em possibilidades ao feminismo negro – que pode utilizar tais espaços com conhecimento, criatividade e inteligência para difundir “novas verdades”, numa perspectiva descolonial. Esse artigo visa apresentar uma revisão de literatura sobre a temática, evidenciando as desigualdades étnico-raciais e de gênero no Brasil, o feminismo negro como movimento que atua numa perspectiva descolonial e suas estratégias de comunicação na contemporaneidade.

Palavras-chave: Comunicação; feministas negras; contra-hegemonia.

Introdução

A hegemonia das oligarquias da comunicação não deve ser entendida nos limites de uma coerção pura e simples, uma vez que inclui também a direção cultural e o consentimento social a um projeto de sociedade, a partir do viés colonizador. Desde o Brasil Colônia, pessoas “não brancas” são oprimidas no processo produtivo e excluídas econômica e socialmente, por sua condição de gênero, raça e classe.

Independente disso, grupos subalternos sempre falaram, e continuam resistindo seja pela denúncia e rebeldia, seja pela utilização de formas criativas de fala. O movimento feminista negro é parte dessas vozes, que embora tenham desigual acesso em termos econômicos, têm falado e produzido conhecimento independente. Elas possuem acesso desigual aos recursos necessários para projetar as próprias vozes, mas mesmo assim falam e mobilizam novas estratégias de comunicação (COLLINS, 2000).

¹ Assistente Social, mestranda em comunicação e sociedade - UFT. E-mail: janarev@hotmail.com. Artigo elaborado para a disciplina “Comunicação, Cultura e Sociedade: lugar de fala e fim do mundo”, ministrada pelo Professor André Demarchi, do Programa de Pós Graduação Strictu Sensu em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal do Tocantins - UFT.

² Doutora em Ciências Sociais/UnB, Professora Adjunta do curso de Comunicação Social/UFT, Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade, Pesquisadora do Observatório de Pesquisas Aplicadas ao Jornalismo e ao Ensino (OPAJE)

A descolonização do Brasil ainda é um processo em curso. Não se afirma com isso que vivenciamos hoje o Brasil Colônia, mas de fato a elite da monarquia brasileira (rica e branca) possui descendentes que continuamente usufruem de privilégios coloniais. A imagem do colonizado com os mesmos privilégios do colonizador é ainda muito distante da realidade, sobretudo porque os sujeitos colonizados de ontem, são a classe subalterna de hoje.

Spivak (2010) utiliza os termos “subalterno” e “colonizado” como sinônimos para denominar “as camadas mais baixas da sociedade constituídas pelos modos específicos de exclusão dos mercados, da representação política e legal, e da possibilidade de se tornarem membros plenos no estrato social dominante” (SPIVAK, 2010, p.12). A figura do negro, da mulher e do indígena representa bem o perfil do colonizado. Isso porque na formação sócio histórica do Brasil as pessoas identificadas como negras e indígenas sofreram (e ainda sofrem) o peso da desigualdade. Quando se cumula a opressão de raça com o gênero, fica ainda maior a desigualdade – aqui se situa o caso das mulheres negras e também indígenas.

Esse artigo visa apresentar uma revisão de literatura sobre a temática, evidenciando as desigualdades étnico-raciais e de gênero no Brasil, o feminismo negro como movimento que atua numa perspectiva descolonial e suas estratégias de comunicação na contemporaneidade.

Comunicação e contra-hegemonia: as estratégias de comunicação das feministas negras

A comunicação é um setor que concentra megaempresas no Brasil e condições promissoras de lucro, decorrentes da frágil legislação, que não limita a concentração de propriedade. Hoje, a forma como se processam as outorgas de concessões públicas para canais de televisão aberta evidencia isso – estão presentes grupos que representam as famílias mais poderosas, os políticos que possuem poderio econômico e as igrejas. Capparelli e Lima (2004) chamam a atenção que, no Brasil, existe um monopólio do setor das comunicações, marcado, sobretudo, por quatro peculiaridades: 1) a propriedade familiar; 2) a vinculação da radiodifusão com as elites políticas; 3) a presença das igrejas; 4) a exclusão do cidadão no processo de formulação e deliberação das políticas públicas para o setor.

A comunicação e o uso que se faz dela não são neutros. É importante não superestimar nem subestimar a comunicação e a mídia como espaço de socialização da informação e de reprodução de ideologias (TRAQUINA, 2005). À medida que o modo capitalista de produção transforma as relações sociais, transformam-se também as tecnologias de comunicação e informação.

A teoria da hegemonia de Gramsci (apud MORAES, 2010), embora situada no contexto italiano de efervescência de partidos políticos, traz reflexões que se aplicam na contemporaneidade, sobre o lugar dos meios de comunicação. Suas reflexões sobre a imprensa enfatizam que a condição privilegiada do colonizador, como distribuidor de conteúdos e como difusor de cultura, situa a comunicação num espaço ideológico de reprodução.

Do ponto de vista das corporações midiáticas, trata-se de regular a opinião social através de critérios exclusivos de agendamento dos temas que merecem ênfase, incorporação, esvaziamento ou extinção. O ponto nodal é transmitir conteúdos que ajudem a organizar e a unificar a opinião pública em torno de princípios e medidas de valor. Por isso, formar a opinião é uma operação ideológica (MORAES 2010, p. 14)

Sob a hegemonia dos grupos dominantes, as corporações midiáticas exercem o papel de agendar temas, enquadrando-os conforme a intencionalidade editorial. A opinião pública é formada a partir de conteúdos produzidos na lógica colonial. Como proposto por Karl Marx (MARX e ENGELS, 1977, p. 67), as corporações midiáticas: “transportam signos; garantem a circulação veloz das informações; movem as ideias; viajam pelos cenários onde as práticas sociais se fazem; recolhem, produzem e distribuem conhecimento e ideologia”.

Os veículos de comunicação ocupam posição de destaque no âmbito das relações sociais. Isso porque fixam contornos ideológicos que representam a ordem hegemônica, o mercado e o consumo. Na concepção de Denis Moraes (2001, p. 3), surgem novas formas de informação e comunicação que impactam os movimentos sociais, dentre as quais, o ativismo digital que não substitui os veículos tradicionais, mas garante o “dinamismo que possibilita as lutas das entidades civis a favor da justiça social, num mundo que globaliza desigualdades de toda ordem”.

Moraes (2001) enfatiza que o ativismo digital fortalece o acesso da população à informação, e conseqüentemente, aos direitos de cidadania. Destaca ainda a

possibilidade de comunicação entre indivíduos e grupos que compartilham visões de mundo, projetos de sociedade e identidades culturais. Rocha (2017) destaca que o fenômeno do ativismo digital pode também ser entendido como a quarta onda do movimento feminista. Para os movimentos sociais, o ativismo no ciberespaço pode representar uma nova estratégia de luta que articula pessoas em torno de suas demandas coletivas.

As novas tecnologias de informação e comunicação, notadamente o Twitter e o Facebook, impactam também os protestos e atividades de rua. As jornadas de junho de 2013³ são um exemplo de que a veiculação de informações pela sociedade civil organizada passa também pelo uso das redes e mídias sociais. No contexto das jornadas de junho, “apesar de a maioria dos jovens manifestantes usar a internet para combinar os protestos, os temas continuam sendo produzidos pelos monopólios de comunicação”, conforme alerta Lincoln Secco (apud MARICATO, 2003, p. 71-72). Tais manifestações, articuladas pelo Facebook, conseguiram levar às ruas diversos jovens da classe média, não vinculados a partidos políticos e/ou movimentos sociais. Os protestos foram, posteriormente, agendados pela mídia, mas a internet foi o principal vetor de divulgação.

É fato que a mobilização promovida pelos contatos rápidos, através das novas mídias sociais, contribui para uma espécie de quebra da hegemonia das oligarquias do ramo, para a publicização de informações e para o agendamento de temas na mídia tradicional (MARICATO, 2013). Contudo, as oligarquias da comunicação, numa lógica colonial, continuam a pautar os temas segundo sua intencionalidade.

É nesse contexto de busca pela quebra da hegemonia (ou contra-hegemonia) que o feminismo negro utiliza o ativismo digital como instrumento para propagar sua visão de mundo e projeto de sociedade (BARROS, 2017). O campo das comunicações é arena que dificilmente a mulher negra vai estar. Até mesmo o exercício do ativismo digital é mais difícil para a mulher negra, diante da realidade de pobreza que faz parte de sua vida. Em que pese a dificuldade de acesso às tecnologias de informação e comunicação,

³ Refiro-me aos protestos de rua que se iniciaram em torno das manifestações pelo passe livre em diversas cidades brasileiras, cujo principal vetor de mobilização foi o Facebook.

mulheres negras tem utilizado o ativismo digital como ferramenta de afirmação da identidade.

Almeida e Brandão (2018) destacam que é crescente a participação e inserção social de mulheres negras em canais do Youtube.

As redes sociais permitem autonomia, liberdade e maior facilidade de expansão. É uma medida emergencial, que permite o retorno do espectador, enquanto muitas mídias permitem apenas a propagação de informações, sem que haja a possibilidade da compreensão e até mesmo retornos da sociedade (ALMEIDA & BRANDÃO, 2018, p. 13).

A circulação da informação ganha proporções mais democráticas quando a internet é utilizada, além de permitir a interação com a sociedade em relação aos temas pautados. Os autores destacam a atuação de Youtubers negras como Raíza Nicácio e Nátaly Nery. Enfatizam que a primeira apresenta em seu canal temáticas ligadas à estética e autonomia da mulher negra, bem como assuntos relacionados à vida pessoal. A segunda, que se intitula feminista negra, intensifica a problematização das mesmas temáticas, pontuando questões sobre o lugar da mulher negra na sociedade. O estudo de Almeida e Brandão confirma que as mulheres negras, sejam militantes feministas ou não, se utilizam do youtube para afirmar sua identidade étnico-racial, representada pelo cabelo e corpo.

As constatações teóricas sobre as estratégias de comunicação do feminismo negro demarcam que diversas mulheres negras produzem (ou tentam produzir) um modelo de comunicação contra- hegemônica e não produzidas pelas oligarquias da comunicação. O ativismo digital não cria novas pautas para o feminismo negro, mas consolida a divulgação de pautas já existentes, agendando temas alusivos à luta pela igualdade racial e de gênero.

Na falta de espaços na velha mídia televisiva e radiofônica, as mulheres negras encontram na internet uma estratégia para difundir seus saberes e produção intelectual. Barros (2017) analisa ainda que o fenômeno do ativismo digital tem como óbice o diálogo com boa parte das mulheres negras, que se encontram destituídas da possibilidade de acessar o cyberspaço. Contudo, a ferramenta virtual agenda os temas e mobiliza pessoas para as atividades presenciais que costumeiramente fazem parte do

universo das feministas negras. É preciso afirmar que as novas estratégias de comunicação não substituem as outras.

Numa sociedade em que os discursos brancos são reiterados como centro, como a norma, o ativismo digital de mulheres negras é um importante caminho para garantir “lugar de fala”. A crítica feminista negra se assenta no fato de que há lugares em que dificilmente a mulher negra pode chegar – a academia, a produção intelectual e a comunicação formal são exemplos (RIBEIRO, 2017). As novas tecnologias de informação e comunicação são arena em disputa, cuja hegemonia é branca e colonial. Assim, pode também se configurar como “lócus” em que as mulheres negras não devem permanecer – e se permanecem, o fazem como estratégia de resistência.

Considerações finais

A comunicação não é um espaço neutro. Pelo contrário, é branca, elitista e colonizadora, onde o privilégio de falar tem sido negado aos grupos subalternos. Em meio a esse campo da velha mídia, as mulheres negras tentam demarcar seu lugar de fala, procurando romper com a invisibilidade. Por esse motivo, a expansão das novas tecnologias de informação e comunicação, reverbera em possibilidades ao feminismo negro – que pode utilizar tais espaços com conhecimento, criatividade e inteligência para difundir “novas verdades”, numa perspectiva descolonial.

Na revisão de literatura foi possível evidenciar a crescente utilização de mídias sociais para difundir o debate de gênero e raça. Observa-se ainda que o tema tem sido pautado em diversos estudos acadêmicos, evidenciando uma importante alternativa para a produção intelectual e para a formação de consensos em torno dos assuntos relacionados à mulher negra.

Nos canais de ativismo digital da mulher negra é predominante o debate sobre a identidade, estética e autonomia da mulher negra, coexistindo a divulgação do debate do feminismo negro e da interseccionalidade. Importa destacar que as novas estratégias de comunicação do feminismo negro complementam as estratégias anteriores, quais sejam: reuniões, marchas, passeatas e rodas de conversa. Não possuem em si novo conteúdo de mobilização, mas apresentam a possibilidade de veiculação das ideias a outros grupos, visto que nem sempre alcançam as próprias mulheres negras.

Referências

- ALMEIDA, Cristóvão Domingos de; BRANDÃO, Beatriz Montalvão Pereira. **Participação e inserção social: protagonismo da mulher negra em canais do youtube.** IN: Revista Observatório, vol 4, nº 1, jan-mar, 2018.
- BARROS, Zelinda. **Feminismo negro na internet: cyberativismo ou ativismo digital.** UFBA: 2017.
- CAPPARELLI, Sérgio e LIMA, Venício A. **Comunicação e Televisão. Desafios da Pós-Globalização.** São Paulo. Hacker, 2004.
- COLLINS, Patricia Hill. **Black Feminist Thought: Knowledge, Consciousness, and the Politics of Empowerment Routledge.** New York, 2000.
- DAVIS, Ângela. **Mulheres, Raça e Classe.** Rio de Janeiro: Ed. Boitempo, 2016.
- MARICATO, Ermínia ... [et al.] **Cidades Rebeldes: Passe Livre e as manifestações públicas que tomaram as ruas do Brasil.** 1.ed. São Paulo: Boitempo: Carta Maior, 2013.
- MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **Textos.** Tradução de Álvaro Pina. São Paulo: Edições Sociais, 1977. 3 v.
- MEMMI, Albert. **O retrato do colonizado precedido do retrato do colonizador.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007.
- MORAES, Dênis. **Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia: a contribuição teórica de Gramsci.** Revista Debates, Porto Alegre, v.4, n.1, p. 54-77, jan.-jun. 2010.
- SEGATO, Rita. **Gênero e Colonialidade: em busca de chaves de leituras e de um vocabulário estratégico descolonial.** In: E-cadernos Ces. Epistemologias feministas ao encontro da crítica radical. 2012.
- SPIVAK, Gayatri Chakravorty. **Pode o subalterno falar?** 1. ed. Trad. Sandra Regina Goulart Almeida; Marcos Pereira Feitosa; André Pereira. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2010.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são.** Volume I. Florianópolis: Insular, 2ª ed, 2005.

‘Tô de Cacho’: uma reflexão sobre como os discursos de valorização dos cabelos crespos no ciberespaço pautaram a indústria cosmética no Brasil

Maria Lúcia Adriana Silva Gomes¹

Amanda Maurício Pereira Leite²

Universidade Federal do Tocantins

Resumo

O presente trabalho tem o objetivo de discutir representatividade e consumo, a partir da reflexão a respeito da influência de narrativas que encorajam mulheres negras a assumirem seus cabelos naturais na internet sobre a indústria cosmética capilar. Para tanto, compara as métricas de duas páginas oficiais da empresa Salon Line no Instagram: a @salonlinebrasil e a @todecacho, esta última com conteúdo específico para quem possui cabelos crespos e cacheados. O monitoramento foi feito por meio da ferramenta Fanpage Karma³, com dados de 09/09 a 06/10 de 2018. Aponta que os discursos de youtubers têm desconstruído o ideal de embranquecimento estético se prolongado de tal forma a despertar um nicho de mercado lucrativo. Faz contextualização histórica sobre os processos que instauraram o padrão branco de beleza no Brasil.

Palavras-chave: Cabelo crespos e cacheados; Instagram; indústria cosmética; Salon Line.

Introdução

Durante muito tempo, no país que tem parte de suas raízes mestiças fincadas no continente africano e no qual 53% da sua população se autodeclara parda ou preta (IBGE, 2015), o que se viu nas telenovelas, nas bancadas dos telejornais, no comando de programas infantis e nos comerciais das grandes (ou pequenas) marcas foi um padrão de beleza cujos personagens tinham em comum a pele clara, lábios finos, narizes afilados e cabelos lisos e alinhados. Para fazer sucesso e agregar valor a marcas e produtos, os rostos de heróis e mocinhas precisavam se encaixar nesse molde.

Por conta desse parâmetro social, a indústria de cosméticos sempre trabalhou de modo a reforçar essa lógica do belo branco. Entendendo isso, este trabalho se propõe a ater-se mais especificamente à reflexão em torno de produtos capilares, tendo em vista

¹ Jornalista e bacharel em Direito, Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade da UFT, e-mail: dricasgomes@gmail.com.

² Fotógrafa. Doutora em Educação pelo Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal de Santa Catarina, Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade da UFT, e-mail: amandaleite@mail.uft.edu.br. Site: <http://amandampleite.wixsite.com/amandaleite>.

³ Site que oferece serviço de monitoramento de mídias sociais. Disponível em <https://www.fanpagekarma.com>.

que abrange um dos elementos mais simbólicos de expressão da identidade negra: o cabelo crespo (GOMES, 2012).

Não é de hoje que homens e mulheres negros buscam reduzir o impacto que a forma e a textura de seus cabelos causam socialmente. Para os homens, a solução quase sempre se apresentou de forma mais lógica e simples, deixar o cabelo curto. Todavia, para as mulheres, a relação com os cabelos sempre exigiu métodos muito mais invasivos e excruciantes.

Segundo Santos e Martins (2015), apesar de terem sido criadas em 1914, as primeiras substâncias químicas alisantes só chegaram ao Brasil na década de 1950. As autoras explicam que, antes disso, os fios eram “disciplinados” com o auxílio de objetos aquecidos no fogo e aplicados diretamente no cabelo, tais como o cabelisador (haste de metal, parecida com uma chapinha mais arcaica) e o pente quente. É claro que todos os meios causavam muitos danos ao fio e ao couro cabeludo.

Campos e Cruz (2018, p. 121), explicam que essa adequação faz parte do poder de disciplina que um discurso dominante “exerce sobre os corpos dos indivíduos, de forma sutil, normalmente, para transformá-los em força produtiva e aptos a obedecer às vontades do poder”.

Contexto histórico

É importante destacar que no Brasil esse discurso é fruto de uma construção histórica que tem raízes em um período de mais de três séculos de escravidão de pessoas negras. Com a assinatura da Lei Áurea em 1888, o país foi um dos últimos no mundo a abolir a escravidão, fato que aconteceu por muita pressão dos ingleses e, diga-se de passagem, parece que ainda estamos distantes de uma realidade mais igualitária para a comunidade negra.

Mas, é a partir desse marco histórico que estabelecer-se como pessoa em uma sociedade que até aquele momento a via como sua propriedade tornou-se a grande causa do negro brasileiro. Agora livres, buscam ascender da condição de escravos à condição de gente.

Costa (1983) revela que toda essa carga histórica de violência física, mental e cultural por qual passou o negro brasileiro faz com ele não se aceite, nem se reconheça como ser digno. Socialmente, ser negro é tido como algo ruim, “o belo, o bom, o justo,

o verdadeiro, são brancos”. Por isso, ao longo de sua caminhada histórica, na busca pelo enquadramento social, o desejo do indivíduo negro é o embranquecimento. “Seu projeto é o de, no futuro, deixar de existir, sua aspiração é a de não ser ou não ter sido” (COSTA. 1983, p.5).

Diante desse contexto, em Gomes (2012) é possível entender que o alisamento do cabelo pelas mulheres negras também é parte desse desejo de embranquecer. Ser visto pelo outro como pessoa de “cabelo ruim” é algo que mexe com sua autoimagem desde a infância, carregar este estigma reforça sua posição de ser inferior, tendo em vista que socialmente há um oposto comparativo que o relega a esse lugar: o “cabelo bom” da mulher branca.

Com o advento da internet e das plataformas digitais, que tornaram mais acessíveis não só a aquisição de informação, mas também a produção de conteúdo, aos poucos está se construindo um ambiente propício à mudança dessa realidade. Sem dúvida, as mídias sociais que existem atualmente têm conseguido dar ao negro um espaço nunca antes permitido pelos meios de comunicação de massa tradicionais. E isso é possível porque, conforme observa Silva (2017), o surgimento dessas novas mídias gera um cenário dinâmico que possibilita a “emergência de outros discursos”, abrindo espaço e voz a sujeitos que antes não se viam representados.

Atualmente existe um cenário no qual é possível perceber uma reviravolta nesse contexto de busca pelo ideal da estética branca. Para Mabilia Barros (2013), colunista do *site blogueirasnegras.org*⁴, a partir de 2009, em todo o mundo tornou-se forte um movimento coletivo que ela denomina de “libertação e liberação dos cachos”.

Corroborando esse pensamento, Rocha (2016), em dados preliminares de sua pesquisa de doutorado que versa sobre o cabelo crespo como ícone da identidade negra, constatou que atualmente há mesmo uma crescente tomada de consciência da mulher negra em relação a sua própria corporeidade e isso tem acontecido graças ao contato com outras possibilidades de visões e condutas, tendo como resultado o que a autora

⁴O Blogueiras Negras é um site de ativismo feminino negro que possui cerca de 200 autoras (todas mulheres negras), as quais produzem textos sobre diferentes opressões incidentes sobre a mulher negra. “Somos uma comunidade online e offline, um coletivo de mulheres negras que escrevem, falam e produzem conhecimento a partir de suas vivências e experiências” (<http://www.blogueirasnegras.org/quem-somos/>).

chama de rompimento gradual com a normativa social, que em outro momento o agente se via na obrigação de se adequar.

Nessa perspectiva, o que tem se percebido é a construção social de uma autoimagem positiva da mulher negra. Por isso, cada vez mais elas têm decidido parar de alisar e assumir a textura natural de seus cabelos. Segundo pesquisa do *Google BrandLab*⁵(2017), o interesse por cabelos afro cresceu 309% nos últimos dois anos e, pela primeira vez, superou o interesse por cabelos lisos nas buscas.

Matos (2016, p. 845), em trabalho que trata sobre transição capilar, caracterizada pela passagem dos cabelos quimicamente tratados para o natural, aponta que a interatividade simples das mídias sociais funciona como “redes de solidariedade e apoio mútuo”.

Por conta disso, podemos constatar que nos últimos anos esse cenário de empoderamento e valorização da estética negra nas mídias sociais e seus personagens se tornaram tão significativos que têm conseguido se prolongar e mobilizar marcas a terem um olhar diferenciado para esse público, como é o caso da Salon Line, empresa que este trabalho se propõe a analisar.

Discussão e Resultados

Conforme verifica Garboggini, (2005), “a publicidade reflete e reforça as tendências comportamentais da sociedade à qual se destina”. Em decorrência disso e compreendendo a contextualização histórica traçada no tópico anterior, é possível entender o porquê de ao longo dos anos os negros terem sido tão sub-representados ou retratados ocupando espaços específicos nos anúncios nacionais.

Se a representação era irrisória nas peças publicitárias, pensar produtos que se adequassem a demandas específicas para essa população era algo ainda mais distante da realidade. Por muito tempo predominou a lógica racista dos primórdios do colonialismo de “preto não ser gente”. O habitual é que os produtos voltados para o público negro incentivem sua descaracterização.

Com os argumentos levantados neste trabalho podemos inferir que esse panorama está tomando novas configurações. E, por óbvio, obriga o mercado em geral a

⁵ Disponível em <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/advertising-channels/v%C3%ADdeo/revolucao-dos-cachos/>> . Acesso em 01 jan. 2018.

se posicionar de maneira mais representativa. A Salon Line é um exemplo disso. A empresa que há 20 anos trabalha com produtos voltados para a “transformação, coloração, tratamento para cabelos, além de aparelhos elétricos que ajudam a alisar os cabelos” (COSMETICOSBR, 2015), percebeu o avanço das narrativas do empoderamento das mulheres negras na internet e se apropriou dessa demanda.

Desde 2015 a Salon Line possui linhas específicas para cabelos crespos e cacheados. Na época a então gerente de marketing da empresa, Kamila Fonseca, revelou que o reposicionamento da marca foi impulsionado pelo ativismo digital de crespas e cacheadas: “Antes, éramos uma marca de produtos alisadores, mas percebemos através de redes sociais que o mercado estava indo em outra direção e fomos nela (COSMETICOSBR, 2015).

Atualmente, conforme percebe Possobom (2018) a marca se diferencia por trabalhar seus produtos dentro de uma perspectiva que atenda de maneira integral a necessidade do expectador e isso pode ser percebido pela maneira como a empresa se comunica com público no Instagram.

A Salon Line trabalha com duas contas oficiais, a *@salonlinebrasil* e a *@todecacho*, sendo a primeira utilizada para a postagem de conteúdos mais genéricos sobre os produtos e a última, como a própria descrição na Bio da página aduz, voltada para o “universo dos cachos e crespos”. Para entender a importância das questões de representatividade e identificação com a marca, foi realizado o monitoramento dessas duas páginas, por meio da ferramenta Fanpage Karma, dispositivo disponível *online* para análise e monitoramento de mídias sociais.

O recorte temporal refere-se a postagens realizadas entre os dias 09/09 a 06/10 de 2018, coincidindo com o período de 28 dias, disponibilizados por esta ferramenta, na modalidade gratuita, considerada suficiente para esse trabalho por se configurar apenas como levantamento iniciais de pesquisas futuras.

No levantamento feito, foi detectado que as duas páginas juntas possuem mais de 2 milhões de seguidores, sendo que a *@salonlinebrasil* possui 1.195.426 mi e a *@todecacho* é 959.408 mil. A ferramenta mostrou que durante o período analisado as duas páginas mantiveram uma média de quase 3 postagens por dia, contabilizando um número de mais de 67 mil curtidas e comentários, na página de conteúdo genérico e mais de 61 mil na de conteúdo específico.

Uma análise superficial desses números básicos já demonstra que a empresa consegue atrair seu público e o manter interessado em seus assuntos, haja vista que há uma constância na interação. Mas, um detalhe importante percebido com a ajuda da observação ativa nas páginas é que apesar de apenas a *@todecacho* se configurar abertamente como espaço para a publicação de produtos para cabelos cacheados, o que se percebe é que esse é o grande filão da empresa no momento. Isso porque, na página genérica prevalecem os *posts* com conteúdo desse segmento.

Além disso em uma comparação entre as duas páginas, o Fanpage Karma demonstrou que entre os TopPosts, postagens com maior número de interações, os quatro primeiros são da página *@todecacho*, demonstrando que dedicar-se a esse público tem razão de ser, haja vista que além do retorno financeiro, sua atuação digital pode ser capaz de aumentar a presença orgânica da marca na rede social e atrair novos consumidores.

Considerações Finais

A partir da análise incipiente feita neste trabalho, é possível considerar que, apesar de a representatividade positiva da imagem da mulher negra ainda não ser ideal, atualmente existe um movimento de transformação social protagonizado pelas próprias mulheres negras, mediado pelas mídias sociais, que conseguiu reposicionar o mercado da indústria cosmética, fazendo empresários da beleza entender que as demandas negras importam.

Referências

SANTOS, Patrícia; MARTINS, Geiza. **A história do alisamento através das décadas**. Revista Cabelos&Cia. São Paulo, 26/12/2015. Disponível em: <<http://revistacabelos.uol.com.br/a-historia-do-alisamento-atraves-das-decadas/>>. Acesso em 07 out. 2018.

CAMPOS, Graça Regina Braga; CRUZ, Mônica da Silva. **Disciplina, corpo e discurso na publicidade de produtos para cabelos cacheados**. Entrepalavras, Fortaleza, v. 8, n. 2, p. 120-136, maio/ago. 2018. Disponível em: <<http://www.entrepalavras.ufc.br/revista/index.php/Revista/article/view/1100>>. Acesso em 07 out. 2018.

GARBOGGINI, Fláida Brito. **Ideologias, valores e representação de gênero na publicidade**. 2005. Disponível em:

<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1009-1.pdf>>. Acesso em 11 set. 2018.

BRASIL. IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios: Síntese de indicadores 2014**. Rio de Janeiro: IBGE, 2015. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppts/00000024052411102015241013178959.pdf>>. Acesso em: 01 jul. 2017.

GOMES, Nilma Lino. Corpo e cabelo como símbolos da identidade negra. **2012.** Disponível em: <<http://www.acaoeducativa.org.br/fdh/?p=1567>>. Acesso em: **02 jul. 2017.**

COSTA, Jurandir Freire. **Da cor ao corpo, a violência do racismo**. In: SOUZA, Neusa Santos. Tornar-se negro ou As vicissitudes da identidade do negro brasileiro em ascensão (Prefácio). Edições Graal, Rio de Janeiro, 1983.

SILVA, Mariana Gesteira da. **Representatividade e potencialidades estéticas da negritude a partir das novas mídias**. Encrespando, [S.l.], v. 1, n. 1, june 2017. Disponível em: <<http://www.jur.puc-rio.br/encrespando/index.php/files/article/view/5>>. Acesso em: 25 jul. 2017.

BARROS, Mabilia. **E viva o (tardio) movimento natural**. 14 de maio de 2013. Disponível em: <<http://blogueirasnegras.org/2013/05/14/movimento-natural-cabelo-crespo/>>. Acesso em: 06 abr. 2017.

ROCHA, Neli Gomes da. **Crespos: o cabelo como ícone da identidade negra. Memória e estética, a circulação de ideias e valores na realidade brasileira**. REVISTA NEP (Núcleo de Estudos Paranaenses) Curitiba, v.2, n.1, p. 86-92, março 2016. Disponível em: <<http://revistas.ufpr.br/nep/issue/view/2063/showToc>>. Acesso em: 17 mai. 2017

MATOS, Lídia. **Transição capilar como movimento estético e político**. Anais do I Seminário Nacional de Sociologia da UFS. Sergipe: 2016. Disponível em: <<https://seer.ufs.br/index.php/snsufs/article/download/6082/5095>>. Acesso em: 17 mai. 2017.

COSMÉTICOSBR. **Cabelos étnicos finalmente valorizados**. 14 de setembro de 2015. Disponível em: <<http://www.cosmeticosbr.com.br/conteudo/article/cabelos-etnicos-finalmente-valorizados/>>. Acesso em 28 set. 2018.

POSSOBOM, Thaís. **Como marcas de moda e cosméticos estão se comunicando com os nichos?**. 2018. Disponível em: <<http://www.mmdamoda.com.br/como-marcas-de-moda-e-cosmeticos-estao-se-comunicando-com-os-nichos/>>. Acesso em 28 set. 2018.

As escritas científicas sobre comunicação pública na gestão de resíduos sólidos¹

Lucas Braga da Silva²
Verônica Dantas Meneses³
Universidade Federal do Tocantins

Resumo

Este ensaio apresenta uma análise da produção científica sobre comunicação pública na gestão de resíduos sólidos no Brasil. Para coleta dos dados a metodologia utilizada foi a revisão sistemática por meio de busca de palavras-chave na plataforma de dados *Google Acadêmico*. Os resultados apontam um baixo número de trabalhos científicos escritos a respeito desta temática, apenas cinco em todo o território brasileiro no período de 2011 a 2017. Conclui-se, portanto, que esta área de pesquisa, que envolve comunicação e resíduos sólidos, desperta pouco interesse dos pesquisadores.

Palavras-chave: Comunicação; resíduos sólidos; sustentabilidade

Introdução

De acordo com Branco et al. (2011) na atualidade diversos dilemas são enfrentados pela sociedade. Dentre eles as consequências do progresso econômico, do desenvolvimento industrial e do aumento dos níveis e padrões de consumo. Isto resulta em grandes quantidades de resíduos sólidos produzidas, depositadas e dispostas inadequadamente no meio ambiente, acarretando diversos problemas sociais, ambientais e, inclusive, para o próprio sistema econômico.

Neste contexto surge a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), instituída por meio da Lei nº 12.305, de 2 de agosto de 2010. A PNRS visa regulamentar a gestão e o gerenciamento de resíduos sólidos no país, além de também representar uma resposta às exigências da sociedade brasileira por práticas sustentável, dispondo ainda sobre as responsabilidades das pessoas de direito público ou privado dos estados, municípios e da união.

Diante do apresentado os processos comunicacionais assumem papel importante no repasse de informações ao apresentar dados e fatos que contribuam para modificar as

¹ Este trabalho teve o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Capes.

² Mestrando em Comunicação e Sociedade pela Universidade Federal do Tocantins. E-mail: lucaslogistica19@gmail.com.

³ Professora dos cursos de Jornalismo e Mestrado Acadêmico em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal do Tocantins. E-mail: veronica@uft.edu.br.

práticas cotidianas dos indivíduos. Por meio deles cada cidadão toma consciência da problemática que envolve questões ambientais (CEZAR, 2018). A comunicação pode instigar na sociedade pensamentos mais críticos e reflexivos, bem como atitudes mais responsáveis com o ecossistema (GERAQUE, 2004).

Neste sentido, cabe elencar que a comunicação que está em torno desta política é denominada de pública, pois segundo Almeida e Simon (2017, p. 535) “envolveria o cidadão de maneira diversa, participativa, estabelecendo um fluxo de relações comunicativas entre o Estado e a sociedade”. Conforme cita Luz (2017), ela pode ser configurada a partir das seguintes características: organizacional, governamental e/ou do Estado, política, científica e da sociedade civil. Disso entende-se que este tipo de comunicação trata-se de uma rede de interações e um fluxo de informações ligados a recortes temáticos que interessam a toda a coletividade.

Este ensaio busca analisar a produção científica sobre a comunicação pública na gestão de resíduos sólidos no Brasil difundida por meio de artigos publicados em revistas. O recorte nos periódicos serviu para indicar que não apenas houve uma pesquisa sobre o assunto, mas também houve a necessidade de sua divulgação. Tratou-se de pesquisa exploratória com abordagem qualitativa, cuja busca dos dados foi realizada por meio da revisão sistemática na base de dados do *Google Acadêmico* no intervalo de tempo de 2011 (período posterior a instituição da PNRS) a 2017, destacando o número de trabalhos publicados, o título, os autores e a sua formação, o nome do periódico e a sua localidade, o tipo de pesquisa, os objetivos e os resultados das pesquisas.

Os descritores adotados para a busca dos trabalhos foram “comunicação e resíduos sólidos”, “resíduos sólidos e comunicação” e “lixo e comunicação” presentes nos títulos e nos resumos. Também foi feita uma consulta na base de dados dos periódicos apresentados no trabalho e da Plataforma Lattes para buscar informações relativas às formações dos autores dos trabalhos.

Assim, este trabalho apresenta a produção científica envolvendo comunicação pública na gestão de resíduos sólidos. Entendemos que a partir disso novas escritas científicas sobre as problemáticas ambientais surgirão e que a leitura deste poderá evidenciar olhares sensíveis da sociedade para o desenvolvimento sustentável e o papel da comunicação.

Revisão sistemática

Nesta seção são apresentados os dados obtidos por meio da revisão sistemática de 2011 a 2017. No quadro 1 é possível verificar estes dados.

QUADRO 1. Artigos publicados sobre Comunicação e Resíduos Sólidos

Nº	Título do artigo	Autor (es)	Periódico	Ano
1	Desenvolvimento Regional: a comunicação organizacional como possibilidade desconstituição da identidade dos sujeitos no Programa Catavida de Novo Hamburgo-RS	COLPO, C. D.; OLIVEIRA, A. da S.	REDES	2017
2	Abordagem da temática lixo por veículo de comunicação do interior de São Paulo	DONINI, A. M.; ROSSI, J. de C.	Comunicação: reflexões, experiências, ensino	2016
3	Cultura e comunicação organizacional para o desenvolvimento regional: a constituição da identidade dos sujeitos no Programa Catavida de Novo Hamburgo/RS	COLPO, C. D.	Revista brasileira de gestão e desenvolvimento regional	2016
4	Gestão de resíduos sólidos urbanos (RSU): - breve incursão às variáveis teóricas de suporte, de avaliação e de comunicação	CARVALHO, J. M. O.; RUIVO, P.; SAMPAIO, J.; CALADO, D.	UiIPS	2015
5	Interfaces da comunicação pública e governamental na divulgação da política nacional dos resíduos sólidos	CEZAR, L. C.; BARBOSA, T. R. da C. G.; REIS, M. C. T.	Ciências humanas	2013

Fonte: Próprios autores (2018)

A análise do quadro (1) retrata que em 2013 houve um (1) trabalho publicado, em 2015 um (1), 2016 dois (2) e em 2017 também um (1); no período um total de cinco (5). Sendo que em 2011, 2012 e 2014 não houve publicações. É perceptível que a temática que envolve comunicação e um recorte específico como o de resíduos sólidos não chama a atenção do pesquisador, mesmo após a implantação da PNRS. Assim, apesar de a questão dos resíduos sólidos ter chamado muita atenção de estudiosos de diversas áreas do saber, na comunicação isso ainda está em processo de amadurecimento⁴.

⁴ Foi ainda encontrado um texto relativo a um plano de assessoria de comunicação denominado Em busca da Mobilização Social: Assessoria de Comunicação para Audiências Públicas do Plano Estadual de Resíduos Sólidos do Estado de Goiás, de OLIVEIRA, M. B. de.; MACHADO, T. C. e CASAROLI, L. O Plano concorreu ao prêmio Expocom 2016 no Congresso da Sociedade Brasileira de Estudos

A Revista REDES é uma publicação da Universidade de Santa Cruz do Sul – RS⁵. A revista comunicação: reflexões, experiências, ensino é uma publicação da Universidade Positivo de Curitiba - PR⁶. A **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional** é uma publicação da **Universidade de Taubaté - SP**⁷. Já a UiIPS é um periódico vinculado ao Instituto Politécnico de Santarém - PA⁸. Por fim, a Revista de ciências humanas é uma publicação da Universidade Federal de Viçosa - MG⁹. Nota-se que as revistas que publicaram trabalhos relacionados ao *corpus* da pesquisa situam-se nas regiões Norte (Santarém), Sul (Santa Cruz do Sul, Curitiba) e Sudeste (**Taubaté e Viçosa**).

Os autores dos artigos 1 e 3 são originários do curso de relações públicas. As autoras do segundo são graduados uma em Jornalismo e a outra em Relações Públicas. Os do quarto são um jornalista e outro relações públicas. Já os do último, encontramos um da área de jornalismo e os demais graduados em administração. Assim, verificamos que escrever sobre o tema despertou mais interesse dos profissionais de relações públicas, uma vez que se trata de uma vertente da Comunicação Organizacional, embora seja este tema de interesse de outras áreas da Comunicação como Jornalismo e Publicidade, e mesmo da Administração, uma vez que todas são formações que atuam na comunicação de instituições e empresas.

As metodologias de pesquisas adotadas para cada trabalho variaram da seguinte forma: o artigo de número 1 utilizou pesquisa qualitativa, o 2 análise de conteúdo, o 3 mista (qualitativa e quantitativa), o 4 bibliográfica e documental e o 5 utilizou-se da pesquisa documental. Assim, do total apenas um foi de cunho teórico-documental.

O primeiro artigo retrata a comunicação organizacional ligada ao desenvolvimento regional e também na constituição de identidades de catadores de resíduos sólidos vinculados ao projeto Catavida, de Novo Hamburgo. O estudo

Interdisciplinares da Comunicação. Os autores são do curso de Relações Públicas. A justificativa para a proposta evidencia que a comunicação nesta área ainda é falha, pois no tipo de informação disponibilizada não há a devida capacitação, por isso, a necessidade de se criar canais comunicativos diversificados para a comunicação ambiental.

⁵ <https://online.unisc.br/seer/index.php/redes>

⁶ <http://ojs.up.com.br/index.php/comunicacao/index>

⁷ <http://www.rbgdr.net/revista/index.php/rbgdr>

⁸ <https://revistas.rcaap.pt/uiips/issue/view/841>

⁹ <http://www.cch.ufv.br/revista/somos.php>

identificou que este tipo de comunicação interfere na identidade destes. Conclui-se que o retorno financeiro da atividade é a maior contribuição para este grupo.

Neste segundo artigo é abordado a cobertura jornalística ligada ao tema lixo do Jornal da Cidade de Bauru em 2014. Na análise de dados percebe-se que dados de veículos oficiais prevaleceram sobre os institucionais. Temáticas como reciclagem e coleta seletiva apareceram mais nas matérias. Bem como responsabilização da sociedade pela geração de resíduos sólidos. Nas considerações finais é destacado o estímulo a novas reflexões neste campo de estudo.

O terceiro artigo se referiu à cultura e comunicação organizacional na constituição da identidade de catadores. Pelo observado, é possível que os dados destes dois artigos constituam um projeto de pesquisa maior coordenado por um dos autores. Os participantes da pesquisa foram os mesmos referenciados no primeiro artigo. Os dados coletados identificaram que a cultura e a comunicação organizacional influenciam na criação da identidade dos catadores. Conclui-se que o que fica de contribuição disso é a questão financeira.

Neste quarto trabalho o objetivo é de abordar variáveis teóricas relacionadas a legislação (nacional e europeia), avaliação e comunicação no processo de gestão de resíduos sólidos. O estudo identificou dificuldades de integrar variáveis teóricas da gestão de resíduos sólidos. Por fim, considera que estas variáveis contribuem para a análise dos resultados obtidos.

Já no último é uma temática ligada à comunicação pública e governamental estabelecida no âmbito dos gestores da política nacional de resíduos sólidos para com a sociedade. Entre os achados da pesquisa verificou-se que esta comunicação ainda é falha, pois no tipo de informação disponibilizada não há a devida capacitação, por isso, a necessidade de se criar outros canais comunicativos diversificados. Os autores concluem que a comunicação só chega a quem a procura, isto é, não é disponibilizada de modo equânime.

Quanto ao tipo de comunicação empregada na escrita dos artigos prevaleceu as seguintes: no primeiro a comunicação organizacional, no segundo notícias jornalísticas, no terceiro a cultura e comunicação organizacional, no quarto revisão teórica das variáveis de comunicação científica e o último comunicação pública e governamental.

Entretanto, os que se relacionaram diretamente com resíduos sólidos foram apenas o segundo e os dois últimos.

Percebe-se, portanto, que ainda é bastante incipiente as escritas de trabalhos científicos envolvendo comunicação e resíduos sólidos, especialmente com ênfase na comunicação pública. Poucos pesquisadores se interessam em escrever algo neste viés. Cabe destacar que muito se fala dos processos de gestão dessa política pública. Mas, quando se volta para o processo comunicativo desenvolvido neste contexto, nem sempre é considerado.

Considerações finais

A escrita do trabalho possibilitou apresentar uma análise do cenário de pesquisas relacionadas à “comunicação e resíduos sólidos” no Brasil. Conclui-se, portanto, que a área temática para este estudo ainda é pouco estudada pelos pesquisadores brasileiros. Talvez por possuir um recorte temático muito específico, contudo, cabe ressaltar que aborda um problema que afeta drasticamente a qualidade de vida no nosso planeta e deve, portanto, ter mais olhares voltados para ela, apesar de termos uma projeção nas últimas décadas da comunicação ambiental e do jornalismo ambiental.

O estudo também apontou que os periódicos das regiões Norte, Sul e Sudeste possuem publicações relacionadas ao tema de pesquisa. Acredita-se que as publicações destas duas últimas regiões citadas se devem ao fato de serem as mais desenvolvidas economicamente do país e, obviamente, comportarem a maior quantidade de instituições de ensino superior, o que impacta na produção científica e acadêmica. Na metodologia empregada observou-se um interesse maior por pesquisas empíricas, como estudos qualitativos e outros.

Nos últimos anos esta temática tem despertado curiosidade dos pesquisadores de diversas áreas (principalmente de áreas diferentes da comunicação), o que pode ter sido motivada pela implementação da Política Nacional de Resíduos Sólidos no Brasil.

Entendemos que o papel que a comunicação assume neste processo é de suma importância, pois é por meio dela que o problema ambiental é exposto. É por ela que a sociedade civil se sensibiliza e busca práticas sustentáveis para o seu cotidiano. É necessário pensar a comunicação de modo sistêmico. Integrando a questão ambiental à

missão, valores e visão das organizações, mas também buscando identificar os papéis que cada cidadão e a gestão pública tem no processo.

Referências

ALMEIDA, T. S. de.; SIMON, A. M. A comunicação pública na percepção de profissionais de comunicação governamental. In: WEBER, M. H.; LOCATELLI, C. (Org.). **Comunicação pública e política**: pesquisa e práticas. Florianópolis: Insular, 2017. p. 529-550.

BRANCO, H. E. J.; BARTHOLOMEU, D. B.; PINHEIRO, M. A.; CAIXETA-FILHO, V. J. Caracterização da logística reversa de pneus inservíveis. In: BARTHOLOMEU, D. B.; CAIXETA-FILHO, J. V. (Orgs). **Logística ambiental de resíduos sólidos**. São Paulo: Atlas, 2011, p. 67-84.

BRASIL, Presidência da república do. **Lei nº 12.305**, de 2 de agosto de 2010. Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos; altera a Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998; e dá outras providências. Brasília, 2010.

CEZAR, L. C. Reflexões sobre a comunicação em políticas públicas: proposta de um modelo de avaliação da comunicação governamental. **Revista de administração pública**, Rio de Janeiro, v. 52, n. 1, p. 52-70, jan./fev. 2018.

GERAQUE, E. Jornalismo e ecossistemas parecem (mas não são) elos perdidos. In: VILAS BOAS, Sergio. **Formação & informação ambiental**: jornalismo para iniciados e leigos. São Paulo: Summus, 2004. p. 79-110.

LUZ, A. J. Sistemas de comunicação governamental: a experiência da prefeitura de Fortaleza (2005-2012). In: WEBER, M. H.; LOCATELLI, C. (Orgs). **Comunicação pública e política**: pesquisas e práticas. Florianópolis: Insular, 2017, p. 423-438.

A experiência pessoal como motivador para a pesquisa acadêmica na pós-graduação

Cidiclei Alcione Biavatti¹
Marina Haizenreder Ertzogue²
Universidade Federal do Tocantins

Resumo

Este estudo tem como objetivo demonstrar como a experiência pessoal se entrecruza com o trabalho do pesquisador. Partindo de nossa própria trajetória, busca-se demonstrar como objeto de pesquisa e conhecimento acumulado tendem a convergir no âmago de uma investigação científica, bastando para tanto, revirar nossa bagagem intelectual. Desta maneira, é possível inserir, conservando-se o rigor científico, narrativas que formem um mosaico ao mesmo tempo personificado e imparcial da produção do conhecimento acadêmico.

Palavras-chave: Pesquisa acadêmica; Quadrinhos; Charge; Pinturas Rupestres.

Corpo do trabalho

A pesquisa acadêmica, ainda que carregue em si o pressuposto distanciamento entre pesquisador e objeto investigado, não se furta em entrelaçar esses dois atores. Minayo (2001, p. 21), referindo-se especificamente à pesquisa qualitativa, explicita que esta trabalha “significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes”, resultando na formação de um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos. Galeffi (2009, p. 22) reforça tal pensamento ao citar que “o que se deve investigar de início é a natureza humana do próprio conhecimento”. Esse fato personifica o pesquisador que tem, ainda de acordo com o autor, “como consciência encarnada individual e pessoal” suas próprias experiências e conhecimento. Refletindo sobre o que expressam os autores, percebi que a temática que pesquiso se conecta à minha trajetória pessoal, o que me motivou a relatar essa experiência, seguro de que a construção do conhecimento por meio da pesquisa reflete a intelectualidade e lastro cultural do pesquisador.

¹ Mestrando em Comunicação e Sociedade no Programa de Pós Graduação em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal do Tocantins (UFT). Graduado em Comunicação Social/Jornalismo. cidbiavatti@gmail.com.

² Doutora em História Social pela Universidade de São Paulo. Professora no curso de História na Universidade Federal do Tocantins (UFT). Docente do Programa de Pós-graduação em Ciências do Ambiente (CIAMB) Mestrado e Doutorado. Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade (Mestrado) - UFT. marina@mail.uft.edu.br

Narro, assim, que desde as lembranças de minhas primeiras leituras, lá pelos cinco anos de idade, os quadrinhos estão presentes. Com eles me alfabetizei, quase autonomamente, tendo o apoio de minha mãe, Iria Dall’Agnol Biavatti para dirimir alguma dúvida sobre as letras que por vezes se embaralhavam em minha mente. Os personagens criados por Mauricio de Sousa³ e Walt Disney⁴, aquela época, eram minha companhia constante. Posteriormente, lá pelos dez anos de idade, conheci Stan Lee⁵ e Sérgio Aragonés⁶ (figura 1). Nesse momento, tomei contato com a figura do super-herói e do anti-herói. Stan Lee criou personagens emblemáticos, que revolucionaram as histórias em quadrinhos com super-heróis, como o Quarteto Fantástico⁷, Homem Aranha⁸, Hulk⁹ e X-Men¹⁰. Já Aragonés, em tom satírico, promoveu a desconstrução do padrão de heroísmo típico das revistas em quadrinhos, ao apresentar ao mundo o anti-herói atrapalhado Groo¹¹.

FIGURA 1: Ilustração da capa de história em quadrinhos de Mauricio de Sousa (1970), Walt Disney (1930), Stan Lee (1962) e Sérgio Aragonés (1989)



Fonte: (GUIA DOS QUADRINHOS, 2018)

³ Cartunista brasileiro, criador da Turma da Mônica (SOUSA, 2017).

⁴ Cartunista estadunidense, criador de personagens como Mickey, Pato Donald e Zé Carioca (GUIA, 2018).

⁵ Cartunista, escritor e editor estadunidense (GUIA, 2018).

⁶ Cartunista espanhol (SERGIO, 2018).

⁷ História em quadrinhos criada em 1961 (HQBR, 2018)

⁸ Personagem criado em 1962 (GUIA, 2018).

⁹ Personagem criado em 1962 (GUIA, 2018).

¹⁰ História em quadrinhos criada em 1963 (GUIA, 2018).

¹¹ Personagem criado em 1982 (GROO, 2018).

Por esse tempo, outra descoberta fez minha imaginação aguçar-se. Meu pai, Zeferino Henrique Biavatti comprou uma coleção de livros intitulada *Enciclopédia do Homem*. Um fascículo em especial chamou minha atenção: Os tempos pré-históricos. Nele são narrados fatos sobre o início da aventura humana, suas descobertas e manifestações artísticas. Esse último item me deixou fascinado, ao mostrar os *homens das cavernas* criando desenhos que estabeleciam sua relação com o mundo. Desde então, a *pré-história* estabeleceu em mim a necessidade de encontra-la de verdade, de vivenciar essas manifestações. Infelizmente, sem uma máquina do tempo física que me transportasse para lá, fiquei imaginando como seria ter vivido naqueles longínquos tempos. E desejei de um dia poder ver de perto uma dessas pinturas.

Por volta dos 15 anos de idade tive meu primeiro contato com a charge, ou pelo menos a primeira vez que percebi ali uma mensagem inserida que ia muito além do simples desenhar. Meu pai, um assíduo leitor de jornais, sempre levava para casa o jornal Zero Hora¹², onde o chargista gaúcho Sampaio¹³ publicava charges diariamente. Suas produções satirizavam os problemas políticos, econômicos e, como bom bairrista, não deixava de alimentar a rivalidade local entre Internacional e Grêmio. A primeira charge que me chamou a atenção, fazia relação com as dificuldades econômicas que o país atravessava no ano de 1989, no primeiro mandato de um presidente após o fim da ditadura militar, no ano de 1985 (figura 2). O presidente era José Sarney que havia sido eleito para a vaga de vice-presidente, mas assumiu após a morte do titular eleito, Tancredo Neves.

12 Jornal de circulação diária, sediado em Porto Alegre-RS,

13 Pseudônimo de Paulo Brasil Gomes de Sampaio.

FIGURA 2: Charge que retrata a situação econômica no governo do ex-presidente José Sarney



Fonte: (SAMPAULOCARTUNISTA, 2018)

Nessa época, também conheci a revista Chiclete com Banana, criada pelo cartunista paulistano Angeli, que contava com a colaboração de outros artistas, como Glauco e Laerte. Na revista eram narradas pequenas histórias de personagens criados pelos cartunistas coautores de cada edição. O contato com a Chiclete com Banana intensificou muito meu interesse pelos quadrinhos, tirinhas e charges. E, buscando conhecer outros cartunistas, conheci Ziraldo, Henfil, Millôr Fernandes, Luiz Fernando Verissimo, Quino, Adão Iturrusgarai, Fernando Gonsales e Dik Browne, apenas para citar alguns. As charges que mais me impressionaram foram as criadas por Henfil e Millôr Fernandes, pela carga crítica que continham, um belo mosaico que narra a história de maneira tão contextualizada que até hoje, se mostram atuais, fato este que infelizmente não merece comemoração (figura 3).

FIGURA 3: Charges sobre o salário dos professores (1980) e escândalos de corrupção (1977)



Fonte: (INSTITUTO HENFIL, 2012) e (O GLOBO, 2018)

Bem mais tarde, no ano de 2001, então com 27 anos, ingressei na universidade para cursar Comunicação Social/Jornalismo, na então Universidade do Tocantins (Unitins), que posteriormente seria transformada em Universidade Federal do Tocantins (UFT), em Palmas-TO. Esse acontecimento me proporcionou realizar um sonho acalentado desde a infância. Durante os estudos para realização de um projeto experimental, tomei conhecimento de que na Serra do Lajeado, em Palmas-TO, havia vários sítios arqueológicos com pinturas rupestres. Vislumbrei aí a grande chance de conhecer uma pintura pré-histórica de perto e ao mesmo tempo transforma-la em objeto de estudo para o projeto que precisava conceber. Assim, munido de ansiedade e empolgação, visitei dois sítios e pude finalmente ser apresentado a essas pinturas. É indescritível a emoção que experimentei. Pude me sentir de verdade na *pré-história*, ao lado do artista que criava tão peculiar e única obra de arte.

Esse fato teve influência, também, na definição do tema de meu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) que ora cursava. Depois de muito pesquisar, vi nas pinturas que visitei, e nas que tomava conhecimento nos livros, situadas em várias partes do mundo, uma relação muito próxima com o cinema, em seu aspecto documental do tempo e das civilizações. Dessa forma, elaborei minha monografia relacionando as pinturas rupestres com o cinema, focando principalmente no suporte imagético das duas manifestações.

Ao ser aprovado na seleção de mestrado, o fiz com a proposta de estudar as charges, mas as relacionando-a a crítica política. Posteriormente, novamente a vontade em continuar minhas pesquisas sobre as pinturas rupestres se manifestou. Entretanto, não gostaria de abandonar minha proposta inicial de trabalhar com as charges. Após alguns diálogos com minha orientadora, professora Marina Haizenreder Ertzogue, lhe apresentei a proposta de unir as duas temáticas – pinturas rupestres e a charge – e sua única recomendação fosse para que encontrasse viabilidade nessa relação.

Comecei a pesquisar então charges que utilizassem elementos indicativos das pinturas rupestres em sua estruturação. Após o estudo de alguns autores, me deparei com o site *bizarro.com*, e com o trabalho de seu criador, o cartunista estadunidense Dan Piraro¹⁴. Ali estava o vínculo que faltava para prosseguir com minha proposta. Estabelecidas as prerrogativas científicas, a pesquisa está em andamento, cumprindo sua função enquanto investigação acadêmica e buscando contribuir no despertar de novos investigadores.

Referências bibliográficas

BIZARRO. Home. Site, 2018. Disponível em <https://bizarro.com>. Acesso em: 11 set. 2018.

GUIA DOS QUADRINHOS. Artistas. Site, 2018. Disponível em <http://www.guiadosquadrinhos.com/artistas>. Acesso em: 11 set. 2018.

GROO. Groo the Wanderer. Site, 2018. Disponível em <https://www.groo.com>. Acesso em: 11 set. 2018.

HQBR. Hq. Site, 2018. Disponível em <https://www.hqbr.com.br/hq>. Acesso em: 11 Set. 2018.

INSTITUTO HENFIL. Blog, 2013. Disponível em <http://institutohenfil.blogspot.com>. Acesso em: 11 set. 2018.

MACEDO, Roberto Sidnei; GALEFFI, Dante; PIMENTEL, Álamo. Um rigor outro sobre a qualidade na pesquisa qualitativa: educação e ciências humanas. Salvador: EDUFBA, 2009.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade. 18. ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

¹⁴ Daniel Charles “Dan” Piraro é escritor, pintor, ilustrador e criador de desenhos animados estadunidense.

O GLOBO. Cultura. Site, 2018. Disponível em <https://oglobo.globo.com/cultura/artes-visuais/seis-desenhos-de-millor-que-continuam-atuais>. Acesso em: 11 Set. 2018.

SAMPAULO. Blog, 2018. Disponível em <http://sampaulocartunista.blogspot.com>. Acesso em: 11 set. 2018.

SERGIO ARAGONÉS. Front page. Site, 2018. Disponível em <https://sergioaragones.com>. Acesso em: 11 Set. 2018.

SOUSA, Maurício de. Maurício: a história que não está no gibi. Depoimento a Luis Colombini. Rio de Janeiro: Primeira Pessoa, 2017

Ensino em jornalismo no Brasil: um histórico de interesses

Gabriela Melo¹

Francisco Gilson Rebouças Porto Júnior²

Universidade Federal do Tocantins

Resumo

A presente pesquisa busca discutir o surgimento e os rumos do ensino em jornalismo no Brasil, considerando o conflito de interesses envolvidos ao tema e questionando quais os resultados buscados com o surgimento dos cursos, da obrigatoriedade do diploma e da retirada da obrigatoriedade e quais são os reflexos dessa inexigibilidade no contexto atual do ensino em jornalismo. Todas as tentativas de qualificar a profissão em nível de ensino foram também uma forma de fortalecer os jornalistas enquanto categoria. A partir desse percurso histórico, o ensino se encontra na função de preparar um profissional apto para desenvolver o trabalho de jornalista e inicia o trajeto de afirmação do jornalismo dentro das áreas de estudos na academia. A não obrigatoriedade do diploma não impediu que os trabalhos seguissem, pelo contrário, o momento prevê a necessidade de se aperfeiçoar ainda mais o ensino, adequando às necessidades teóricas e de mercado, de modo a não ser substituído por outras áreas ou retroceder ao modelo inicial de jornalismo existente no século passado.

Palavras-chaves: Ensino em Jornalismo. Formação. Ensino Superior. Inexigibilidade do diploma.

Introdução

O surgimento do ensino em jornalismo no Brasil, a exigibilidade e inexigibilidade do diploma, e o contexto da formação em tempos atuais são temas com um percurso histórico imerso em um campo de disputa de interesses retratado posteriormente, mas já subentendido pelo envolvimento da categoria em prol da formação, pela exigência do diploma e dos empregadores pela inexigibilidade.

Considerando a presença da graduação na formação da identidade do jornalista e seu contexto histórico, esta pesquisa busca discutir o surgimento e os rumos do ensino em jornalismo no Brasil. Para alcançar esse objetivo, é necessário questionar quais os

¹ Graduada em jornalismo, especialista em Ensino em Jornalismo e Comunicação contemporânea e mestranda em Comunicação e Sociedade pela UFT. E-mail: gabrielamelogpm@gmail.com

² Pós-doutor em Educação (Universidade de Cádiz, UCA, Espanha), em Comunicação (FAC-UnB) e Ciências Sociais Aplicadas: Comunicação (UNESP). Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (UFBA), Mestre em Educação pela Faculdade de Educação (UnB) e graduado em Comunicação Social/Jornalismo, Pedagogia e História. Cumpre estágio pós-doutoral/professor visitante no Centro de Estudos Interdisciplinares do Século XX da Universidade de Coimbra (CEIS20/UC, Portugal). E-mail: gilsonportouft@gmail.com.

resultados buscados com o surgimento dos cursos, da obrigatoriedade do diploma e da retirada da obrigatoriedade e quais são os reflexos dessa inexigibilidade no contexto atual do ensino em jornalismo.

Resultados e discussão

O ensino em jornalismo no Brasil surgiu como uma necessidade da categoria de jornalistas, representada por sindicatos e envolvida por interesses de diversos atores sociais, na tentativa de qualificar ou intelectualizar a profissão, apesar de haver outras questões e interesses envolvidos, e possuir outros desdobramentos quanto ao ensino superior e sua aplicação no trabalho. “Convicções acerca do valor da imprensa uniram-se ao desejo de alguns jornalistas que, no final do século XIX e início do XX, pleiteavam a autonomização de sua atividade num contexto em que as redações de jornais abrigavam desde analfabetos a literatos, juristas e políticos. Para isso, acreditavam que era necessário, entre outras coisas, promover a qualificação intelectual aos trabalhadores dos periódicos.” (LOPES, 2013, p. 53).

Nesse contexto, a Associação Brasileira de Imprensa (ABI) foi criada em 1908 por Gustavo de Lacerda, que embora tivesse planos para a criação de uma Escola de Jornalismo e ideais quanto à profissionalização do jornalismo em busca de melhores salários e condições de trabalho, faleceu antes das ideias irem adiante, em 1910. “Gustavo de Lacerda foi um visionário, nutrindo ideias políticas que o estigmatizaram no interior da corporação jornalística” (MELO, 2004, p. 79). Seu sucessor, Dunshee de Abranches deu continuidade com reelaborações nos planos iniciais em 1913. Em 1917, a primeira proposta curricular foi escrita para a Escola de jornalismo pelo membro da associação, Raul Pederneiras. (MAGALHÃES, 1954; LOPES, 2013; SÁ, 1999).

Em 1918, a ABI promoveu o I Congresso Brasileiro de Jornalistas, o qual discutiu temas como “identidade profissional e escola de jornalismo, profissão de jornalista, ação da imprensa e liberdade de imprensa” (SEGISMUNDO, 1988 apud LOPES, 2013, p. 55). Apesar de todo esforço e mobilização, a ABI não conquistou a implantação de nenhum curso, se tornando realidade após décadas por meio de outros atores como será elucidado a seguir.

O primeiro curso universitário surgiu em 1935 no Rio de Janeiro pela Universidade do Distrito Federal (UDF), mas não era considerada uma escola

profissional para formar jornalistas em nível superior como buscavam. Criada no mesmo ano do curso de jornalismo, a Universidade do Distrito Federal era idealista quanto à educação, destacando a busca da inovação e a importância do processo formativo. Apesar dos ideais, a Universidade sofreu perseguição política e fechou em 1938 por perseguição política. (PORTO JÚNIOR, 2012)

Legalmente, as escolas de jornalismo foram criadas em 1938 por meio do Decreto-Lei 910 que tentou tornar o diploma obrigatório, mas não obteve sucesso. Além da tentativa da obrigatoriedade do diploma, o decreto trazia regulamentações como obrigação de registro no Ministério do Trabalho, jornada de trabalho de cinco horas, direitos previdenciários e a determinação de que o governo criasse as escolas de jornalismo. Apesar da tentativa, os donos de empresas jornalísticas começaram desde então a se manifestar contra a exigência e o decreto não vigorou. (LOPES, 2013; SEGISMUNDO, 1995)

No mesmo ano, o governo Getúlio Vargas publicou o Decreto-Lei 421, de 11 de maio, exigindo que todo curso superior, fosse privado ou público, necessitaria da autorização do Governo Federal e o reconhecimento do Ministério da Educação (MEC) para ser instaurado. Mais tarde, em 1943, o Decreto 5.480 era publicado, definindo que o curso de jornalismo seria ministrado pela Faculdade Nacional de Filosofia em cooperação com a ABI e os sindicatos de empregados e empregadores do jornalismo.

Finalmente, em 1943, o primeiro curso superior de jornalismo foi criado no país, não por iniciativa do Governo ou dos sindicatos, mas pelo testamento do diretor da empresa jornalística A Gazeta, Cásper Líbero. Apesar de idealizar o curso, morreu antes que pudesse concretizá-lo, mas em 1947, por um convênio entre a PUC-SP e a Fundação Cásper Líbero se concretizou o primeiro curso de graduação de jornalismo no Brasil.

Em meio à Ditadura Militar, o governo publicou o Decreto-Lei 972, de 1969, que regulamentava o exercício da profissão de jornalista e exigia o diploma para o exercício da profissão de jornalista. Os caminhos tomados com o passar dos anos e discussões políticas, a favor ou contra a exigibilidade do diploma serão discutidos posteriormente, por hora, atenta-se ao marco do decreto pelo diploma, que segundo Lopes (2013, p. 13), apesar da polêmica e insatisfações, como já ocorreu em outro momento de tentativa, o Decreto atendeu aos “anseios de organizações de classes

jornalísticas” e pelo percurso em busca da formação jornalística, não condiz por ser mero “resquício da ditadura” como argumentado posteriormente.

Entende-se, portanto, que todas as tentativas de qualificar a profissão em nível de ensino foram também uma forma de fortalecer os jornalistas enquanto categoria. A partir desse percurso histórico, o ensino se encontra na função de preparar um profissional apto para desenvolver o trabalho de jornalista e inicia o trajeto de afirmação do jornalismo dentro das áreas de estudos na academia.

Em meio a esse percurso de luta pela criação de um curso superior para formação de jornalistas graduados e com a conquista do primeiro dele, outras regiões se desenvolveram em diferentes proporções na criação de mais graduações na área. Além disso, novos marcos históricos ocorreram para que se chegasse à realidade que se tem hoje no ensino de jornalismo no Brasil.

Antes das novas diretrizes que norteiam os cursos de jornalismo atualmente, vigoravam as diretrizes estabelecidas em 2001 que extinguiu o currículo mínimo³ adotado pelas diretrizes anteriores, permitindo uma liberdade a cada curso de estabelecer as disciplinas de acordo com as necessidades locais e o perfil do egresso estabelecido. Em 1946, 1948, 1949 e 1950 foram aprovados pelo Ministério da Educação, currículos diferentes, ora privilegiando o impresso, ora o rádio, ora aspectos culturais. Em 1962, 1966 e 1984 aprovou-se um currículo mínimo para os cursos de jornalismo, contendo no último, informações detalhadas sobre as disciplinas, os equipamentos e laboratórios. (ANTONIOLI, 2014).

Em fevereiro de 2009, o Ministério da Educação instituiu sob a presidência do professor José Marques de Melo, a Comissão de Especialistas nomeada pela Portaria com “a missão de repensar o ensino de Jornalismo no contexto de uma sociedade em processo de transformação” (BRASIL, 2009, p.1).

O repensar dos modelos de ensino de jornalismo teve em seus fundamentos, a necessidade de unificar o ensino no Brasil, estabelecendo padrões e atendendo às necessidades teóricas e práticas de modo a possibilitar a interação da universidade com as necessidades econômicas.

³ O currículo mínimo estabelecia e unificava os cursos de jornalismo no Brasil, com a extinção e o norteamento dos cursos pelas diretrizes curriculares, é possível considerar as demandas locais sem prejudicar um padrão mínimo estabelecido nacionalmente.

No mesmo ano em que se instaurou a Comissão, mas alguns meses depois, o Superior Tribunal Federal (STF) decidiu pela não obrigatoriedade do diploma. Ainda assim, o trabalho teve continuidade e as Novas Diretrizes Curriculares Nacionais foram instituídas pelo MEC em setembro de 2013, estabelecendo caminhos para a elaboração da grade curricular dos cursos de jornalismo, definindo competências do profissional, dentre outras questões. Entende-se que, teoricamente, o governo demonstrou preocupação em unir as necessidades da academia com o desenvolvimento pessoal profissional, com conseqüente influência na economia do país.

A não obrigatoriedade do diploma, decidida em 2009, não impediu que os trabalhos seguissem, pelo contrário, o momento prevê a necessidade de se aperfeiçoar ainda mais o ensino, adequando às necessidades teóricas e de mercado, de modo a não ser substituído por outras áreas ou retroceder ao modelo inicial de jornalismo existente no século passado.

Referências

ANTONIOLI, Maria Elisabete. **Diretrizes Curriculares e cursos de Jornalismo: a formação do jornalista à luz da legislação educacional.** Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo, Brasília, v. 04, n. 15, p.182-197, dez. 2014. Semestral. Disponível em: <<http://www.fnpj.org.br/rebej/ojs/index.php/rebej/article/viewFile/368/229>>. Acesso em: 25 jul 2018.

BRASIL. Ministério da Educação. **Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de Jornalismo.** Relatório da Comissão de especialistas instituída pelo Ministério da Educação. Portaria Nº 203/2009, de 12 de fevereiro de 2009.

LOPES, Fernanda Lima. **Ser jornalista no Brasil: identidade profissional e formação acadêmica.** São Paulo: Paulus, 2013.

MAGALHÃES, Manoel Lourenço de. **Gustavo de Lacerda e a fundação da ABI.** Rio de Janeiro: Editora Jornal do Commercio, 1954.

MELO, José Marques de. **Os primórdios do ensino de jornalismo.** Revista Estudos em Jornalismo e Mídia. Florianópolis, v.1, nº2, 2º sem., 2004, pp.73-83.

PÔRTO Júnior, Francisco Gilson Rebouças. **Anísio Teixeira e a universidade brasileira: a vida em um percurso.** Revista Participação DEX-UnB, Ano 12, nº. 22, dezembro de 2012
ROGGERO, Gigi. A autonomia do saber vivo: relação e ruptura entre instituições do comum e comunismo do capital. In: Revolução 2.0 e a crise do capitalismo global. COCCO, Giuseppe e ALBAGLI, Sarita (Org.). Rio de Janeiro: Garamond Universitária, 2012.

SÁ, Adísia, **O jornalista brasileiro: Federação Nacional dos jornalistas profissionais, de 1946 a 1999**. 2 ed. ver., ampl. e atual. – Fortaleza: Edições Fundação Demócrito Rocha, 1999.

SEGISMUNDO, Fernando. **Comunicação, do tijolo ao lêiser**. Rio de Janeiro: Unigraf, 1988.

Políticas e processos de formação em cursos de mestrado em comunicação nas Universidades Públicas da região Norte do Brasil

Alessandra Bonfim Bacelar de Abreu Adrian¹

Francisco Gilson Rebouças Pôrto Junior²

Universidade Federal do Tocantins

Resumo

A pesquisa foi realizada com o objetivo de conhecer como estão estruturados os cursos de mestrado em comunicação nas Universidades públicas federais da região Norte do Brasil, assim como as matrizes curriculares e qual o caminho é percorrido pelos alunos e professores ao longo do processo de formação em consonância ao atendimento das normas e regramentos da CAPES para continuidade e ofertas dos cursos.

Palavras-chave: Formação; Avaliação Quadrienal; CAPES; Matrizes Curriculares; Políticas e processos de formação.

Introdução

A presente pesquisa se propôs a verificar como se dá o processo de formação em nível de mestrado em Comunicação nas universidades brasileiras localizadas na região Norte do Brasil, UFT - Universidade Federal do Tocantins, UFPA – Universidade Federal do Pará, UFAM – Universidade Federal do Amazonas. A partir do conhecimento dos projetos e estruturação dos cursos analisar se sofrem influência de demandas externas (como por exemplo do Processo de Bolonha), se levam em conta as exigências do mercado, para uma formação mais célere e mais prática ou se as teorias ainda são os grandes norteadores do processo de formação e as transformações constantes do mundo contemporâneo ficam em segundo plano, tendo como premissa a frase de um dos grandes pensadores da contemporaneidade. Tal curiosidade em pesquisar as Universidades e os processos de formação se deu após a pesquisadora ter acesso a estudos ao que hoje se denomina Processo de Bolonha durante o curso de especialização em Formação de Professores em Jornalismo/Comunicação em Temas Contemporâneos oferecido pela UFT, Pôrto (2015), Lima, Azevedo e Catani (2008), Silva (2013), Melo (2017).

¹ Discente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal do Tocantins

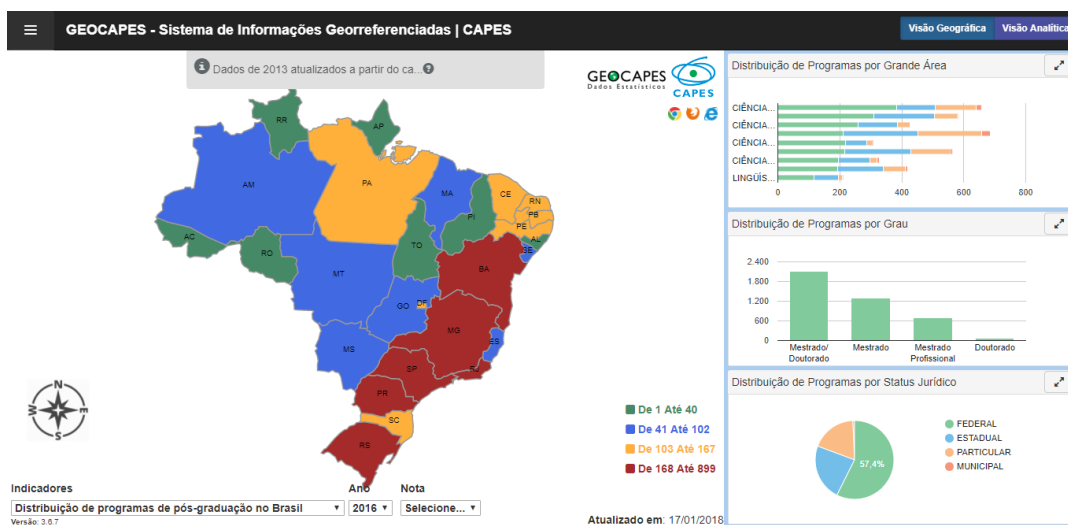
² Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal do Tocantins, orientador da pesquisa

Para se chegar a tais resultados foram elaborados dois objetivos gerais para nortear a pesquisa e construir o roteiro de trabalho e estudos. O primeiro objetivo geral foi compreender como ocorrem os processos e políticas de formação nos cursos de mestrado em comunicação na região norte do Brasil. O segundo objetivo geral foi analisar como estão estruturadas as matrizes curriculares dos cursos de pós-graduação stricto sensu em comunicação. A partir dessa análise mais refinada será possível conhecer na essência o que se pretende nos cursos avaliados, pois conhecendo a trajetória, os erros e acertos é possível entender as dificuldades encontradas/superadas e o impacto dessas transformações no processo de formação. Para se chegar aos resultados propostos foram utilizadas as pesquisas documental e bibliográfica, tendo como maior fonte de informações os sites dos programas de mestrado das três Universidades e as Avaliações realizadas pela CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior que analisam o cumprimento de normativas educacionais definidoras da continuação ou não desses cursos ofertados.

O Papel da CAPES

A CAPES, criada em 1951, de acordo com Córdova (1999, p.8), é uma organização ligada umbilicalmente à história da pós-graduação no Brasil, ainda que exista outras instituições envolvidas, teve em Anísio Teixeira seu principal entusiasta, implantando programas, concedendo bolsas, promovendo intercâmbios e cooperações no intuito claro de fortalecer a instituição. Ao longo dos anos foi evoluindo, conforme os gestores, para atender os estímulos à melhoria das condições de ensino e pesquisa, visando uma melhor formação nos quadros profissionais de nível superior brasileiro. Apesar da evolução, não conseguiu solucionar problemas que reverberam até hoje, a exemplo da formação de mestres e doutores na região norte do país. Nesta região estão localizados 5% dos programas brasileiros e mais da metade concentrado num único Estado, Pará. A Plataforma Sucupira, traz em seus últimos dados oficiais uma tabela apresentando a situação da Região Norte:

FIGURA 1: Distribuição da pós-graduação no Brasil



Fonte: Plataforma Sucupira – 04 de fevereiro de 2018

Os sete Estados da região norte possuem no total 127 programas de mestrado (acadêmico e profissional), doutorado, sendo 10 no Acre, 58 no Amazonas, 4 no Amapá, 107 no Pará, em Rondônia são 12, Roraima possui 14, e o Tocantins 22.

Avaliação Quadrienal e os Programas de Mestrado em Comunicação na região Norte

A Avaliação Quadrienal das Universidades feita pela CAPES foi instituída pela [Portaria nº 59](#) publicada no Diário Oficial da União do dia 27 de março de 2017. De forma simplista tem como objetivo retratar a situação da pós-graduação e contribuir para a garantia de qualidade da pós-graduação brasileira, é realizada por docentes de diferentes universidades brasileiras, onde são atribuídos conceitos de Insuficiente a Muito Bom nos itens relativos a: Proposta de programa; Corpo Docente, Corpo Discente, Teses e Dissertações; Produção Intelectual e; Inserção Social.

Na Avaliação Quadrienal 2017 a área de Comunicação aparece com o código 31, com a nomenclatura Comunicação e Informação porque é constituída pelas áreas básicas de Comunicação, Ciência da Informação e Museologia, com programas de Pós-Graduação em Arquivologia, Biblioteconomia, Ciência da Informação, Comunicação, Jornalismo e Museologia. Essa mudança ocorreu em 2016 quando a CAPES aprovou a

mudança para evitar enganos frequentes e compreender adequadamente a diversidade dos programas integrantes.

A região Norte possui apenas 3 programas: o da Universidade Federal do Tocantins, da Universidade Federal do Amazonas e da Universidade Federal do Pará, cujo as notas obtidas na Avaliação Quadrienal foram 3, 2 e 4 respectivamente.

Nesse cenário que foi realizada a pesquisa tendo como foco os três programas de mestrado da região Norte, sendo que um deles, conforme nota obtida, e as regras estipuladas pela CAPES foi descredenciado.

O Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da UFAM - Universidade Federal do Amazonas (PPGCCOM/UFAM) teve início em março de 2008, o primeiro mestrado acadêmico em Comunicação da Região Norte a ser aprovado pela CAPES, tinha como objetivo a formação de recursos humanos especializados em Comunicação, impactando positivamente as atividades de ensino, pesquisa e extensão das Instituições de Ensino e Pesquisa (IES), públicas e particulares, sediadas no Amazonas e nos demais estados da Amazônia Legal. Na última Avaliação recebeu conceito 2 e com isso foi descredenciado para a oferta de novas turmas.

O Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia da UFPA iniciou suas atividades no ano de 2010, teve suas bases e referências no contexto regional e se utilizando do Plano de Desenvolvimento Institucional da UFPA acena que “a Amazônia, na condição de periferia nacional e global, precisa superar o padrão colonial imposto pelo mundo desenvolvido, a partir de suas vantagens comparativas, maximizando potencialidades endógenas” (PDI-UFPA, 2011, p.31). A proposta geral do programa é promover a análise dos fenômenos comunicacionais em sua relação com as práticas culturais e sociais contemporâneas e em suas peculiaridades na Amazônia, aprofundando o conhecimento profissional e acadêmico e possibilitando a formação de pesquisadores na área da Comunicação. Obteve conceito 4 na última Avaliação.

O Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade da UFT tem perspectiva interdisciplinar, oferece além da oportunidade de capacitação em nível stricto sensu aos profissionais da comunicação, do jornalismo e demais cursos das grandes áreas das Ciências Humanas e Sociais no Estado do Tocantins, busca ampliar as discussões e pesquisas mais atualizadas e comprometidas com a realidade local, inaugurando um novo momento de investigações e compromisso com uma educação de

qualidade na região, bem como instaurar um diálogo entre o cenário midiático e as questões globais na sociedade contemporânea.

TABELA 1 – Parecer da comissão da área sobre o mérito do programa

IES	Proposta de Programa	Corpo Docente	Corpo Discente, Teses e Dissertações	Produção Intelectual	Inserção Social
UFAM	Regular	Bom	Bom	Insuficiente	Regular
UFPA	Bom	Bom	Bom	Bom	Muito Bom
UFT	Regular	Bom	Não aplicável	Fraco	Bom

Fonte: Site da CAPES

A situação dos programas frente a Avaliação da CAPES

Analisando as três avaliações, depreendemos algumas constatações. No tocante à Proposta de Programa, as instituições estão quase equiparadas, duas receberam conceito “Regular” e uma o conceito “Bom”.

Nas Universidades da região Norte, à princípio, há uma união de esforços dos docentes - com titulação necessária - para o mestrado funcionar. Mesmo sendo de áreas diferentes, eles buscam a união com a comunicação e assim contribuem para o processo de formação, entretanto, confirmam a escassez de docentes para atuar em programas que exigem maior titulação. No quesito “Docente”, os programas repetem as similaridades: todos receberam conceito B. É comprovado que o capital intelectual é adequado, mas ficam evidentes que esses docentes não conseguem cumprir à risca os parâmetros da área e com isso nem todos conseguiram ministrar aulas durante o ano ou possuem orientandos, assim respondem adequadamente mas não plenamente aos requisitos.

Em “Corpo Discente, Teses e Dissertações”, o programa implantado em 2016, o da UFT, recebeu conceito Não aplicável, provavelmente pelo pouco tempo de funcionamento e a impossibilidade do cumprimento dos requisitos exigidos, mas mesmo assim foi alertado sobre a falta de informações e da necessidade de todos docentes serem contemplados com orientandos, com o detalhe de que o regramento é exigido para o biênio mas, em relação ao docente, não foi especificado se a falta de orientando ocorreu em um ano ou em dois anos. Os outros dois programas receberam o

mesmo conceito Bom, as diferenças dizem respeito a produção dos alunos, onde a UFAM teve média de 51,1% e foi classificada como “Bom”. Já a UFPA obteve 92,5%, considerado “Muito Bom”. Sobre o tempo médio de titulação, os dois programas receberam “Muito bom”, sendo que no PPGCOM da UFPA a média foi de 23,75 meses e o da UFAM 29,37 meses.

No quarto ponto da Avaliação, Produção Intelectual, a UFPA, conseguiu “Muito bom” tanto na distribuição de publicações qualificadas quanto em relação ao corpo docente permanente do Programa e em Produção técnica, patentes e outras produções consideradas relevantes. Ao passo que a UFAM, onde o programa existe a mais tempo, 20 anos, não conseguiu se ajustar diante dos problemas estruturais e de recursos humanos, recebeu conceito Fraco. A UFT por ter pouco de funcionamento e observando os docentes o conceito foi Fraco.

O último ponto - Inserção Social - onde ficam determinadas as condições de cada programa, o programa da UFAM ficou como regular. O PPGCOM da UFPA foi o melhor conceituado nesse ponto “Muito Bom”. Já o da UFT, recebeu conceito “Bom”, indicando que está trilhando o caminho correto.

Considerações Finais

O que fica evidenciado nas Fichas de Avaliação e sites dos Programas é a preocupação em atender aos requisitos básicos delimitados pela CAPES e qualquer inovação poderia ser vista como algo ousado que pode significar rebaixamento de conceitos ou mesmo descredenciamento. Os programas são claramente voltados para a formação de pesquisadores, perceptível pela oferta de disciplinas mais ligadas as ciências sociais e mesmo pela formação de docentes responsáveis em preparar profissionais para um mundo em constantes atualizações e exigências diversas que resolvem não focar na educação continuada. Temos, ainda, o cenário de sucateamento das Universidades onde os recursos são pequenos e os problemas enormes, as instituições focam em melhorar as deficiências que possuem para se manter na corda bamba dos autorizados e em funcionamento, tendo que conviver com diferenciações, distâncias, dificuldades e contar com o desprendimento e empenho de docentes para a sobrevivência. Este estudo só confirmou que, em comparação as outras regiões, o Norte ainda carece de muito mais investimentos, sendo que a área de comunicação tem a

menor concentração de cursos e programas, forçando assim a migração para a qualificação na referida área.

Referências bibliográficas

CÓRDOVA, Rogério de Andrade. **CAPES origem, realizações, significações**. Brasília: CAPES, 1999. v. 1.

LIMA, Licínio C.; AZEVEDO, Mário Luiz Neves de; CATANI, Afrânio Mendes. **O processo de Bolonha, a avaliação da educação superior e algumas considerações sobre a Universidade Nova**. Avaliação (Campinas), Sorocaba, v.13, n.1, p.7-36, mar. 2008.

Disponível: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-40772008000100002&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 08 nov. 2016.

PÔRTO JUNIOR, Francisco Gilson Rebouças. **Sobre os processos formativos, Bolonha e o curso de Comunicação Social/Jornalismo: consolidando-se posições nas políticas educacionais**. Revista Eletrônica Mutações, [S.l.], v. 6, n. 10, p. 13-24, mar. 2015. ISSN 2178-7018. Disponível em:

<<http://www.periodicos.ufam.edu.br/relem/article/view/799>>. Acesso em: 30 ago. 2018.

UFPA. **Plano de Desenvolvimento Institucional**. 2011. P. 31

Andarilhar institucional e ético para realização de pesquisa em terras e com populações indígenas

Leni Barbosa Feitosa¹

Idemar Vizolli²

Universidade Federal do Tocantins

Resumo

Este texto objetiva apresentar o andarilhar institucional e ético para realização de pesquisa em terras e com populações indígenas, à luz da pesquisa de mestrado desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal do Tocantins. As normativas institucionais para o ingresso em Terras Indígenas são deliberadas pela Fundação Nacional do Índio, cabendo ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico a análise do projeto de pesquisa. As normativas éticas que envolva seres humanos são instrumentalizadas pelo Conselho Nacional de Saúde, vinculada ao Ministério da Saúde e operacionalizadas pela Comissão Nacional de Ética e Pesquisa e Comitê de Ética e Pesquisa. As posições assumidas para depreender este andarilhar, correspondem a uma saga, sobretudo em virtude da burocracia e morosidade do retorno institucional.

Palavras-chave: Pesquisa em terra indígena; Pesquisa com população indígena; Normativas institucionais e éticas; Ingresso em território indígena; Pesquisa com seres humanos.

Corpo do trabalho

Na pesquisa de mestrado do Programa de Pós-Graduação em Educação (PPGE) da Universidade Federal do Tocantins (UFT), tivemos que andarilhar nas normativas institucionais e éticas para autorização de ingresso em Terra Indígena, apreciação do projeto de pesquisa e análise das recomendações éticas de pesquisa com seres humanos e povos indígenas, uma vez que o escopo da investigação científica compreendia deslindar o processo de escolarização indígena Mëbêngôkre Gorotire, comunidade localizada no município de Cumaru do Norte, sul do estado do Pará.

As normativas institucionais para o ingresso em Terras Indígenas são deliberadas pela Fundação Nacional do Índio (FUNAI), cabendo ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ) a análise do projeto de pesquisa.

¹ Mestre em Educação pela Universidade Federal do Tocantins. Professora da Educação Básica da Secretaria Estadual de Educação do Pará e Secretaria Municipal de Educação de Redenção-PA. lenifeitosa@hotmail.com.br.

² Doutor em Educação pela Universidade Federal do Paraná. Professor do Mestrado em Educação do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal do Tocantins. idemar@uft.edu.br.

As normativas éticas que envolva seres humanos são instrumentalizadas pelo Conselho Nacional de Saúde (CNS), vinculada ao Ministério da Saúde (MS) e operacionalizadas pela Comissão Nacional de Ética e Pesquisa (CONEP) e Comitê de Ética e Pesquisa (CEP).

O andarilhar institucional e ético ocorreram em duas fases: a primeira compreendeu a solicitação de autorização para ingresso em terra indígena e avaliação do projeto de pesquisa pelo CNPQ; a segunda no cumprimento das garantias éticas de pesquisa que envolva seres humanos exigidas pelo CEP e, com seres humanos em área de povos indígenas, pelo CONEP.

O ingresso em Terras Indígenas com a finalidade de desenvolver Pesquisa Científica é regulamentado por meio da Instrução Normativa nº 001 de 29 de novembro de 1995, que delega competência exclusiva à Presidência da FUNAI o parecer de sua autorização. Para impetrar a anuência, foram observados e encaminhados via Sedex os documentos requeridos pela normativa à Presidência da FUNAI, sendo: carta de apresentação do orientador responsável pela pesquisa; projeto de pesquisa, detalhando a terra indígena na qual pretendíamos ingressar e cronograma detalhado; curriculum vitae dos pesquisadores (pesquisadora e orientador); atestado individual de vacina contra moléstia endêmica na área e atestado médico de não portador de moléstia contagiosa (BRASIL, 1995). Ao receber os documentos foi gerado o processo nº 08620.016273/2017-37 para fins de tramitação administrativa e acompanhamento.

Acrescidas a essas recomendações, a normativa também instituiu o encaminhamento diretamente ao CNPQ do projeto de pesquisa, juntamente com a carta de concordância do orientador em desenvolver a pesquisa e currículo lattes da pesquisadora e orientador. O projeto de pesquisa foi encaminhado ao CNPQ, via e-mail, protocolado sob nº 013000.011629/2017-10 e encaminhado para a Coordenadoria do Programa de Pesquisa em Ciências Sociais e Educação (CPPCSE), segmento vinculado a Coordenadoria Geral de Estudos e Pesquisas (CGEP) do CNPQ para análise.

Em uma apreciação minuciosa, o CPPCSE/CGEP/CNPQ observou a relevância da pesquisa, referencial teórico, propósitos, escolha metodológica, descrição meticulosa das etapas da pesquisa, roteiro semiestruturado de entrevista, avaliação curricular do orientador da pesquisa e, sobretudo, do embasamento da LDB que preceitua “a

recuperação das memórias históricas para promoção da reafirmação das identidades indígenas e valorização de suas línguas e crenças” (BRASIL, 2015, p. 49).

Mediante os aspectos avaliados, a pesquisa foi recomendada pelo CPPCSE/CGEP/CNPQ que emitiu o parecer de mérito de consultoria *ad hoc*. Importante ressaltar que após a emissão do parecer favorável, a CPPCSE o encaminhou diretamente para Assessoria de Acompanhamento aos Estudos e Pesquisas (AAEP) da FUNAI para prosseguimento da tramitação administrativa de autorização de pesquisa em terras indígenas.

Ao receber a recomendação do parecer de mérito da consultoria *ad hoc* da CPPCSE/CGEP/CNPQ, a AAEP/FUNAI nos encaminhou via e-mail o termo de compromisso para ser assinado. Esse documento trata acerca da recomendação em respeitar a cultura e tradição do grupo indígena no decorrer da pesquisa; não veicular qualquer informação que atente contra a autonomia, utilizar os registros fotográficos, sonoros e audiovisuais exclusivamente para fins da pesquisa; não fazer nenhum uso do material coletado para além dos objetivos anuídos pelos indígenas, assim como remeter à AAEP/ FUNAI a produção oriunda da pesquisa, enviar à FUNAI o documento original de Termo de Licença de Uso de Imagem (TLUI) firmado com o indígena durante o período de autorização da pesquisa. Acerca dos compromissos firmados, salientamos que na trajetória da pesquisa a concordata foi circundada e o envio da produção da pesquisa, bem como o TLUI serão encaminhados após o depósito da versão final da pesquisa na Universidade Federal do Tocantins (UFT).

Com o termo de compromisso assinado e todos os protocolos administrativos prestigiados, foi emitido por meio do Ofício nº 368/2017/AAEP-FUNAI, a Autorização para Ingressar na Terra Indígena Kayapó, sob nº 110/AAEP/PRES. Nessa autorização constam o objetivo do ingresso da pesquisadora, os equipamentos de trabalho, a vigência da autorização e a indicação de enviar a AAEP as produções oriundas da pesquisa e informações sobre o acesso na internet, caso haja publicação nesse meio eletrônico. Contudo, essa autorização não inclui a licença para uso de imagem, som e voz, não inclui o acesso ao conhecimento tradicional associado a biodiversidade e ao patrimônio genético.

Concomitante ao protocolo normativo para autorização em Terras Indígenas na FUNAI, foi protocolado no CEP/UFT o projeto de pesquisa a fim de atender as

exigências éticas para a realização de pesquisa com seres humanos no Brasil. Todos os procedimentos éticos foram tramitados via Plataforma Brasil³.

As especificidades éticas com populações indígenas são explicitadas na Norma Operacional/CNS nº 001 de 30 de setembro de 2013. No item 3.4 do protocolo da pesquisa trata das “especificidades éticas das pesquisas com população indígena, dadas as suas particularidades, são contempladas em Resolução Complementar do Conselho Nacional de Saúde/CNS” (BRASIL, 2013, p. 14). Desta forma, o protocolo para emissão do parecer da pesquisa andarihou pela avaliação do CEP e CONEP.

Ao realizar o cadastro da pesquisa na Plataforma Brasil e especificar o vínculo institucional da pesquisadora, a própria plataforma direcionou a avaliação da pesquisa ao CEP da UFT. Nesse comitê recebi as informações basilares para a contemplação das garantias éticas aos participantes da pesquisa.

O próximo passo andarihou para reunir os documentos necessários para submissão: folha de rosto datada, assinada e carimbada pela instituição proponente; projeto de pesquisa; termo de consentimento livre e esclarecido; cronograma de execução e orçamento financeiro detalhado em reais e assinados pelos pesquisadores; carta de apresentação ao CEP contendo a identificação do pesquisador principal e confirmação do conhecimento do conteúdo do protocolo assinado por todos os pesquisadores envolvidos; declaração do orientador concordando com o desenvolvimento da pesquisa; declaração indicando que a pesquisa se encontra em fase inicial e; documento de autorização da instituição onde será realizada a pesquisa.

Atendendo as recomendações da resolução nº 466 de 4 de dezembro de 2012, que dispõe sobre as diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisas envolvendo seres humanos, sobretudo quanto a elaboração do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), foram observados as recomendações do CEP/UFT, sobretudo os esclarecimentos quanto a participação no estudo, riscos e benefícios, sigilo e privacidade e autonomia para desistir, a qualquer momento, de participar da pesquisa.

Para as autorizações dos participantes da pesquisa vinculados as instituições, foi realizado a apresentação do projeto de pesquisa para a obtenção do assentimento institucional. A exposição dos intentos da pesquisa as lideranças Mëbêngôkre Gorotire e

³ Base nacional e unificada de registros de pesquisas envolvendo seres humanos para todo o sistema CEP/Conep (PLATAFORMA BRASIL, 2018).

FUNAI, foram realizados por meio de uma visita, respectivamente, na aldeia Gorotire e sede da FUNAI local em Redenção-PA. Na Secretaria Municipal de Educação de Cumaru do Norte-PA e CIMI/Sede Redenção-PA, a apresentação da pesquisa se procedeu por contato telefônico e e-mail. Dessa forma, obtivemos as autorizações solicitadas para a submissão da pesquisa no CEP.

Submetidos os documentos na Plataforma Brasil, o CEP/UFT averiguou o cumprimento documental, recebendo para análise ética sob protocolo nº 075256. E após a indicação e aceite de relatoria, avaliou o objetivo da pesquisa, riscos e benefícios, critérios de inclusão e exclusão, bem como as etapas metodológicas da pesquisa, que segundo o relator, demonstrou um minucioso cuidado com os princípios éticos. Sem nenhuma recomendação acerca da elaboração do projeto, a pesquisa foi aprovada sob parecer consubstanciado nº 2.292.354. Em consonância com o cumprimento da resolução do CNS nº 304 de 9 de agosto de 2000, o projeto foi encaminhado, via Plataforma Brasil, ao CONEP para uma segunda análise.

A resolução do CNS nº 304/2000, regulamenta as normas para pesquisas envolvendo seres humanos em área de povos indígenas e institui ao CONEP “após a aprovação do CEP institucional, apreciar as pesquisas enquadradas nessa área temática, ainda que simultaneamente enquadradas em outra” (BRASIL, 2000, p. 2).

Nesse seguimento normativo e após o parecer consubstanciado favorável do CEP/UFT, a CONEP aceitou o recebimento do projeto de pesquisa, uma vez que os documentos anexados na plataforma são avaliados novamente. Isto posto, foi gerado uma nota técnica para proceder a análise, que em seguimento da liberação foi indicada a relatoria, confirmando e aceitando o prosseguimento de análise, emitindo o parecer para apreciação do colegiado da CONEP, que em meticulosa análise, corroborou com as ponderações do parecerista do CEP.

Os aspectos avaliados no projeto compreenderam as informações introdutórias, hipótese, metodologia, critérios de inclusão e exclusão, objetivo primário e secundário, avaliação dos riscos com participantes indígenas e não indígenas e benefícios da pesquisa. Examinados todos esses tópicos e sem nenhum impedimento ético em seu transcurso metodológico, a CONEP aprovou a pesquisa por meio do parecer consubstanciado nº 2.451.312.

As posições assumidas para depreender esta etapa da pesquisa, correspondem a uma saga, sobretudo em virtude da burocracia e morosidade do retorno institucional. Contudo, o espírito científico foi temerário em cumpri-las, obtendo a autorização da FUNAI e parecer favorável do CNPQ, CEP e CONEP, alvitando credibilidade à pesquisa. Outrossim, ressalta-se que essa trajetória foi basilar por permitir explorar as erudições dos procedimentos institucionais e éticos para prosseguir com futuras pesquisas no andarilhar temático da educação escolar indígena.

Referências Bibliográficas

BRASIL. Instrução normativa nº 001/PRESI, de 29 de novembro de 1995. Aprova as normas que disciplinam o ingresso em Terras Indígenas com finalidade de desenvolver Pesquisa Científica. Disponível em: <http://www.funai.gov.br/arquivos/conteudo/cogedi/pdf/LEGISLACAO_INDIGE_NISTA/Pesquisa/001-INSTRUCAO-NORMATIVA-1995-FUNAI.pdf>. Acesso em: 24 dez. 2016.

_____. Lei nº 9.394 de 20 de dezembro de 1996. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9394.htm>. Acesso em: 11 fev. 2017.

_____. Resolução nº 304 de 9 de agosto de 2000. Aprovar as seguintes Normas para Pesquisas Envolvendo Seres Humanos – Área de Povos Indígenas. Disponível em: <<http://plataformabrasil.saude.gov.br/login.jsf>>. Acesso em: 03 fev. 2017.

_____. Norma Operacional nº 001 de 2013. Dispõe sobre a organização e funcionamento do Sistema CEP/CONEP, e sobre os procedimentos para submissão, avaliação e acompanhamento da pesquisa e de desenvolvimento envolvendo seres humanos no Brasil. Disponível em: <http://conselho.saude.gov.br/Web_comissoes/conep/aquivos/CNS%20%20Norma%20Operacional%200001%20-%20conep%20finalizada%2030-09.pdf>. Acesso em: 2 fev. 2017.

PLATAFORMA BRASIL. Site, 2018. Disponível em: <<http://plataformabrasil.saude.gov.br/login.jsf>>. Acesso em: 3 mar. 2018.

O professor indígena na sociedade contemporânea: uma revisão de literatura¹

Janaína Vilares da Silva²
Liliam Deisy Ghizoni³
André Luis Campanha Demarchi⁴
Universidade Federal do Tocantins

Resumo

O presente estudo trata-se de uma revisão sistemática da literatura. Selecionou-se o seguinte descritor “professor(es) indígena(s)”, para pesquisas nos bancos de dados: CLASSE, LATINDEX, LILACS, REDALYC, PsycINFO, SCOPUS, SciELO, GOOGLE SCHOLAR e BDTD. Foram encontradas sete produções com os critérios de inclusão. Conclui-se que ainda há muito a ser explorado e produzido nesta temática e que o professor indígena tem se mostrado um militante do seu povo, que busca reafirmar sua identidade e luta pelos seus direitos e preservação de sua cultura, saberes e espaços.

Palavras-chave: Indígena; Mundo do trabalho; Colonizador x Colonizado.

Introdução

O presente artigo surgiu a partir das ideias e discussões ocorridas na disciplina optativa “Cultura, Comunicação e Território”, no Programa de Pós-graduação Strictu Sensu em Comunicação e Sociedade (PPGCom), da Universidade Federal do Tocantins (UFT). Ao conhecer um pouco mais da cultura dos povos indígenas do Brasil, surgiu a curiosidade de saber: onde atuam os professores indígenas que se formaram e estão inseridos no mundo do trabalho contemporâneo? Como é o trabalho e os desafios enfrentados por estes professores indígenas na contemporaneidade?

Desta forma, buscou-se, através de uma entrevista informal saber, por três indígenas, sendo um estudante de graduação, um estudante de mestrado e um egresso, todos da Universidade Federal do Tocantins (UFT): como os indígenas estão atuando no mercado formal?; quando o indígena se forma onde ele vai trabalhar (ex.: retornam a aldeia ou ficam junto aos “não indígenas”)?; Se o indígena não consegue entrar no

¹Trabalho apresentado no GT 2: Comunicação, Poder e Identidades, da III Jornada Interdisciplinar do PPGCOM/UFT, realizado nos dias 22 e 23 de outubro de 2018.

² Mestranda do programa de pós-graduação em Comunicação e Sociedade - PPGCom/UFT. Psicóloga da UFT. Membro do grupo de pesquisa no CNPQ “Trabalho e Emancipação: Coletivo de Pesquisa e Extensão”. E-mail: vilaresjana@gmail.com

³ Doutora em Psicologia Social do Trabalho e das Organizações na UnB. Professora adjunta da UFT, no curso de Administração e no PPGCom. Líder do grupo de pesquisa no CNPQ “Trabalho e Emancipação: Coletivo de Pesquisa e Extensão”. E-mail: ldghizoni@gmail.com

⁴ Doutor em Antropologia Cultural pela UFRJ. Antropólogo e Professor Adjunto na UFT, no curso Ciências Sociais e no PPGCOM. Coordenador do Grupo de Pesquisa “Redes de Relações Indígenas no Brasil Central” (CNPq). Membro do Núcleo de Estudos e assuntos Indígena (NEAI/UFT) e do Núcleo de Arte, Imagem e Pesquisa Etnológica (NAIPE/UFRJ). Desenvolve pesquisa com os Mebengôkre-Kayapó, desde 2009. E-mail: andredemarchi@gmail.com

mercado formal, o que acontece com ele (em termos de trabalho)?; Quais as principais profissões/ ocupação dos indígenas?; Eles costumam atuar na área que se formam?

A partir das respostas a essas perguntas, foi possível trilhar o caminho a ser seguido neste estudo, bem como compreender melhor as atividades de trabalho de um indígena e auxiliar na elaboração do descritor selecionado para esta pesquisa.

Metodologia

A revisão sistemática da literatura consiste em uma investigação retrospectiva, focada em critérios claros e bem definida, na intenção de uma reconstrução tanto metodológica quanto conceitual (SAMPAIO; MANCINI, 2007; RAMOS; FARIA; FARIA, 2014; GALVÃO; PEREIRA, 2014; GOMES; CAMINHA, 2014; BITTENCOURT at. al., 2015).

Neste artigo, buscou-se identificar: Onde atuam os professores indígenas? e Como é o trabalho e os desafios enfrentados por estes na contemporaneidade?. Através do descritor “professor(es) indígena(s)”.

Assim, o primeiro passo foi definir o descritor e selecionar os bancos de dados: CLASSE (Nomeações Latino-Americanas em Ciências Sociais e Humanas - Direção Geral de Bibliotecas, UNAM), LATINDEX (Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal), LILACS (Literatura Latino-americana e do Caribe em Ciências da Saúde), REDALYC (Red de Revistas Científicas de America Latina y el Caribe, España y Portugal), PsycINFO (American Psychological Association), SCOPUS (Base de dados de citações e resumo de literatura revisada por pares: revistas científicas, livros e conferências), SciELO (Scientific Electronic Library Online), GOOGLE SCHOLAR e BDTD (Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações).

Os critérios de inclusão foram: o descritor estar no título; os trabalhos publicados dentro do período previsto de janeiro de 2013 a janeiro de 2018; apresentar o indígena como professor. Os trabalhos que não se incluíam nestes critérios foram excluídos.

Para a análise dos dados, foi realizada a leitura integral dos trabalhos, e posteriormente foi catalogado as produções em uma tabela no word e cruzado as informações entre os textos.

O colonizador e o colonizado: compreendendo um pouco da resistência indígena

Ao se falar em povos indígenas, primeiramente se faz necessário a desmistificação de algumas ideias errôneas em relação a esses povos originários.

Neste contexto, autores como Castro (2017) e Segato (2012) apresentam esclarecimentos quanto a alguns conceitos equivocados do conhecimento popular: 1. Índios: Aqueles que não perderam ou que recobram sua consciência da relação histórica com os povos primários que viviam no Brasil; 2. Indígenas: Aquele que é originário da terra em que vive; 3. Branco: Antônimo de índio no Brasil, deste modo não é racial; 4. Povo(s): Multiplicidade singular (CASTRO, 2017); 5. Pluralismo Histórico (no lugar de relativismo cultural): Povos que possuem autonomia deliberativa para realizar seu próprio processo histórico; 6. Devolução da História: O “povo” possui a capacidade de tecer e implementar seu próprio caminho histórico, projetando a direção do seu futuro; 7. Inter-historicidade (no lugar de interculturalidade): Consiste na autopercepção por parte dos membros do sujeito coletivo com uma história comum (SEGATO, 2012); 8. Índio genérico: Apresenta o índio como um “bloco único” e homogeneizado em termos de cultura, tradição, crenças, línguas, costumes, etc ; 9. Culturas atrasadas/primitivas: Cada cultura indígena possui os seus próprios saberes, arte, ciência, música, poesia, religião, etc.; 10. Culturas Congeladas: Parte do pressuposto de que os “verdadeiros” indígenas não evoluíram ou se transformaram (FREIRE, 2009; ALBERT, 2002); 11. Pertencem ao passado: Como se os índios estivessem “sumindo”; 12. Brasileiro não é índio: Ignora-se a enorme e diversificada contribuição cultural dos povos indígenas (FREIRE, 2009); 13. Todo índio é preguiçoso: Devido a resistência destes de serem catequizado e/ou tornarem-se escravos; 14. O indígena é um “hiper-cidadão”: Afirma-se que o indígena possui “regalias”, privilégios e direitos que os demais não possuem; 15. Existe muita terra para pouco índio: Agrega a ideia de que as áreas indígenas reduzem as possibilidades para a agricultura; 16. O índio é camponês: Ignora-se as especificidades culturais dos povos indígenas; 17. Indígena como “atraso para o desenvolvimento”: Uma vez que se pensa que o indígena não possui capacidade de pensar politicamente (DEMARCHI; MORAIS, 2015).

Todas essas ideias equivocadas ocorrem dos primórdios do processo de colonização, da relação que se estabeleceu entre colonizador (sujeito não índio) e colonizados (indígenas).

Formação profissional do indígena: possibilidades de inserção no mundo do trabalho

As primeiras políticas destinadas aos povos indígenas no Brasil são originárias do século XX, principalmente, com a criação do Serviço de Proteção ao Índio – SPI, no ano de 1910 que, a partir de 1967, passa a ser substituído pela atual Fundação Nacional do Índio - FUNAI (BERGAMASCHI; KURROSCHI, 2013).

A partir desse processo, abre-se um leque de possibilidades para se pensar no ensino superior como um direito: 1. Financiamento do Ministério da Educação, em cursos de licenciaturas interculturais, exclusivo para formação de professores; 2. Política de cotas; 3. Vagas suplementares em cursos regulares e convencionais; 4. Concessão bolsas de estudo; 5. Política de assistência estudantil; 6. Oferecimento de monitorias; 7. Criação de espaços de convivência e estudos indígenas; dentre outros (BERGAMASCHI; KURROSCHI, 2013; PAULA, 2013; SANTOS, 2016).

Apesar destas possibilidades, esses povos vêm encontrando inúmeras dificuldades, como: o preconceito que afirma que “lugar de índio é na floresta e não na escola”; as longas distâncias de suas terras ao ambiente de estudo; o “sacrifício de ficar longe dos parentes”; a dificuldade com a escrita em língua portuguesa e produções científicas; dificuldade com a oralização em português e a apresentação de trabalhos; adaptação, dentre outras (BERGAMASCHI; KURROSCHI, 2013; PAULA, 2013; SANTOS, 2016).

Assim, através da inserção do indígena na universidade e, conseqüentemente, no mundo do trabalho, será possibilitada a estes a imersão nas lutas e movimentos sociais em prol da afirmação étnica na sociedade contemporânea.

Resultados e Discussões

Inicialmente, foram encontrados 28 produções. Todavia, numa segunda análise, observando o período das publicações restaram 15 produções. Destas 1 foi descartada pelo trabalho não estar completo; 1 por focar a questão da língua materna e estrangeira; 6 por focarem na formação do professor indígena, ou seja como aluno. Assim, restaram 7 produções.

Observa-se, nos estudos analisados, que os indígenas retornam as suas localidades para dar aulas para seus povos (JORDÃO, 2014; SOUSA, 2013; SILVA, 2017; RODRIGUES, 2014; SOUZA, 2015; DIAS, 2015; BETTIOL, 2017). De acordo com Dias (2015), é importante que a primeira formação se dê na convivência com seu próprio povo, mas levando em consideração sua inter-historicidade.

É consenso entre os autores que este profissional atua, principalmente, nas séries iniciais, período que se faz imensamente necessário a inserção e ensino da língua materna aos alunos indígenas (JORDÃO, 2014; SOUSA, 2013; SILVA, 2017; RODRIGUES, 2014; SOUZA, 2015; DIAS, 2015; BETTIOL, 2017). Outro consenso é de que o professor indígena assume o papel de “mediador” entre indígenas e não indígenas (JORDÃO, 2014; SOUSA, 2013; SILVA, 2017; RODRIGUES, 2014; SOUZA, 2015; DIAS, 2015; BETTIOL, 2017).

São apontadas algumas dificuldades que alguns professores indígenas ou povos enfrentam: 1. Professores de gerações recentes que não falam fluentemente ou não sabem falar sua língua materna; 2. Não são considerados com formação específica para ministrar disciplinas como geografia, biologia, etc.; 3. As escolas e os professores indígenas estão sendo absorvidos num mesmo regime normativo da escola pública, desconsiderando os contextos socioculturais; 4. Os profissionais indígenas necessitam de formação específica, contemplando sua cultura, tradição e saberes; 5. Necessidade de concurso específico destinado à categoria (JORDÃO, 2014; SILVA, 2017; SOUZA, 2015; DIAS, 2015). Assim, o professor indígena tem se mostrado um militante das causas do seu povo, que continua a resistir, buscando reafirmar sua identidade étnica e, ao mesmo tempo, lutando pelos seus direitos e preservação de sua cultura, saberes e espaços.

Considerações finais

Foram encontradas poucas produções que apresentassem o indígena com um profissional e, mesmo assim, da primeira seleção de trabalhos, poucos apresentaram o indígena como um trabalhador no mundo contemporâneo.

Tal constatação faz emergir uma dúvida especificamente: “Porque um tema tão importante como esse possui pouquíssimos trabalhos acadêmicos a respeito?”, uma vez

que o Governo Federal tem ampliado a inserção e a permanência indígena nas universidades.

Desta forma, sugerem-se futuros estudos com essa temática; que se busquem pesquisas com o mesmo descritor, bem como outros descritores, abordando a área da saúde, direito, engenharias, dentre outras. Ampliando esta temática e explorando outras perspectivas do indígena e sua atuação. Outra sugestão é expandir esta pesquisa para outras bases de dados, com outros descritores, bem como fazê-los em outras línguas, como inglês e espanhol.

Referências

ALBERT, B. O ouro canibal e a queda do céu: uma crítica xamanixa da economia política da natureza (Yanomami) In: RAMOS, Alcida; ALBERT, Bruce. **Pacificando o branco: cosmologia do contato no norte amazônico**. São Paulo: Ed. Unesp, 2002.

BERGAMASCHI, M. A.; KURROSCHI, A. R. da S. Estudantes indígenas no ensino superior: O programa de acesso e permanência na UFRGS. **Políticas Educativas**. Porto Alegre, v. 6, n°. 2, p. 1-20, 2013.

BITTENCOURT, I. M.; BRUNSTEIN, J.; MARTINS, A. A.; DESIDÉRIO, P. H. M.; SOBRINHO, C. A. C. Revisão Sistemática da Literatura de Empreendedorismo Social e Desenvolvimento de Competências: uma análise dos últimos 10 anos. **25º Conferência ANPROTEC de Empreendedorismo e Ambiente de Inovação**. 19 a 23 de outubro de 2015. Cuiabá, 2015.

BETTIOL, C. A. **A formação de professores indígenas na universidade do estado do Amazonas: Avanços e desafios**. 233 folhas. 2017. Tese (Doutorado em Educação). Programa de Pós-Graduação em Educação da Faculdade de Ciências e Tecnologia - UNESP, SP, 2017.

CASTRO, E. V. de. Os Involuntários da Pátria: Elogio do subdesenvolvimento. **Caderno de Leituras/ Serie Intempestiva**. n°. 65. Edições Chao da Feira, 2017.

DEMARCHI, A.; MORAIS, O. Mais algumas ideias equivocadas sobre os índios ou o que não deve mais ser dito sobre eles. In: SILVA, Reijane Pinheiro da (Org.). **Povos Indígenas do Tocantins: Desafios contemporâneos**. Palmas: Nagô, 1ª ed., v. 1, p. 31-53, 2015.

DIAS, A. de L. L.. **Formação específica dos professores indígenas Krikati e a prática pedagógica bilíngue**. 114 folhas. 2015. Dissertação (Mestrado em Ensino). Programa de Pós-Graduação em Ensino - Centro Universitário UNIVATES. Lajeado, Rio Grande do Sul, 2015.

FREIRE, J. R. B.. Cinco ideias equivocadas sobre os índios. In: MONTEIRO, A. J. de J. (org.). **Educação, cultura e relações interétnicas/Ahyas Siss**. Amparo Villa Cupolillo. RJ: EDUR, 2009.

GALVÃO, T. F.; PEREIRA, M. G. Revisões sistemáticas da literatura: passos para sua elaboração. **Epidemiol. Serv. Saúde**, Brasília, v. 23, nº 1, p. 183-184, jan-mar, 2014.

GOMES, I. S.; CAMINHA, I. de O. **Guia para estudos de revisão sistemática: uma opção metodológica para as Ciências do Movimento Humano. Movimento**. Porto Alegre, v. 20, nº. 01, p. 395-411, jan/mar de 2014.

JORDÃO, E. L. P. Reflexões sobre o papel do professor indígena na educação escolar indígena e educação indígena. **Web revista de debates: Questões de linguísticas e linguagens**. Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul. 23º ed., p. 1-14, jun. 2014.

PAULA, L. R. de. O ensino superior indígena como política pública: elementos para a construção de um modelo metodológico de avaliação e comparação de experiências locais. **Rev. bras. Estud. pedagog.** (online), Brasília, v. 94, nº. 238, p. 795-810, set./dez. 2013.

RAMOS, A.; FARIA, P. M.; FARIA, Á.. Revisão sistemática de literatura: contributo para a inovação na investigação em Ciências da Educação. **Rev. Diálogo Educ.**, Curitiba, v. 14, nº. 41, p. 17-36, jan./abr. 2014.

RODRIGUES, L. de S. **XÍXÌHRA IKÓLÓÉHJ: A criança na perspectiva da formação de professores indígenas gavião**. 163 folhas. 2014. Dissertação (Mestrado em Educação). Programa de Pós-Graduação em Educação do Instituto de Ciências Humanas e Sociais - UFMT. MT, 2014.

SANTOS, A. V. dos. **Políticas Afirmativas no Ensino Superior: estudo etnográfico de experiências indígenas em universidades do Mato Grosso do Sul (Terena e Kaiowá-Guarani)**. 226 folhas, 2016. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social) Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas - Universidade de São Paulo. São Paulo, 2016.

SEGATO, R. Gênero e colonialidade: em busca de chaves de leituras e de um vocabulário estratégico descolonial. In: **E-cadernos Ces. Epistemologias feministas ao encontro da crítica radical**. 2012.

SILVA, M. A. T. da. **Saberes docentes construídos na prática pedagógica de professores da EJA indígena Potiguara na Baía da Traição - PB**. 171 folhas. 2013. Dissertação (Mestrado em Educação). Programa de Pós-Graduação em Educação - UFPB. Paraíba, 2017.

SOUSA, J. D. de. **Professores indígenas Maxakali e a prática em suas aldeias: Mudanças e entraves**. 117 folhas. 2013. Dissertação (Mestrado em Gestão e Avaliação da Educação Pública). Centro de Políticas Públicas e Avaliação da Educação - Universidade Federal de Juiz de Fora, 2013.

SOUZA, I. V. de. **Saberes Velados:** A prática educativa entre os professores indígenas Guarani no estado do Rio de Janeiro. 96 folhas. 2015. Dissertação (Mestrado em Educação). Programa de Pós Graduação em Educação, Cultura e Comunicação em Periferias Urbanas. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Duque de Caxias, RJ, 2015.

Identities culturais e comunicação nos cuidados com a saúde nos tratamentos de doenças com a utilização de plantas medicinais em comunidade isolada – estudo de caso aldeia Salto - Akwe Xerente – Tocantínia-TO

Martha Helena Rodrigues de Souza¹

Universidade Federal do Tocantins

Cleysson Richard Rodrigues de Souza²

Universidad Maria Serrana - Ciudad del Este - PY

Resumo

A discussão acerca da utilização de plantas para tratamento de doenças na aldeia com o povo indígena Xerente, trouxe a este estudo uma característica peculiar, que é a demonstração dos costumes, das crenças, das tradições e dos valores que geram a cultura do indígena na sociedade brasileira, exercendo o respeito a este povo marcado pela exclusão desde os tempos do descobrimento do Brasil. Considerando as mediações presentes nos processos comunicacionais na vida cotidiana a partir de ações articuladoras de novas práticas sociais e fomentadoras de novas atitudes e mentalidades sobre a sociedade. Salientando também, que os jovens indígenas querem respostas rápidas e os medicamentos alopáticos traz resultados imediatos e não tem de investir tempo em ir ao quintal, cerrado ou mata para colher e processar para depois tomar, ir à farmácia fica mais simples.

Palavras-chave: Comunicação; Comunidade isolada; Identidade Cultural.

Introdução

Este artigo não teve a aspiração de alterar a concepção radicada na sociedade de Tocantínia sobre a *utilização de plantas medicinais entre o povo indígena Xerente*, nem mesmo, de resolver todos os problemas de doenças da aldeia Salto, mas sim, levantar a discussão acerca da necessidade de que este povo tenha e mantenha os costumes, as crenças, as tradições e os valores resgatados dos anciões, como forma

¹ Administradora na universidade Federal do Tocantins, Professora voluntária da disciplina Jornalismo e Psicologia no curso de Jornalismo UFT, Professora Faculdade Serra do Carmo FASEC, e Doutoranda em Psicologia Social - Universidad John F Kennedy – UK Buenos Aires – AR. Email: marthahelena@uft.edu.br

² Farmacêutico pelo Instituto Tocantinense Professor Antônio Carlos – ITPAC. Habilitação em Bioquímica pela UNIGRARIO e Acadêmico de Medicina na Universidad Maria Serrana - Ciudad del Este - PY - Email: juniofarma@hotmail.com.

de ressuscitar e manter a sua cultura com ações articuladoras de práticas sociais por meio dos mais novos.

Há milhares de anos, tem-se o costume do uso de plantas medicinais, fundamental como recurso terapêutico empregado para tratar ou curar as pessoas e suas famílias de várias doenças. A capacidade de cura das plantas é tão antiga como o surgimento da espécie humana na terra. As primeiras culturas entenderam que algumas plantas continham, em seus interiores, princípios ativos os quais ao serem experimentados no combate às doenças despontaram empiricamente sua habilidade curativa.

Como o isolamento da morfina da *Papaver somniferum* em 1803 pelo farmacêutico Friedrich Wilhelm Adam Sertürner, marcou o início do processo de extração de princípios ativos de plantas. A partir de então, outras substâncias foram isoladas, como por exemplo, a quinina e a quinidina obtidas da *Cinchona* spp, em 1819, e a atropina da *Atropa belladonna*, em 1831, que passaram a ser utilizadas em substituição aos extratos vegetais (Schulz, Hänsel, Tyler, 2001; Tyler 1996 apud Turolla & Nascimento, 2006, p. 290).

A escolha do tema foi despertada pela observação da prática do uso das plantas medicinais entre as famílias Xerente, até os dias de hoje, mantido pelos poucos idosos existentes. Porém, seu uso popular incentivado de geração em geração e descrito nas diversas farmacopeias. O desenvolvimento da química orgânica tornou-se possível conseguir substâncias puras por meio de separação de princípios ativos de plantas, para o uso de medicamentos industrializados, apresentado no cotidiano das pessoas contemporâneas, por meio da mídia publicitária que assegurava tratar ou curar as mais diferentes enfermidades. Salientando que a cura é algo definitivo sem perder as suas características originais do corpo ou seja volta a ser como antes, enquanto o tratamento há melhoras, porém, terá perda das características originais.

Outro importante elemento que despertou para o desenvolvimento deste artigo, foi à capacidade de compreender a importância dos povos indígenas para a cultura do Tocantins, preservando a suas identidades culturais e o poder dos mais velhos sobre o mais novos, em especial Tocantinia, pois temos diversas aldeias indígenas no município que lutam pela retomada de suas culturas, pelos os seus ancestrais que muitos deles, já esquecidas ou enterradas com os seus familiares, em que não houve um

processo de priorização ou resgate dos costumes do uso das plantas medicinais para socorrê-los em suas necessidades de tratamento ou cura das doenças existentes.

Coleta de dados

A investigação descritiva exploratória e narrativa foi realizada nos meses de janeiro a junho de 2016, no município de Tocantínia, na região central do Tocantins, localizado a aproximadamente 87 Km ao norte de Palmas, que possui uma população estimada pelo IBGE em 2010 de 7.313 habitantes. De acordo com um senso feito pela Fundação Nacional da Saúde (Funasa) no ano de 2010, eram 3.017 indígenas vivendo em 31 aldeias. Hoje, ultrapassa a 60 aldeias com 3.707 habitantes indígenas, fonte da Secretaria Especial da Saúde Indígena - SESAI. A língua utilizada nas aldeias é um dialeto que pertence à família Jê. As principais fontes de renda são a agricultura e a pecuária.

A escolha pela pesquisa na aldeia Salto deveu-se ao fato da pesquisadora ser integrante do projeto Assessoria Técnica dos resíduos provenientes de projetos da Associação Indígena Akwe-Tocantínia-TO em parceria da Universidade Federal do Tocantins- UFT e o Ministério do Trabalho e Emprego – MTE. Tendo a oportunidade de conhecer os costumes e as experiências no contexto estudado, da aldeia Salto, quanto ao emprego das plantas medicinais, tanto da utilização das plantas como na busca das informações para combater as enfermidades existentes e as que surgiam. Seguido de quase duas décadas de vivência e experiência de trabalho em indústria e laboratório farmacêutico, na produção de medicamento alopático, juntamente com o farmacêutico por profissão e os experimento na universidade como aluno de medicina despertou para o desafio de identificar e descrever os cuidados que se devem ter com saúde nos tratamentos de doenças com a utilização de plantas medicinais em comunidade isolada.

Na busca de informações utilizamos de entrevista semiestruturada aplicada à anciã mais procurada pela aldeia Salto, tendo como critério de inclusão fazer uso das plantas medicinais e ensinar para os outros habitantes das aldeias vizinhas. A partir da inserção no projeto e das experiências conhecidas por meio da população na aldeia Salto, foram contatadas pessoas que utilizavam as plantas medicinais, que informaram sobre outras pessoas que também conheciam e/ou faziam uso. Foram realizados anotações de campo após cada entrevista, com o objetivo de promover a

análise dos dados. Os encontros para as entrevistas tiveram a duração média de 45 minutos, variando de 30 a 60 minutos, tendo sido realizada na residência da entrevistada.

Plantas medicinais e fitoterápicos

Conforme carvalho et al, o Brasil possui uma “farmacopeia popular” muito diversa, baseada em plantas medicinais, resultante de uma miscigenação cultural, envolvendo africanos, europeus e indígenas, e introdução de espécies exóticas, pelos colonizadores, imigrantes e escravos (MARTINS et al., 2003, apud Carvalho, Costa, & Carnellosi, 2010, p. 9).

Para aproveitamento desta vasta diversidade de plantas medicinais, no Brasil, foi criada a Política Nacional de Práticas Integrativas e Complementares (PNPIC) no Sistema Único de Saúde (SUS), sendo instituída pela Portaria do Ministério da Saúde (MS) nº 971, de 03 de maio de 2006. Com o objetivo de ampliar as opções terapêuticas aos usuários do SUS, com garantia de acesso a plantas medicinais, a fitoterápicos e a serviços relacionados à fitoterapia, com segurança, eficácia e qualidade, na perspectiva da integralidade da atenção à saúde (Saúde 2006) acesso em 04/07/2016 às 19h48min.

Dentro dos vários “Considerando” da normativa citada acima, encontramos: - “que a Fitoterapia é um recurso terapêutico caracterizado pelo uso de plantas medicinais em suas diferentes formas farmacêuticas e que tal abordagem incentiva o desenvolvimento comunitário, a solidariedade e a participação social” (idem).

De acordo com RESOLUÇÃO-RDC Nº - 14, DE 31 DE MARÇO DE 2010 - DOU Nº 63, 5 de abril de 2010, da Diretoria Colegiada da Agência Nacional de Vigilância Sanitária - ANVISA, os *fitoterápicos* - Art.1 §1º São considerados medicamentos fitoterápicos os obtidos com emprego exclusivo de matérias-primas ativas vegetais, cuja eficácia e segurança são validadas por meio de levantamentos etnofarmacológicos, de utilização, documentações tecnocientíficas ou evidências clínicas (Saúde, RESOLUÇÃO-RDC Nº14 2010). A mesma Resolução define *plantas medicinais* na Seção II Art.2º nos Item abaixo, como:

III - *derivado vegetal*: produto da extração da planta medicinal in natura ou da droga vegetal, podendo ocorrer na forma de extrato, tintura, alcoolatura, óleo fixo e volátil, cera, exsudato e outros;

V - *droga vegetal: planta medicinal*, ou suas partes, que contenham as substâncias, ou classes de substâncias, responsáveis pela ação terapêutica, após processos de coleta, estabilização, quando aplicável, e secagem, podendo estar na forma íntegra, rasurada, triturada ou pulverizada;

XII - *matéria-prima vegetal*: compreende a planta medicinal, a droga vegetal ou o derivado vegetal;

XVI - *planta medicinal*: espécie vegetal, cultivada ou não, utilizada com propósitos terapêuticos;

Resultados e discussão

A participante descreveu que o uso das plantas para combater os vários sintomas de doenças foi indicado por familiares (parentes), amigos, até médicos e pessoas acometidas pela doença que tiveram efeito positivo com a utilização e que os chás mais procurados, de acordo com a anciã da aldeia Salto, são aqueles utilizados principalmente para tratar de gripe, cólicas, dores no corpo, mal-estar e digestivos, a maioria destes não precisaram utilizar medicação alopática ou fitoterápica. Ela sempre refere que Deus abençoa sempre as suas garrafadas e chás.

Declaramos que, neste trabalho, são consideradas plantas medicinais as plantas secas in natura e aquelas colhidas frescas, as quais são usadas para o consumo das garrafadas, dos emplastos, dos sumos, dos chás ou das infusões caseiras, ficando desconsiderado, portanto, qualquer outro tipo de planta, como, por exemplo, o chá industrializado. Entre os objetivos deste trabalho, afirmamos que foi um grande desafio, entender a comunicação entre os próprios indígenas, de não valorizar as experiências vividas pelos mais velhos, mesmo conhecendo os resultados das plantas, certificamos, que os indígenas, mais jovens, que tem condições financeira opta muitas vezes por medicamentos alopáticos pela agilidade dos resultados;

Comparar o costume do uso das plantas medicinais, pelos indígenas com o uso descrito na literatura bibliográfica, muito nos surpreendeu, mesmo com a existência do analfabetismo não impediu que o conhecimento empírico existisse na vida da entrevistada e de muitos dos usuários das plantas medicinais interferisse na proposta e ou resultado da literatura bibliográfica sobre as mesmas plantas medicinais empregadas. Tivemos algumas plantas medicinais como o boldo, hortelã e a

embaúba, onde apresentaram as mesmas indicações, tanto na aplicabilidade entre o povo indígena Xerente na aldeia Salto como o uso descrito na literatura bibliográfica.

Considerações finais

Verificamos que a medicina popular em comunidade isoladas está baseada, na sua grande maioria, na utilização de plantas medicinais por estar enraizada na cultura das populações, fazerem parte da identidade cultural daquele povo. A utilização das plantas medicinais em séculos anteriores, eram mais latentes, por várias hipóteses: sua eficiência de tratamento; por serem mais eficazes; e ou porque não tinham outras opções de tratamento.

É importante destacar que o uso destas plantas, entre os Xerente, ocorre somente quando se sentem mal ou doentes, tanto para tratar problemas de saúde, como para curar algum distúrbio ou doença. Ressalta-se que há uma troca de conhecimentos entre as pessoas em relação ao uso de plantas medicinais, de modo idêntico aos encontrados em outros estudos referenciados sobre o assunto, pois a maioria afirmou indicar o uso destas plantas para vizinhos, amigos e familiares.

É unânime os resultados das observações quanto aos relatos de seus efeitos, porém, os jovens indígenas da aldeia Salto, não pensam mais assim em muitos casos, pois, tem o médico que atende na cidade vizinha, além do acesso fácil e rápido a medicamentos alopáticos com respostas imediatas. Entretanto, a própria entrevistada se preocupa em dizer: cuidado, muito cuidado com o que dizem “não fazem mal para a saúde porque são 100% natural”. A quantidade abusiva ou mesmo o uso da planta errada pode matar.

Entretanto, é essencial a efetivação de estudos delineados das plantas existentes no Brasil, com a finalidade de identificar seu formato de uso focando na obtenção de patente, o que beneficiaria o país, a população em geral e formaliza a cultura do povo indígena, que observamos ter pouco interesse pelos jovens indígenas. Eles adverte que o Brasil, deve tomar uma posição intensa de defesa ao seu patrimônio biológico diante da comunidade internacional para impedir sua extração e destruição. Há vários casos de países que procuram, descobrem e exploram espécies vegetais entre os grupos indígenas do Amazonas para a produção de medicamentos.

Há uma série de remédios e formulas que estão sendo pesquisados por universidades e centros de pesquisas brasileiros com a triste realidade de ignorar ou simplesmente não dar nenhuma referência aos costumes, às crenças, as tradições e os valores que originou ou geram a cultura do indígena existente na sociedade brasileira, deixando de exercer o devido respeito a este povo pelo seu uso e costume das plantas medicinais, por longos anos, para obtenção ou manutenção da saúde.

Referências

CARVALHO, Luciana Marques de, Jennifer Anne Martins da Costa, e Marcelo Augusto Gutierrez Carnellosi. **“Qualidade em plantas medicinais.” Documentos Qualidade em plantas medicinais.** Aracaju , Sergipe: Embrapa Tabuleiros Costeiros, 2010.

IBGE. **Censo demográfico** 2010. Disponível em: . Acesso em 30/04/2016 às 12h33min.

PINTO, Ângelo C. **Alguns aspectos da história da Aspirina®.** Instituto de Química, UFRJ. Disponível em < http://www.i-flora.iq.ufrj.br/hist_interessantes/aspirina.pdf > Disponível em: Acesso em 29 de junho de 2016 às 23h40min.

TUROLLA, Monica Silva dos Reis, e Elizabeth de Souza Nascimento. **“Informações toxicológicas de alguns fitoterápicos utilizados no Brasil.”** Revista Brasileira de Ciências Farmacêuticas (RBCF) 42, n. 2 abr./jun., 2006, p. 290.

Composto mercadológico usado na gestão empírica de uma pequena empresa

William Castro Morais¹

Aron Rodrigo Batista²

Universidade Federal do Tocantins

Resumo

Este artigo apresenta o composto de mercadológico, conhecido também como os 4 P's, utilizado pelo gestor de uma pequena empresa, localizada na cidade de Imperatriz - MA. O estudo aborda o comportamento da gestão para se diferenciar no mercado local, buscando conhecer seu público alvo e atender suas necessidades e expectativas, a partir do produto, preço, praça e promoção. A metodologia caracterizou-se como qualitativa, de caráter bibliográfico, com aplicação de entrevista. Os resultados obtidos mostraram que o gestor proprietário não possui fundamentação teórica na utilização do composto de marketing, mas de forma empírica consegue oferecer um produto diversificado e com qualidade, preço atrativo diante da concorrência, empresa com ótima localização e fácil acesso.

Palavras-chave: Composto Mercadológico; Satisfação do cliente; Marketing.

Introdução

Todos os dias diversas empresas fecham as portas pela falta de capital de giro, lucratividade baixa, dificuldades na gestão, competitividade, falta de planejamento e de experiência empresarial, despesas além do esperado, inadimplência, entre outros motivos. Porém, há outras se ampliando, multiplicando suas participações no mercado, inaugurando lojas e aproveitando as oportunidades de negócios.

Para manter um posicionamento fortalecido no mercado é importante a utilização do mix de marketing, também conhecido como composto de marketing ou chamado ainda de 4P's. Esse conjunto de ferramentas influencia o consumidor durante o processo de compra, sendo constituído pelo produto, preço, praça e promoção.

Para a realização deste estudo foi utilizada uma abordagem qualitativa com emprego de questionário e pesquisa bibliográfica. A entrevista, com 10 perguntas, foi realizada no dia 04 de setembro de 2018 com o gerente proprietário da empresa

¹ Mestre em Comunicação e Sociedade pela Universidade Federal do Maranhão. Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal do Maranhão - UFMA. E-mail: jorwilliamcastro@gmail.com

² Graduado em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda, MBA em Administração em Marketing. Mestre em Comunicação e Sociedade pela Universidade Federal do Tocantins. E-mail: aronrodrigo@gmail.com

analisada. As duas primeiras questões abordaram o conhecimento sobre o conceito de marketing e do mix de marketing, em seguida foram perguntas sobre o que significava cada P do composto de marketing, além de ser questionado sobre relacionamento com o cliente, projetos, atendimento e planejamento estratégico.

Conceitos de marketing

A maioria dos empreendedores quando decide abrir um negócio, geralmente, pensa apenas na criação da empresa, com abordagem no produto ou serviço prestado, na contratação de funcionários e captação de clientes. O marketing fica de lado e é lembrado principalmente quando os problemas começam a surgir e colocar todo o investimento em risco.

O marketing não é o mesmo que vender, pois sua participação numa empresa deve ser antes de mesmo de ter o produto a oferecer. É importante avaliar as necessidades dos clientes para poder melhorar o poder de atração do empreendimento.

Mas o que se vê na realidade brasileira é que o marketing é muitas vezes acionado na expectativa de criar desejos de consumo de certos produtos ou serviços inócuos ou que não atendem a nenhuma necessidade. Entende-se que o marketing não cria hábitos de consumo, mas estimula a compra de produtos ou serviços que satisfaça, uma necessidade latente. É uma analogia com a teoria da motivação; as pessoas não são motivadas. A motivação é um *drive*, uma força interior que reage positiva ou negativamente a um estímulo externo. Assim, uma campanha publicitária pode estimular o consumidor a comprar algo que ele, no íntimo ou no subconsciente, já desejava ou estava predisposto a tal? (COBRA, 1997, pág. 32).

Mix de marketing

Para atender a missão do negócio é importante seguir as ferramentas indicadas por E.J. Mc Carthy, *apud* Las Casas (2010), que considera válido fazer uma análise sobre as vendas e a participação no mercado. As variáveis do composto de marketing envolvem o produto, preço, praça e promoção, conhecidos como os “4P’s”, popularizado por Kotler. Esse mix de marketing pode influenciar nas decisões da empresa e auxilia no planejamento de ações para se posicionar e conquistar espaço na concorrência.

Para Cobra (2005, pág. 35), a “compreensão das ferramentas de marketing pode ajudar a neutralizar as forças ambientais, canalizando recursos e obtendo resultados financeiros e de posicionamento de mercado compensador”.

A análise do composto de marketing possibilita então melhorar as estratégias da empresa e funcionamento de seus processos diários, além de fortalecer o relacionamento com os clientes.

O uso dos 4Ps

No dia 23 de abril de 2004, foi inaugurada a loja de bolsas na cidade de Imperatriz -MA. Mesmo sem ter concluído o ensino fundamental, o empresário sempre teve um olhar visionário e buscou planejar suas ações para a abertura da empresa.

O marketing é o que eu faço no meu dia a dia, é fazer as pessoas pensarem na minha empresa quando precisarem comprar ou mesmo pensarem no segmento. Para a empresa se manter no mercado é importante inovar sempre e não se incomodar, achando que está boa e já chegou no patamar ideal. Daqui a sete anos seremos a maior loja de bolsas do Brasil, com 4.260m², e estamos planejando isso³.

Produto

Para Kotler e Armstrong (2003, pág. 204), os “produtos são mais do que bens tangíveis. Definidos amplamente, incluem bens físicos, serviços, eventos, pessoas, lugares, organizações, ideias ou um misto de todas essas entidades”. O produto é algo utilizado para satisfazer um desejo ou uma necessidade do cliente.

Qualidade, modelos, padronização e tipos fazem parte de alguns itens que caracterizam um produto. Na hora da compra, os consumidores observam os benefícios, a qualidade, marca, design e a embalagem. De acordo com o empresário da loja em análise, o produto é seu nome, sua marca, é o que faz a diferença no mercado. “Os nossos consumidores não são mais os mesmos de 40 anos atrás. Eles pesquisam,

³ Gerente proprietário da loja de bolsas. Entrevista concedida a William Castro Morais. Imperatriz, 4 setembro. 2018.

comparam e decidem qual o melhor levar pra casa. É importante ter um leque de produtos no segmento para oferecer ao cliente”⁴.

Preço

Quando se pensa em comprar algum produto ou solicitar um serviço os consumidores se atentam bastante ao quesito preço, item bem influenciado pela concorrência e que cada cliente pode enxergar com seu grau de importância diferenciado. Reduzir ou manter o preço vai depender de como o produto está inserido na sociedade e de como o cliente analisa o seu valor.

Alternativamente, algumas empresas praticam a definição de preço baseada em valor (ou baseada no consumidor). Elas estimam o valor máximo que o cliente pagaria pelo produto ou serviço. Não cobram esse valor, pois o comprador poderia resistir à compra, mas um pouco menos – o preço de valor – para deixar o cliente com uma ‘vantagem de consumidor’ (KOTLER, 1999, pág. 130).

Na entrevista, indagado sobre o que significa o preço, o gerente proprietário destacou que não existe produto caro, se tem qualidade e o cliente está em busca dele. Mas, é preciso ter um preço acessível e uma forma do cliente adquirir esse produto. Segundo ele, a classe C e D é a que mais compra.

Antigamente uma pessoa humilde que ganhava apenas um salário mínimo não tinha condições de comprar uma bolsa de marca em nenhuma loja de Imperatriz, pois o valor era acima do que ela podia comprar. Eu consegui mudar a mentalidade dos empresários, de conseguir vender um produto de qualidade e preço justo⁵.

Praça

Quando o consumidor já sabe o que comprar e o que vai pagar pelo produto, o terceiro “P” aparece para influenciar nessa decisão. Conhecido por ser a “praça”, sendo o ponto-de-venda ou canal de distribuição, é importante que o local esteja acessível ao

⁴ Gerente proprietário da loja de bolsas. Entrevista concedida a William Castro Morais. Imperatriz, 4 jul. 2016.

⁵ Gerente proprietário da loja de bolsas. Entrevista concedida a William Castro Morais. Imperatriz, 4 setembro. 2018.

cliente, onde o mesmo possa comprar o produto na hora que desejar, com comodidade e acessibilidade.

O nosso produto agora está pronto para o mercado. O passo seguinte, dentro do processo de marketing, é determinar quais os métodos e caminhos a serem usados, a fim de levar o produto até os compradores. Isso envolve estabelecer-se estratégias de distribuição, inclusive selecionar canais de escoamento e organizar a distribuição e o manuseio propriamente ditos. Antes de mais nada, porém, devemos nos certificar de que a direção da empresa entende alguma coisa dos conceitos subjacentes ao sistema de distribuição comercial (STANTON, 1980, pág. 419).

A escolha do local onde seria instalada a empresa de bolsas foi estratégico. No “coração de Imperatriz”, como define o proprietário, a loja foi inaugurada em um quarteirão que não tinha movimento nenhum, mas era perto no centro comercial da cidade e ele precisava atrair o cliente para seu produto. Em entrevista ele afirma que empresa não começou com planejamento e tinha tudo para dar errado, mas com visão que muitos não tinham ainda, o local escolhido foi um dos passos mais importantes ao longo de sua trajetória.

Promoção

Para atender a satisfação do cliente em busca de sua fidelização é importante ainda o último “P”, que denomina a promoção e envolve a propaganda, a promoção de vendas, relações públicas e merchandising.

A divulgação do produto, de uma marca ou do nome de uma empresa representa uma indispensável estratégia diante do mercado competitivo. A promoção envolve então todas as formas como a empresa comunica-se com seus consumidores.

Promover implica fomentar, ser a causa, dar impulso, fazer avançar, provocar, diligenciar, desenvolver, originar, favorecer, etc. Não implica propriamente vender, mas diligenciar, esforçar, empenhar-se através de qualquer ideia ou ação para que isso aconteça (FERRACCIÙ, 1997, pág. 9).

Com essa visão, o empresário local acreditou que a propaganda seria sua aliada para fazer com que as pessoas conhecessem sua loja. O investimento começou com a venda de ingressos para a tradicional exposição agropecuária de Imperatriz – Expoimp. O proprietário colocou a loja como um principal ponto de vendas dos ingressos e assim

as pessoas iam conhecer a empresa, mesmo sem a intenção de comprar alguma bolsa ou malas.

A estratégia funcionou e poucos dias depois as vendas aumentaram consideravelmente. Logo, a promoção envolve quem vende e quem compra algo e não se limita apenas na divulgação de um produto ou serviço. A promoção concretiza a compra e satisfaz o cliente, gerando assim lucro para a empresa. Este último “P” engloba diversas ações de marketing compostos de mídias impressas, uso da internet, mala direta, participação em eventos, menções em programas de TV ou rádio, entre outros.

Metodologia

Quanto aos procedimentos metodológicos, a presente pesquisa configura-se de natureza qualitativa, com abordagem bibliográfica e utilização de entrevista não estruturada, do tipo focalizada. Com o tema bem específico, é permitido falar livremente sobre o assunto, sem perder o foco, com o objetivo de explorar experiências em condições reais.

Para coletar os dados deste estudo foram realizadas perguntas abertas em que o entrevistador teve liberdade para entender o contexto analisado, dá esclarecimentos, não seguindo uma estrutura rigorosa e assim desenvolver e aprofundar os pontos abordados.

O registro da entrevista foi realizado mediante anotações por parte do entrevistador e, principalmente, com o auxílio de gravador.

O pesquisador deve entrar em contato com o informante e estabelecer, desde o primeiro momento, uma conversação amistosa, explicando a finalidade da pesquisa, seu objeto, relevância e ressaltar a necessidade de sua colaboração. É importante obter e manter a confiança do entrevistado, assegurando-lhe o caráter confidencial de suas informações. Criar um ambiente que estimule e que leve o entrevistado a ficar à vontade e a falar espontânea e naturalmente, sem tolhimento de qualquer ordem. A conversa deve ser mantida numa atmosfera de cordialidade e de amizade (rapport) (LAKATOS, 2010)

Conclusão

As estratégias para se diferenciar da concorrência são diversas e cada empresa busca ter um posicionamento para vender mais e conquistar clientes. A empresa analisada busca notoriedade diante do comércio a partir do produto, preço, praça e

promoção. A visão do proprietário de sempre buscar informação para manter a loja na mente das pessoas é seu principal instrumento de diferenciação, tentando sempre atender as expectativas do consumidor.

Neste estudo foi possível perceber a importância de melhorar o planejamento para executar diversas atividades em prol do composto de marketing. O gestor está atento às necessidades dos clientes para alcançar todas as demandas dos consumidores e assim satisfazer e fidelizar os clientes mais exigentes.

Essa pesquisa demonstrou a utilização dos 4 P's na visão empírica do gestor da empresa, assim como entender sua percepção frente ao composto de marketing, bem como identificar informações preliminares sobre o funcionamento da loja de bolsas na cidade. O empresário deixou claro em entrevista que não conhecia o mix de marketing, mas seu entendimento prático do uso do preço, produto, praça e promoção mostram sua persistência em buscar informação para melhorar ainda mais seu negócio. Sem acompanhar nenhuma teoria acadêmica, ele administra sua empresa e planeja transformá-la na maior loja de bolsas do país dentro de alguns anos.

Referências bibliográficas

COBRA, Marcos. **Administração de Marketing no Brasil**. São Paulo: Cobra Editora e Marketing, 2005.

FERRACCIÙ. João De Simoni Soderini. **Promoção de Vendas**. São Paulo: Makron Books, 1997.

KOTLER, Philip. **Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados**. São Paulo: Futura, 1999.

_____; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. Tradução Arlete Simille Marques, Sabrina Cairo; revisão técnica Dilson Gabriel dos Santos, Francisco J.S.M. Alvarez. 9.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de Marketing: conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira**. 1. ed. 4. reimpr. São Paulo: Atlas, 2010.

STANTON, William John. **Fundamentos de Marketing**. Tradução de Fausto R. Nickelsen Pellegrini. São Paulo: Pioneira, 1980.

As digitais da cultura percebidas na comunicação: um estudo organizacional na Reitoria do IFTO

Luciana Theodoro¹
Marina Haizenreder Ertzogue²
Francisco Gilson Rebouças Porto Júnior³
Universidade Federal do Tocantins

Resumo

A partir da ideia de que a comunicação é influenciada pela cultura de uma organização, o presente trabalho apresenta os primeiros passos de uma pesquisa que tem o objetivo de entender como se dá esse processo na realidade da Reitoria do Instituto Federal do Tocantins (IFTO). Por meio de um mapeamento dos fluxos comunicacionais e seus conteúdos, da análise do Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) do IFTO 2015-2019, de entrevistas com gestores e aplicação de questionário junto a servidores, a pesquisa trará uma análise dos resultados sob o ponto de vista do pensamento complexo de Edgar Morin aplicado à comunicação organizacional, teoria defendida pelo pesquisador brasileiro Rudimar Baldissera.

Palavras-chave: Cultura organizacional; Comunicação organizacional; IFTO.

Introdução

Quando analisamos o tempo destinado ao labor em nossa sociedade, podemos imaginar a abrangência do trabalho na vida das pessoas. Além de estar em contato permanente com o seu local de trabalho, o indivíduo também participa, de diversos modos, de outras organizações no dia-a-dia.

De acordo com Enriquez (1997), a organização é um sistema cultural, simbólico e imaginário. Em relação à primeira característica, o autor destaca três aspectos e, em um deles, traz uma definição do que seria a cultura organizacional: “A organização

¹Graduada em Jornalismo, especialista em Comunicação Educacional e Empresarial e mestranda em Comunicação e Sociedade pela UFT. E-mail: lucianasantal@gmail.com.

² Doutora em História Social pela Universidade de São Paulo. Mestre em História pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Graduada em História pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Atualmente é professora no curso de História na Universidade Federal do Tocantins (UFT). Docente do Programa de Pós-graduação em Ciências do Ambiente (CIAMB) Mestrado e Doutorado. Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade (Mestrado) - UFT. E-mail: marina@uft.edu.br.

³ Pós-doutor em Educação (Universidade de Cádiz, UCA, Espanha), em Comunicação (FAC-UnB) e Ciências Sociais Aplicadas: Comunicação (UNESP). Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (UFBA), Mestre em Educação pela Faculdade de Educação (UnB) e graduado em Comunicação Social/Jornalismo, Pedagogia e História. Cumpre estágio pós-doutoral/professor visitante no Centro de Estudos Interdisciplinares do Século XX da Universidade de Coimbra (CEIS20/UC, Portugal). E-mail: gilsonportouft@gmail.com.

oferece uma cultura, quer dizer, uma estrutura de valores e normas, uma maneira de pensar, um modo de apreensão do mundo que orientam a conduta de seus diversos autores.” (p. 33).

Em seguida, afirma que a organização projeta uma espécie de forma estrutural que se fundamenta em uma cultura com o objetivo de definir os papéis a se cumprir para a construção de um trabalho coletivo. E, para concluir sua explanação, diz que a organização “desenvolve um processo de formação e socialização dos diferentes atores a fim de que cada qual possa se definir em relação ao ideal proposto”. (p.33).

Em Curvello (2014), consta a informação de que, desde a década de 80, os estudos de cultura organizacional “ganham corpo e legitimidade em vários campos, a partir da Antropologia, da Sociologia e da Psicologia, e se consolidam como suporte a pesquisas na área de comunicação, mais especificamente no campo da comunicação organizacional” (p.253).

De acordo com Freitas (2013), não há um consenso universal sobre o que seja cultura, em seu sentido antropológico. No entanto, quando se trata do conceito de cultura no âmbito organizacional, são duas as principais vertentes de estudo: a abordagem interpretativista, também conhecida como simbólica ou cognitiva, e a abordagem funcionalista.

Freitas (2006) também defende que, ao se entender organização como um produto da história e do tempo da sociedade, a organização está inserida na realidade social e se torna um ambiente propício para o desenvolvimento de sistemas culturais próprios, o que levaria ao que se chama de cultura organizacional.

A pesquisadora Maria Tereza Fleury (2009), após diálogo com autores de diversos enfoques teóricos e a partir de suas experiências de pesquisa na área de cultura organizacional, desenvolveu uma proposta metodológica para desvendar a cultura de uma organização, baseada em cinco elementos: o histórico da organização, o processo de socialização de novos membros, as políticas de recursos humanos, o processo de comunicação e a organização do processo de trabalho.

Para ela, a comunicação é importante instrumento no processo de criação, transmissão e cristalização do universo simbólico de uma organização. E, uma das formas de se apreender esse universo simbólico, é realizar “o mapeamento do sistema de comunicações, sistema este pensado tanto como meios, instrumentos, veículos, como

a relação entre quem se comunica” (p.24). Esse processo permite conhecer as relações entre categorias, grupos e área da organização.

No que tange às técnicas de investigação, ela afirma que é mais comum o uso de método qualitativo para se estudar a cultura de uma organização. No entanto, apresenta a proposta de Jack Duncan de usar a triangulação a partir de: observação do pesquisador feita por elementos da própria organização; análise de documentos; entrevistas e questionários.

Diante da relação entre cultura e comunicação nas organizações apresentada até aqui, vislumbrou-se a ideia de pesquisar, em uma organização com fins educacionais, as marcas da cultura dessa organização nos processos comunicacionais. O Instituto Federal do Tocantins (IFTO) foi o local escolhido para o desenvolvimento da pesquisa.

Procedimentos metodológicos

A proposta deste estudo é analisar como é possível identificar traços da cultura organizacional na comunicação realizada na Reitoria do IFTO. Essa análise será realizada para cumprir dois objetivos gerais: conhecer a área de comunicação organizacional em instituições de ensino superior e as teorias da cultura organizacional e compreender a relação entre a comunicação no IFTO e sua cultura organizacional. A partir disso, foram elencados quatro objetivos específicos: reunir material bibliográfico sobre a conceituação das duas áreas que proporcione embasamento teórico à pesquisa; construir uma trajetória histórica da Comunicação Organizacional em instituições de ensino a partir de estudos anteriores; descrever (interpretar), por meio de um mapeamento, a comunicação presente na Reitoria do IFTO; analisar a presença da cultura organizacional do IFTO nos produtos encontrados a partir do mapeamento.

Para atingir os objetivos especificados anteriormente, definiu-se que o método a ser utilizado é o Estudo de Caso, definido por Yin (*apud* Duarte, 2014) como uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, quando a fronteira entre o fenômeno e o contexto não é claramente evidente e onde as múltiplas fontes de evidência são utilizadas. Segundo o autor, o método serve para responder questões do tipo “como” e “por quê” por meio do uso de técnicas variadas de coleta das informações (observações, entrevistas, documentos). Dessa forma, o método escolhido pode atender à demanda de responder ao problema de

pesquisa definido para este trabalho: “como é possível identificar traços da cultura organizacional na comunicação realizada na Reitoria do IFTO”.

Neste estudo, recorreremos à utilização das técnicas de análise de conteúdo nas entrevistas com os gestores da instituição. Para a análise de conteúdo, serão realizadas três fases cronológicas, enumeradas por Wilson da Fonseca Júnior (2014), que se baseou na proposta da pesquisadora francesa Laurence Bardin: (1) **Pré-análise**: consiste no planejamento do trabalho a ser elaborado, procurando sistematizar as ideias iniciais com o desenvolvimento de operações sucessivas, contempladas num plano de análise; (2) **Exploração do material**: refere-se à análise propriamente dita, envolvendo operações de codificação em função de regras previamente formuladas. Se a pré-análise for bem-sucedida, esta fase não é nada mais do que a administração sistemática das decisões tomadas anteriormente; (3) **Tratamento dos resultados obtidos e interpretação**: os resultados brutos são tratados de maneira a serem significativos e válidos.

Outro aspecto importante levantado pelo autor é a utilização desse método em parceria com outras técnicas de investigação. Por isso, os procedimentos metodológicos do presente estudo terão como base o estudo de caso aliado às técnicas de pesquisa documental, entrevista semi-aberta e análise de conteúdo.

Orientação teórica para discussão de resultados

Após compilação de todo o material coletado nos procedimentos metodológicos já apontados, serão trazidas à discussão as ideias defendidas pelo pesquisador brasileiro Rudimar Baldissera, que, entre outras coisas, estuda o Paradigma da Complexidade de Edgar Morin aplicado à comunicação organizacional.

De acordo com Baldissera (2007), para se compreender e explicar o mundo e seus fenômenos, há uma tendência de se fazer isso de modo simplificado. No entanto, diante de uma realidade cada vez mais complexa, as leis e fórmulas simples têm se mostrado insuficientes. O autor considera que essa realidade complexa seria formada por um emaranhado de ações, interações, retroações, inter-relações e desordem. Ele defende que a comunicação organizacional também deve ser pensada sob a perspectiva da complexidade:

é preciso complexificar o olhar para melhor compreender e explicar a realidade, assim como é necessário questionar e agir para superar a

tendência à simplificação. Da mesma forma, pode-se dizer que também as noções de Comunicação e Relações Públicas precisam ser pensadas sob a perspectiva da complexidade. Por serem complexas, o estudo dessas noções exige cuidado para que o desejo da simplificação não sobressaia em detrimento da multiplicidade de elementos articulados em suas materializações (BALDISSERA, 2007, p.2)

O autor explica que Edgar Morin desenvolveu, a partir de diálogos com as ideias de outros estudiosos, o Paradigma da Complexidade, com o objetivo de oferecer uma reforma do pensamento capaz de fazer o conhecimento avançar sem a exclusão do heterogêneo, do desordenado, do imprevisto e do não-lógico.

O que é a complexidade? A um primeiro olhar, a complexidade é um tecido (complexus: o que é tecido junto) de constituintes heterogêneas inseparavelmente associadas: ela coloca o paradoxo do uno e do múltiplo. Num segundo momento, a complexidade é efetivamente o tecido de acontecimentos, ações, interações, retroações, determinações, acasos, que constituem nosso mundo fenomênico (MORIN, p.13, 2011).

Como estudioso das Relações Públicas, Baldissera (2007, p. 13-14) aponta algumas características da área que podem se relacionar com o Paradigma da Complexidade:

- viabiliza a permanente tensão estabilidade / instabilidade; organização / desorganização / transformação; rotina / inovação; evolução / manutenção / retrocesso;
- age para conhecer a construção cognitiva dos públicos, seus desejos, valores, regras e padrões, e também as convenções, a filosofia, as opções e as políticas da entidade;
- e consiste na filosofia de relacionamento (a opção por ser ou não uma entidade comprometida) e na própria teia de relações que se materializam na cotidianidade.

As hipóteses da pesquisa

A partir dos objetivos específicos pretendidos com a pesquisa apresentada aqui, foram levantadas três hipóteses que poderão ser confirmadas ou negadas na discussão dos resultados:

H1 - Como os estudiosos que são referência na área têm o foco nas empresas privadas, verifica-se a necessidade de se fazer um levantamento teórico a partir de artigos científicos, dissertações e teses sobre o tema relacionados à esfera pública, mais especificamente no segmento educacional federal.

H2 - O levantamento das características da cultura organizacional do IFTO pode suscitar discussões sobre a influência dessa cultura no trabalho da comunicação.

H3 - Pelo pouco tempo de existência da área de comunicação de forma padronizada no IFTO, é possível que o trabalho da comunicação não esteja coadunado com a cultura organizacional.

Como ainda se apresenta em estágio inicial, é possível que vários aspectos sejam alterados para que o trabalho desenvolvido alcance os resultados pretendidos. A motivação, no entanto, será preservada, pois o que se espera ao final da pesquisa é ter contribuído para a busca de conhecimentos que fortaleçam a área da comunicação organizacional, onde muitos jornalistas profissionais encontram seu campo de atuação.

Referências bibliográficas

BALDISSERA, Rudimar. *Reflexões sobre comunicação, relações públicas e complexidade*. Anais Abrapcorp 2007. Disponível em:
http://www.abrapcorp.org.br/anais2007/trabalhos/relacao_gt2.htm

CURVELLO, João José Azevedo. *O desvendar das culturas organizacionais*. In: DUARTE, Jorge. BARROS, Antônio. (org.) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2ª ed. 7ª reimpr. São Paulo: Atlas, 2014. cap. 16, p. 253-268.

DUARTE, Marcia Yukiko Matsuuchi. *Comunicação e cidadania*. In: DUARTE, Jorge. BARROS, Antônio. (org.) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2ª ed. 7ª reimpr. São Paulo: Atlas, 2014. cap. 14, p. 215-235.

ENRIQUÉZ, Eugene. **A organização em análise**. Petrópolis: Vozes, 1997.

FONSECA JÚNIOR. Wilson Corrêa da. *Análise de conteúdo*. In: DUARTE, Jorge. BARROS, Antônio. (org.) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2ª ed. 7ª reimpr. São Paulo: Atlas, 2014. cap. 18, p. 280-204.

FLEURY, Maria Teresa Leme. *et al.* **Cultura e poder nas organizações**. 2ª ed. 13ª reimpr. São Paulo: Atlas, 2009.

FREITAS, Maria Ester de. **Cultura organizacional: evolução e crítica**. São Paulo, SP: Cengage Learning, 2013.

GASKELL, George. *Entrevistas individuais e grupais*. In: BAUER, Martin W.
GASKELL, George. (editores) **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som : um manual prático**; tradução de Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis: Vozes, 2002. cap. 3, p. 64-89.

MORIN, Edgar. **Introdução ao Pensamento Complexo**. trad. Eliane Lisboa. 4ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

Intersecções entre a Gamificação e a Comunicação

Aron Rodrigo Batista¹
Universidade Federal do Tocantins

Resumo

A Gamificação tem sido um tema popular nos dias de hoje. Contudo, mais do que falar sobre esse fenômeno é preciso compreender em que medida ele está presente no campo da Comunicação. Além disso, é necessário refletir como isso contribui para o fortalecimento e inovação na relação entre o consumidor e a marca. Se o comportamento do indivíduo tem se modificado ao longo do tempo, sem dúvida, é preciso traçar estratégias consonantes a um novo perfil de consumidor que interage com a tecnologia de forma natural. Nesse ensaio teórico apresentamos, então, esse termo e buscamos desvendar como ele tem criado meios de atrair a atenção do indivíduo e de engajá-lo considerando o perfil atual do consumidor.

Palavras-chave: Gamificação; Interação; Comunicação.

O que é Gamificação

O avanço da tecnologia traz mudanças substanciais em nosso cotidiano, alterando nossa forma de pensar e agir. A internet proporciona alterações semelhantes, ao modificar nossas formas de relacionamento, interação social e profissional. Dentro desse cenário surgem novas tendências e conceitos aplicáveis nas mais diversas áreas. A Gamificação, por exemplo, é um desses termos que pode ter viés significativo em áreas como educação, informática, comunicação e marketing. Desse modo é preciso conhecer um pouco mais sobre este conceito, para compreender seu papel nesta pesquisa.

O fenômeno da Gamificação, é um conceito que surge em estudos sobre jogos e sua interação entre o indivíduo e os dispositivos tecnológicos para este fim. Tal campo de estudo, porém, tem ultrapassado, cada vez mais, suas fronteiras e vem sendo aplicado em outras áreas.

Para interagir de forma adequada com os jogos, os indivíduos precisam compreender diferentes perspectivas desse universo. Aarseth (2011) enumera três dimensões que caracterizam todos os jogos em ambientes virtuais. São eles:

Jogabilidade (as ações, estratégias e motivos dos jogadores);

Estrutura do jogo (as regras do jogo, incluindo as regras de simulação);

¹ Graduado em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda, MBA em Administração em Marketing. Mestre em Comunicação e Sociedade pela Universidade Federal do Tocantins. E-mail: aronrodrigo@gmail.com

Cenário do jogo (conteúdo ficcional, concepção topológica da estrutura do jogo, texturas, etc.).

Segundo Santaella (2013, p.131), o conceito associado à Gamificação “é que tudo pode virar um jogo e seu ambiente pode ser uma sala de aula ou uma sala de treinamento de uma multinacional, a mesa do presidente de um banco ou mesmo um restaurante cadastrado no serviço on-line Foursquare”.

Para Alves (2014, p.102), o termo Gamificação “se constitui no processo de levaras características presentes no jogo para a busca de solucionar problemas, em diferentes situações, principalmente as que envolvem e seduzem o sujeito para consumir novos produtos”. Já Busarello *et al.* (2014, p.15) afirmam que a Gamificação está baseada “na ação de se pensar como em um jogo, utilizando as sistemáticas e mecânicas do ato de jogar em um contexto fora de jogo.”

Em resumo, a Gamificação consiste em aplicar o pensamento, as etapas, os processos e demais elementos envolvidos nos jogos em busca de envolver o usuário e auxiliar ainda na resolução de problemas, tornando esses outros contextos (educação, marketing, informática etc.) mais atrativos.

Werbach e Hunter (2012 *apud* QUADROS, 2016, p.43) destacam alguns dos elementos importados dos jogos pela Gamificação. São eles:

- dinâmica: está relacionada às “restrições, emoções, narrativa, progressão e relacionamentos”;
- mecânica: ligado aos desafios, “às competições, à cooperação, aos comentários, à conquista de pontos, às recompensas, à interatividade entre jogadores, fases e etapas do jogo e o status de ganhador;
- componentes: referente às “conquistas, avatares, medalhas, embate, desbloqueio de conteúdo, níveis, missões”.

Werbach (2012), por sua vez, em trabalho posterior, expõe três partes importantes da Gamificação. São elas: i) elementos de game (conceituação do que se entende por game, interface visual, linguagem utilizada, etapas, desafios etc.); ii) as técnicas do game design (a forma como estão estruturados e como são encarados os desafios); e iii) contexto de não-jogo, quando, além do divertimento, utiliza-se o jogo para atingir o objetivo de uma empresa ou para aprender algo novo, por exemplo.

Por outro lado, “o sucesso da Gamificação nas empresas atuais, cujo foco sejam os consumidores ou os próprios funcionários da empresa, estará diretamente relacionado à sua capacidade de envolver os públicos em um contexto de liberdade e, acima de tudo, de diversão” (PEÑA E NATAL, 2014, p. 1). À vista disso, conseguir “que uma marca seja efetivamente lembrada pelo consumidor sem que para isso seja necessário adotar práticas invasivas” (JANNER *et al.*, 2016, p.85) é um desafio da atualidade para os profissionais do marketing e da comunicação.

Os autores completam que, além de criar e disponibilizar um jogo, “as marcas querem que os seus clientes se engajem com a dinâmica do jogo e as histórias que estão contando, que sigam jogando e, além disso, que convidem mais pessoas para ter contato com o jogo” (JANNER *et al.*, p.85).

Nessa perspectiva, a Gamificação é elemento indispensável para uma experiência positiva entre consumidor e marca. Por isso refletir sobre a relação Gamificação e o marketing é tão necessário nos dias de hoje.

A Gamificação no contexto da Comunicação

Campo de estudo complexo, a comunicação tem vivido um novo período de transformação, dada à revolução digital que estamos vivenciando. Tal cenário ajuda a ilustrar o caráter híbrido desse termo, no qual, segundo Santaella (2001), temos dois lados: de um, a comunicação enquanto fenômeno em si, se faz presente e interfere em vários setores da vida privada e social e em várias áreas do conhecimento; de outro, a comunicação como área de conhecimento, se situa e se expande em várias disciplinas e ciências já consensuais e em outras emergentes. Desse modo:

[...] todas as tecnologias de vanguarda, das biotecnologias à inteligência artificial, do audiovisual ao marketing e à publicidade, enraizam-se num princípio único: a comunicação. Comunicação entre o homem e a natureza (biotecnologia), entre os homens na sociedade (audiovisual e publicidade), entre o homem e seu duplo (a inteligência artificial); comunicação que enaltece o convívio, a proximidade ou mesmo a relação de amizade (*friendship*) com o computador (SFEZ, 1994, p.21).

Em meio a essas mudanças, Santaella (2001) apresenta-nos um cenário inquietante. Nele, os computadores e as redes de comunicação passam por uma

evolução acelerada que tem como catalisador o processo de digitalização, a compressão dos dados, a multimídia e a hipermídia. A internet, por sua vez, expande-se espontaneamente, de forma desregrada e rápida. Este fenômeno torna-se mais complexo com a recente imigração massiva do e-comércio para o universo virtual. “Nesse mesmo ambiente, nos setores técnicos e científicos, emergem tendências inquietantes, tais como a realidade virtual e a vida artificial” (SANTAELLA, 2001, p. 4).

Junto ao advento tecnológico tão crescente, alguns termos surgem para explicar as transformações em nosso modo de agir e pensar em sociedade. Para tratar da Gamificação, portanto, é preciso considerar que estamos falando de interação, ou seja, sobre o comportamento e a forma de comunicação das pessoas diante de determinado conteúdo. A interatividade, por conseguinte, está cada vez mais presente, na medida em que o usuário da rede virtual busca uma participação mais ativa.

Se o comportamento do indivíduo se altera, é preciso o investimento em estratégias consonantes a esse perfil. Há uma tendência, então, a investir-se em produtos e aplicações que convidem o usuário à interação. “A este caberia o desafio de remodelar, ressignificar e transformar o produto com o qual estivesse interagindo, de acordo com sua imaginação, necessidade ou desejo - obviamente, dentro dos limites técnicos dos suportes” (ALVES, 2013, p.2).

Para além desse termo, Jenkins (2008) apresenta o conceito de cultura participativa, segundo a qual rompe-se a relação dicotômica entre consumidores e produtores, tendo em vista que o usuário passa a ter a possibilidade de atuar como produtor de conteúdo. Nesse sentido, cada vez mais, os usuários buscam não apenas a imersão em um jogo, por exemplo, mas também a participação em sua produção. Desta maneira, fazer parte do processo de descoberta de desafios e meios de vencê-los motiva ainda mais a participação do consumidor, que ao mesmo tempo, pode conhecer uma marca.

As transformações, que estamos vivenciando com a expansão tecnológica em ritmo acelerado, têm alterado ainda a relação entre tempo e espaço. Para Santaella (2011), a comunicação hoje retirou alguns pontos fixos, já que agora é possível a combinação entre enormes distâncias e a imediaticidade do tempo, reconfigurando a ideia de um eu fixado no tempo e no espaço (SANTAELLA, 2011).

Segundo Jesus (2013), a comunicação, na contemporaneidade, permitiu recolocar o “receptor do circuito de massa diante de ferramentas interativas e dialógicas reposicionando suas formas de ação e atividade para uma interação direta e formas de publicação de conteúdo (imagem, som e texto) gratuitas e muito fáceis de usar” (JESUS, 2013, p.111).

Para Igarza (2008, p.36-37), os indivíduos que utilizam os meios de comunicação digital vivenciam um modelo comunicativo com algumas características essenciais. São elas:

1. integração de tecnologias: que geram formas híbridas de expressão, como, por exemplo, o celular com internet e câmera;
2. interatividade: que permite aos usuários influenciarem diretamente suas experiências nos meios de comunicação e entre outros usuários;
3. hipermidialidade: que é a criação de uma trama de interconexões entre vários componentes segundo a vontade de cada usuário;
4. imersão: que gera a possibilidade de navegação em diferentes tipos de interfaces.

Assim, o processo de comunicação se altera, modificando a forma como nos relacionamos com os outros e também com o mundo. Do mesmo modo, as novas possibilidades que a internet proporciona para nos comunicarmos e interagirmos abre espaço para a busca de estratégias distintas no meio comercial.

Considerando-se a relação games e comunicação, Max (2011) destaca que:

O entretenimento é um dos formatos que a comunicação adotou como forma de transmitir mensagens, um formato muitas vezes tido como sem valor ou função, mas que provou socialmente ser uma das formas de manutenção da condição humana. O game está nesse momento tentando ultrapassar a sua condição inicial de entretenimento para emprestar a comunicação sua experiência de interação (MAX, 2011, p.290).

A Gamificação, por sua vez, contribui ao possibilitar uma nova forma de interação entre o consumidor, as marcas e os produtos. Ela cria meios de captar a atenção do usuário, estimular seu engajamento, expandir o compartilhamento e ainda a geração de conteúdo.

Conclusão

A Gamificação é um tema que tem sido explorado intensamente em diversas áreas do conhecimento ao longo dos últimos anos. Da mesma forma, a relação marca e consumidor tem se transformado, principalmente considerando a crescente evolução da tecnologia no cotidiano de todos. Por esta razão, dentre as ferramentas utilizadas para estabelecer um vínculo entre empresa e clientes, pode ser aplicada, também como estratégia, a Gamificação.

Dessa forma, pode-se utilizar a Gamificação de diversas formas, utilizando as estratégias e elementos de um jogo para: promover uma marca ou produto; criar um espaço publicitário para anunciantes; difundir uma ferramenta de pesquisa; e para estimular o uso de uma ferramenta de interação.

Por fim, podemos concluir que o fenômeno retratado neste ensaio teórico é uma estratégia promissora, principalmente ao se constatar a presença massiva da tecnologia em nosso cotidiano e sua consequente influência em nosso comportamento.

Referências bibliográficas

AARSETH, E. **Investigación sobre juegos:** aproximaciones metodológicas al análisis de juegos. En: Artnodes, Vol 7, Barcelona, 4-14.2011.

ALVES, L. **A cultura lúdica e a cultura digital:** interfaces possíveis. Revista entreideias. Salvador: v.3, n.2, 2014.

BUSARELLO, R. I. *et al.* A gamificação e a sistemática de jogo. **In:** FADEL, L. M. *et al.* (Org.). Gamificação na educação. São Paulo: Pimenta Cultural, 2014.

IGARZA, R. **Nuevosmedios:** estratégias de convergência. Buenos Aires: La Crujía, 2008.

JANNER, J.; LOPES, T. R. C.; FISCHER, G. D. Advergame e gamificação na ação promocional Game Conecta. **Revista Mídia e Cotidiano**, v. 10, n. 10, 2016. Disponível em: <<http://www.ppgmidiaecotidiano.uff.br/ojs/index.php/Midecot/article/view/314>>. Acesso em: 15 de set de 2018.

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

JESUS, E. Em torno da comunicação e da arte na contemporaneidade. **In:** PESSOA, Fernando. Cyber-Arte-Cultura: a trama das redes. Seminários Internacionais Museu Vale. - Vila Velha, ES Museu Vale; Rio de Janeiro: Suzy Muniz Produções, 2013.

MAX, C. **Videogames:** do entretenimento à comunicação. In: STEFFEN, César e PONS, Monica Elisa Dias. Tecnologia pra quê? Os dispositivos tecnológicos de comunicação e seu impacto no cotidiano.-1 ed, Porto Alegre: Armazém Digital, 2011.

PEÑA, L. M.; NATAL, D. G. **Teclé play:** benefícios e desafios da gamificação. Rio de Janeiro: Llorente& Cuenca, 2014. Disponível em: <http://www.desarrollandoideas.com/publico/140804_dmasi_articulo_pulsa%20play_BR.pdf>. Acesso: 10 de out de 2017.

SFEZ, L. **Crítica da comunicação.** Tradução de Maria Stela Gonçalves e Adail Ubirajara Sobral. São Paulo: Loyola, 1994.

SANTAELLA, L. **Comunicação ubíqua:** repercussões na cultura e na educação. São Paulo: Paulus, 2013.

WERBACH, K.; HUNTER, D. **For The Win:** How Game Thinking Can Revolutionize Your Business. Filadélfia, Pensilvânia: Wharton Digital Press, 2012.

Diversidade cultural em programas infantis na TV paga

Hellen Silva Maciel¹

Verônica Dantas Meneses²

Universidade Federal do Tocantins

Resumo

O trabalho tem como objetivo analisar os programas e a programação dedicada ao público infantil distribuída pela televisão paga no Brasil, em especial os canais Zoo Moo e TV Rá-tim-bum. A televisão ainda é uma instituição com muita penetração nos lares brasileiros, e as crianças são um público que merece atenção, assim é preciso mais programas educativos, que possam reforçar laços identitários e a valorização da diversidade brasileira na TV. A pesquisa fez um mapeamento da programação dos dois canais e uma análise flutuante dos canais infantis da TV paga de modo geral. Mostrou que a programação por assinatura está cada vez mais ocupada por produtoras independentes, e com ofertas mais plurais. A produções brasileiras, como animações e séries nacionais, se destacam na programação infantil dos canais Zoo Moo e TV Rá-tim-bum.

Palavras-Chaves: Canais infantis de televisão; Pluralidade; Identidade; TV paga.

Introdução

Mesmo com a possibilidade de chegar a um público mais limitado, as audiências da televisão por assinatura cada vez mais têm crescido e se expandido e ainda se mesclado a outras plataformas de distribuição de seus produtos, como os sites de compartilhamento de vídeos da internet. De qualquer forma, ela exerce uma influência na formação de milhares de crianças de todas as idades. Assim, apesar de a TV paga limitar a audiência, pois nem todos tem acesso, ao mesmo tem trabalhado com programação infantil de forma mais consistente, ao contrário das emissoras abertas, e, por isso mesmo, ampliando sua pluralidade.

A televisão desde sua criação influencia na formação do cidadão, e com as crianças não é diferente. Neste estudo, buscamos explicar de forma generalista a presença da diversidade cultural ou a potencial pluralidade dos canais infantis. A pesquisa foi desenvolvida seguindo a orientação qualitativa e exploratória, pois é um processo inicial de observação do objeto. Foi realizada a catalogação da programação

¹Graduanda do Curso de Jornalismo da UFT, Campus de Palmas. E-mail: hellenlindamaciel@gmail.com.

² Professora dos cursos de Jornalismo e Mestrado em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal do Tocantins. E-mail: veronica@uft.edu.br.

completa dos canais Zoomoo e TV Rá-tim-bum, listando os programas e informações sobre os mesmos, como país de origem da produtora, tempo de duração, temática principal entre outros.

Diversidade nos canais Zoomoo e TV Rá-tim-bum

Conforme Meneses (2015), a televisão representa um espaço de construção e desconstrução de identidades. Ela foi um dos inventos que mais fez jus a um maior número ao mesmo tempo de críticas e de louvores, e também a ferramenta audiovisual que mais contribuiu, concomitantemente com a rádio e a imprensa, para fazer do mundo uma imensa aldeia global. Tornando-se acessível à grande maioria das pessoas, a televisão constituiu uma forma de companhia, de educação, diversão, de informação e de formação. A regionalização nas TVs é um processo que contribui para mediar e articular a cultura e a identidade.

A televisão e os meios de comunicação de maneira geral hoje são instituições que também oficializam, demarcam a importância e a hierarquização dos temas do cotidiano, legitimam comportamentos e ações da sociedade, constituindo-se em arenas nas quais se cruzam valores sociais e signos comunitários distintos (MENESES, 2015, p. 21).

De la Quintana (2017) observou que os povos indígenas e afro-descendentes estão deixando de ser invisíveis no audiovisual na América Latina, “apesar de estar tão presentes na cotidianidade e em nossa história”. E esta observação se aplica também ao Brasil. Assim, é importante questionar se a pluralidade da realidade contemporânea está sendo representada na televisão, especialmente na programação voltada ao público infantil.

Em setembro de 2016 o Kantar Ibope Media³ destacou a supremacia dos canais para crianças na TV paga. Na lista de programas mais assistidos na faixa entre 20h e 22h30min – o chamado horário nobre, geralmente nove deles são voltados ao público infantil. Esse movimento coincide com a diminuição das atrações para crianças na TV aberta comercial. Nos últimos anos, os programas foram desaparecendo da grade. A TV Globinho, por exemplo, foi excluída totalmente da programação da Rede Globo. As

³ As pesquisas atualizadas podem ser conferidas em: <https://www.kantaribopemedia.com/>.

principais emissoras, entre elas Record e Band, seguem na mesma linha, com pouco investimento e espaço limitado para crianças. Na TV aberta comercial, o SBT é o único canal comercial que ainda aposta na programação infantil, com a manutenção do Bom Dia & Companhia e a produção de novelas infantis, como o Carrossel.

O Brasil também tem produções locais, como animações e séries nacionais, com produção de qualidade técnica, artística e de conteúdo. Esse cenário de destaque da programação infantil (a liderança de audiência) vem de algum tempo na TV fechada, e é um fenômeno interessante que nos favorece.

Analisamos que os aspectos regionais apresentam maior diversidade de lugares, e isso é positivo, pois durante muito tempo o público brasileiro foi bastante influenciado por programas internacionais. Vale destacar que o encanto da materialidade da TV está agora aliado aos cenários regionais, como forma de experiências singulares no fazer e no ler televisivos.

Tentaremos mostrar com esta pesquisa a importância de investigar as abordagens que mostrem a diversidade cultural brasileira, mundial e social, na programação infantil da TV paga. Todavia, não se pode perder de vista que estes códigos televisivos estão sendo reelaborados na condição de linguagem e contribuição para disseminar normas e valores na sociedade, e precisam ser analisados em cada contexto e situação.

Maior presença de obras produzidas em outros países como Masha e o Urso (Rússia), Patrulha Canina e (Canadá); Obras em que os personagens viajam pelo mundo e descobrem novas culturas e as diferentes formas de entender o mundo como Ollie e Moon, Doki, Super Wings, Vivi Viravento, Toot & Puddle e Backyardigans; obras produzidas em parceria entre produtoras brasileiras e estrangeiras como Meu Amigão; obras que trazem o protagonismo de personagens não brancas e femininas, como Nella, Uma princesa corajosa, Kiva pode fazer, Meu Amigão, Dora e seus amigos na Cidade.

Inicialmente, cabe observar que o aumento de programas nacionais, ainda que para uma melhor análise seja preciso uma pesquisa mais aprofundada sobre o conteúdo dos programas, já pode ser considerado como um grande avanço, pois significa maior variedade e possibilidade de contarmos com produções mais próximas à nossa cultura e realidade. Assim, a participação das produções brasileiras tem crescido, em parte devido

às regulamentações do setor, especialmente a Lei da TV Paga⁴, que obrigou os canais qualificados a terem uma cota de 3 horas e 30 minutos semanais para a produção nacional⁵. Este espaço também deve ter no mínimo metade da programação produzida por produtora brasileira independente. O que é bom para as audiências, para as produtoras independentes e para as próprias programadoras. Exemplo disto é o canal Tooncast, canal infantil dos EUA de desenhos clássicos fundado em 2008 pela Turner International, que é também a programadora do Cartoon Network, Boomerang entre outros. O canal exibe produções de estúdios de animação como Hanna-Barbera, Warner Bros, Cartoon Network, MGM, mas, embora tenha uma programação com animações mais antigas, e por isso o canal inspira a nostalgia, o canal já chegou a exibir 5 programas brasileiros: A Turma da Mônica, Sítio do Picapau Amarelo, Carrapatos e Catapultas, Tromba Trem, Historietas Assombradas e As Aventuras de Gui & Estopa. Atualmente exibe apenas o Sítio do Pica Pau Amarelo duas vezes ao dia. O canal também tem produções do Canadá, Japão e Austrália, mas são poucas. Por causa de sua característica, o canal vem solicitando dispensa de exibição da cota de programação nacional junto à Ancine. Dois canais foram trazidos para exemplificar esta inserção da diversidade nas telas, o Zoomoo e a TV Rá-tim-bum.

Zoo Moo

É um canal infantil de televisão por assinatura fundado em 11 de setembro de 2013, pertencente as empresas Beach House Pictures, de Cingapura, e da NHNZ, da Nova Zelândia. Sua transmissão foi iniciada na SKY, sendo ela a empacotadora mais acessível do mercado para o canal ZooMoo, encontrando-se de até R\$ 90,00. O ZooMoo também é o segundo canal brasileiro de espaço qualificado “Chemical and Biochemical Engineering Quarterly” (CaBEQ) infantil aprovado pela Ancine.

O ZooMoo transmite programação própria, inédita e alguns programas de produtoras nacionais e internacionais, inclusive em parceria com a TV Brasil. As faixas etárias dos telespectadores variam de 0 a 9 anos e a duração dos programas é de 2 a 15 minutos, a maioria. O canal tem como temática principal amizades, convívio social,

⁴ C.f.: <https://www.ancine.gov.br/pt-br/faq-lei-da-tv-paga>.

⁵ São chamados de canais qualificados aqueles que exibem predominantemente filmes, séries, animação, documentários. Ver mais em: <https://ancine.gov.br/legislacao/instrucoes-normativas-consolidadas/instrucao-normativa-n-100-de-29-de-maio-de-2012>.

natureza, fauna e flora, sempre com animais como protagonistas. Atualmente são exibidos 22 programas todos os dias de 00h às 23h.

Os programas exibidos na época da pesquisa eram: O Mestre e o Muriqui; Soltando os Bichos; Hora ZooMoo; Poppets Town; Saari; O Teatro das Fábulas; Sérgio e a Bicharada; Abelhinhas; SOS Sonia; Gazoon; Igarapé Mágico; O Teatro das Fábulas; Escola de Princesinhas - Cachinhos Dourados; Mouk; Piquenique Com Bolo; O Laboratório do Professor Policarpo; De Criança Para Criança; Os Cupins; Piquenique Com Bolo; Escola de Princesinhas.

Desses programas, na época da pesquisa, 15 eram produções originais e 9 brasileiras, muitas apoiadas pela Ancine, produzidas por produtoras como Canal Azul e Vídeo Brinquedo, especialmente o primeiro. Todos os programas têm variação em torno de 4 horas para repetir a exibição. Os programas têm reprises de 2 a 8 vezes, predominando 3 vezes e são animações em sua maioria protagonizados por “animais infantis”.

Dentre as obras podemos destacar em relação ao seu formato a série *Piquenique com bolo*, obra de origem europeia (Holanda/Espanha/Bélgica) com duração de aproximadamente 5 minutos. Na série, a mesma história (um piquenique no qual os bolos são roubados) é contada pelo ponto de vista de 13 animais diferentes e sem diálogos verbais. Além de Igarapé Mágico e O Mestre e o Muriqui, que trazem aspectos culturais e da fauna e flora brasileiros. Em Os cupins o destaque fica ainda para o sotaque nordestino de um dos cupins.

TV Rá-Tim-Bum

Foi fundada em dezembro de 2004, e pertence à Fundação Padre Anchieta. A proposta inicial do canal foi conter programação 100% composta de produções nacionais, especialmente com foco educacional. Contudo, a partir de 2015, o canal passou a transmitir também produções estrangeiras, como as séries Pororo, uma animação da Coreia do Sul, Nutri Ventures, de Portugal, e Vila Sesamo que, apesar de ser uma produção brasileira, foi baseado no desenho *Sesame Street* dos EUA. Encontramos no Rá-tim-bum programas de emissoras públicas, produções próprias e coproduções com estúdios de animação brasileiros de vários estados.

Em 2007, o canal foi disponibilizado nos Estados Unidos. E em 2009 em Portugal. O canal renova sua programação mensalmente, habitualmente com a estreia de um novo programa no início de cada mês. O canal Ra-Tim-Bum se encontra mais acessível pela empacotadora SKY, em pacote custando entre R\$90 a R\$ 130. A faixa etária dos telespectadores deste canal é generalista, mesmo o foco do canal sendo educacional e pré-escolar. A maioria dos programas são reprisados duas vezes ao dia.

É um dos canais mais diversos em relação a temáticas, que envolvem amizades e convívio pessoal, mas também contação de histórias e descobertas do mundo físico, químico e biológico, além de natureza fauna e flora e viagens. As obras também são inspiradas no teatro, na arte e na música. A maioria dos programas diversificam-se nessas temáticas, mas ainda com muitos sotaques do eixo Rio-São Paulo.

Considerações Finais

Distantes da tradicional influência de programas de origem estadunidense na televisão brasileira, o ZooMoo e a TV Rá-tim-bum vem diversificando a programação voltada ao público infantil na TV por assinatura.

Zoo Moo é um dos canais mais jovens da TV Paga no Brasil e com características próprias e peculiares adaptadas ao nosso país, com destaque para a presença de obras de vários países e de produtoras independentes brasileiras. Não são todas as empacotadores que possuem o canal mas ele está presente nos pacotes mais acessíveis. Tanto as produções adquiridas como as produções próprias carregam na temática natureza fauna e flora e amizades e convívio social. Entre os três canais é o que mais se preocupa com o público de até 5 anos.

O canal TV-Rá-Tim-Bum pode ser considerado o clássico brasileiro, uma boa parte da história de programas infantis vem da TV Cultura. Seu conteúdo é quase exclusivamente educacional mas agrega público generalista. Por ser um canal genuinamente brasileiro nossas características são bem marcadas, contudo, com mais representações da região sudeste do Brasil, especialmente visível nos sotaques das personagens.

Em relação ao total de canais dedicados ao público infantil na TV paga, podemos afirmar, pela observação, que os canais analisados apresentam aspectos mais regionais, apresentando uma diversidade maior de lugares e culturas brasileiros, e está mais próximo do público local.

Das produções observadas, em relação a representação de outras regiões do Brasil, citamos o Igarapé Mágico, uma produção nacional adquirida pelo canal Zoo Moo, que traz o cenário de um igarapé amazônico e insere alguns sotaques e expressões comuns da região. Voltada à faixa de 3 a 6 anos, a série transmite noções de amizade, cidadania e de preservação do ecossistema, tratando de temas relacionados à sustentabilidade, como lixo, poluição, importância da água, entre outros.

Referências

BORGES, A. R.; ARREGUY, S.; SOUZA, L. de. O auge e o declínio da programação infantil na TV brasileira. *Mediação*, v. 14, n. 15, jul/dez de 2012.

BRASIL. Presidência da República. **LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990.** (Estatuto da Criança e do Adolescente).

DE LA QUINTANA, Liliana. América Latina: diversidade. *Revista PontoCom*, 2017. Disponível em: <http://revistapontocom.org.br/artigos/america-latina-diversidade>. Acesso em: 20 set. 2018

MENESES, V. D. **O Brasil e os Brasis na televisão aberta regional.** Palmas: EDUFT, 2015.

WILLIAMS, R. *Marxismo y literatura.* Barcelona: Ediciones Península, 1980

Rádio Nacional da Amazônia: das primeiras produções de radioteatro a primeira radionovela (1977-1980)

Cláudio Chaves Paixão¹
Amanda Maurício Pereira Leite²
Universidade Federal do Tocantins

Resumo

Resgatar a trajetória das primeiras produções de radioteatro a primeira radionovela da Rádio Nacional da Amazônia e a abordagem dessas produções é o principal objetivo do presente trabalho. Também é apresentado um breve panorama do surgimento da emissoras, inaugurada em 1977, como ferramenta de segurança nacional, durante a ditadura militar. Identificou-se que as primeiras produções de radioteatro veiculadas na rádio foram reproduções de gravações feitas pela Rádio Nacional do Rio de Janeiro, posteriormente surgiram pequenos quadros de radioteatro e por fim as radionovelas. Essas produções abordavam assuntos ligados ao cotidiano dos ouvintes da região amazônica, assim como procuravam levar, além de divertimento, lições de cidadania, higiene pessoal e saúde.

Palavras-chave: Rádio Nacional da Amazônia; Radioteatro; Radionovelas.

Rádio Nacional da Amazônia, sintonizando o contexto das transmissões

Amparados no conceito de segurança nacional, na segunda metade da década de 1970, o governo militar começa a promover a implantação de rádios para combater a penetração de emissoras estrangeiras, em especial aquelas que denunciavam a repressão. Nesse sentido, em junho de 1977, o serviço internacional da Radiobrás, que já funcionava desde 1972, foi temporariamente suspenso para que toda a atenção fosse direcionada a região amazônica.

Com a atenção direcionada a região amazônica, nasceu, dentro da Rádio Nacional de Brasília, o Núcleo de Programação para a Amazônia (Nupa), dirigido por Rita Furtado, que futuramente se tornaria deputada federal³. De acordo com Batista (2006, p.

¹ Jornalista formado pela Universidade Federal do Tocantins (UFT). Mestrando no Programa de Pós-graduação em Comunicação e Sociedade da UFT. Membro do Grupo de Pesquisa Jornalismo e Multimídia, do CNPq. claudio_chaves@uft.edu.br.

² Doutora em Educação pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Professora e Pesquisadora no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade e no curso de Pedagogia da Universidade Federal do Tocantins (UFT). Fotógrafa e artista visual com formação pelo DAC/UFSC. Contatos: amandaleite@mail.uft.edu.br – Site: <http://amandampleite.wixsite.com/amandaleite>.

³ HISTÓRIA DA RÁDIO NACIONAL DA AMAZÔNIA. **Rádio Nacional da Amazônia, o Orelhão da Amazônia**. Brasília: Rádio Nacional da Amazônia, 01.09.2012. Radiodocumentário. Disponível em:

29) uma equipe formada por 30 profissionais ficou responsável pela elaboração da programação especial para Amazônia Legal, que inicialmente seria transmitida das 16h às 21horas. “[...] a radiodifusão não poderia deixar de ser incluída como elemento indispensável na informação, educação, instrução e integração nacional (RADIOBRAS, 1987).

Logo após as transmissões oficiais do governo, incluindo a mensagem do presidente Ernesto Geisel⁴, em 1º de setembro de 1977, entrou no ar a programação experimental da Rádio Nacional de Brasília para a Amazônia, na frequência de 11.780 KHz, com potência de 250 KW. O primeiro programa levado ao ar foi o *Alfabeto Musical*, com produção de Oliveira Neto e apresentação de Márcia Ferreira.

Laurita e Ducarmo: dos quadros de radioteatro as radionovelas da Rádio Nacional da Amazônia

Com a aproximação da emissora com os ouvintes, que tinham participação ativa, por meio de cartas, a programação foi se transformando até se tornar um canal de expressão para as comunidades da Amazônia. Programas com diversos formatos aos poucos começaram a ocupar a grade de programação da emissora. No campo do radioteatro, logo nos primeiros anos foram transmitidas produções da Rádio Nacional do Rio de Janeiro, conforme destacou Rita Furtado, em entrevista concedida ao jornalista Sérgio Mello, no programa Papo News, da TV Record News de Rondônia, em 2009.

Existia um escritor de novelas na Rádio Nacional [do Rio de Janeiro], chamado Amaral Gurgel, que já estava muito idoso, e ao ter notícia dessa programação da Amazônia, perguntou se ele podia fazer uma novela voltada para essa região, então ele fez duas, que foi sucesso absoluto, as pessoas escreviam, choravam, queriam fotografia. Foi Poronga, Tercado e Coragem [que retratava a saga dos seringueiros que foram tão importantes para o processo de desenvolvimento da região Norte e sobre a forma truculenta com que alguns patrões os tratavam] e depois ele fez uma outra chamado Heróis Anônimos, que

<http://memoria.ebc.com.br/radioagencianacional/materia/2012-09-01/r%C3%A1dio-nacional-da-amaz%C3%B4nia-celebra-35-anos-de-transmiss%C3%B5es>. Acesso em: 10 jun. 2018.

⁴ GEISEL, Ernesto. Discursos. Volume IV. 1977. Assessoria de Imprensa da Presidência da República. 1978. Disponível em: <<http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/publicacoes-oficiais/catalogo/geisel/discursos-vol-iv-1977/@@download/file/Discursos%20-%20vol.IV%20%20-%201977.pdf>>. Acesso em: 10 de marc. 2018.

era voltada para Rondônia, sobre as pessoas que vieram do Sul (FURTADO, entrevista gravada em 2009).

O interesse dos ouvintes da Amazônia por produções de radioteatro já havia sido despertado e aproveitando o sucesso desse filão, ao assumir a produção do programa *Mundo Mulher*, no final de 1978, Luiza Inês Vilela decidiu criar um quadro de radioteatro para o programa, assim nasceu *Laurita e Ducarmo*. Tratava-se de pequenas histórias, que procuravam passar lições de saúde, higiene pessoal, entre outros assuntos do dia-a-dia. As histórias eram vividas por Laurita, personagem interpretada pela própria Luíza Inês e Ducarmo, interpretada por outra produtora do programa, a Nívia Maria (10 ANOS DA RÁDIO NACIONAL, 1987).

Já no início de 1979, a Nívia Maria deixou a produção do programa e para dá continuidade ao quadro, Luiza Inês fez algumas alterações, a primeira delas foi substituir a Ducarmo por outra personagem, a Socorro, que inicialmente foi tratada como prima da personagem anterior. Assim, o quadro passou a se chamar *Laurita e Socorro*, sendo que esta última foi interpretada pela então produtora Artemisa Azevedo.

A Laurita era uma mulher sábia, inteirada dos diversos assuntos que o programa abordava. Era a responsável por aconselhar e orientar os ouvintes, de forma indireta, sobre as temáticas, ao passo que a Socorro estava sempre alheia aos acontecimentos e temas e recebia os conselhos e orientações da amiga. Assim, de forma didática, conseguiam transmitir as informações para o público (VILELLA, 2017).

O quadro *Laurita e Socorro* ficou poucos meses no ar. Em setembro de 1979, o programa *Mundo Mulher* deixou de existir, dando lugar ao programa *Roda Vida*. Nessa época, a Luiza Inês já havia deixado a produção do programa e o quadro Laurita e Socorro já não existia. Mas ao radioteatro continuou, Décio Caldeira, que havia integrado a equipe da Rádio em 1978 como produtor do programa *Clube do Ouvinte*, a partir de outubro de 1979, começou a fazer a adaptação de contos, histórias populares e lendas, enviados pelos ouvintes. Diferente do quadro *Laurita e Socorro*, em que eram utilizando apenas uma trilha padrão, os contos produzidos por Décio Caldeira exploravam bem mais os elementos que compõem a linguagem radiofônica, ao se utilizar de efeitos sonoros, músicas, entre outros.

Os contos, inicialmente foram veiculadas dentro do *Clube do Ouvinte*, às sextas-feiras, e posteriormente passaram a serem reprisados em outros programas. Ao todos,

foram mais de 80 histórias enviadas pelos ouvintes e que Décio Caldeira adaptou, produziu, dirigiu e gravou com a equipe da Rádio Nacional da Amazônia. Os produtores, locutores, entre outros profissionais interpretavam os personagens e davam vida as histórias, que até hoje fazem parte da memória coletiva dos ouvintes da região amazônica. Nas narrativas aparecem fatos curiosos e divertidos, que faziam parte do cotidiano e do imaginário dos ouvintes da Amazônia. Muitos dos contos apresentam, por exemplo, histórias de caçadas, da vida nos seringais, de fantasmas e sobre comportamento (10 ANOS DA RÁDIO NACIONAL, 1987).

A produção de contos por Décio Caldeira, pode ser dividida em duas temporadas, sendo que a primeira se estendeu de outubro de 1979 até abril 1980, quando ele deixou a Rádio Nacional da Amazônia para excursionar o Brasil com a peça *Gota D'água*⁵, de Paulo Pontes e Chico Buarque. A segunda fase vai do final de 1980, quando ele voltou para Rádio Nacional da Amazônia produzindo o programa *De Conversa em Conversa*, para o qual criou os personagens Curiango, Zé do Norte e Zé Mineiro, até a sua morte em agosto de 1984.

Ano mais tarde, os contos de Décio Caldeira serviram de inspiração para criação de outros quadros na programação da Rádio Nacional da Amazônia, como o *Histórias Que o Povo Conta*, criado por Artemisa Azevedo, para o programa *Show da Tarde*, levado ao ar a partir de 1990. O *Histórias Que o Povo Conta* seguia a mesma ideia das produções de Décio Caldeira, os ouvintes enviavam as histórias que passaram a serem adaptadas por Artemisa Azevedo e gravadas pela equipe da emissora.

História do Dito Gaioleiro: primeira radionovela da Rádio Nacional da Amazônia

A primeira radionovela da Rádio Nacional da Amazônia, *História do Dito Gaioleiro* foi feita de forma totalmente artesanal. Conforme Batista (2006, p. 32), oito radioatores, na verdade locutores, produtores e outros profissionais da emissora, em pé, se revezaram em dois microfones, numa pequena sala utilizada por todos os programas da emissora, para interpretar as falas dos personagens. Ocorria de até 10 pessoas ficarem no estúdio, ao redor de uma mesa.

⁵ “GOTA D’ÁGUA” está de volta. Jornal do Brasil, Rio de Janeiro, 20 de jun. 1980. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=030015_10&pasta=ano%20198&pesq=Gota%20d%27%C3%A1gua>. Acesso em: 12 de out. 2018.

A história adaptada do livro *O Fazedor de Gaiolas*, de Jennart Moutinho Ribeiro, dividida em 20 capítulos, narra a aventura de três crianças, de aproximadamente nove anos, dentro da mata: Dito, Belinha e Antônico. Dito Gaioleiro e Belinha moravam no campo e o menino era craque em fazer gaiolas e armar arapucas para pegar passarinhos. Antônico, morava na cidade foi para a casa dos primos para passar as férias e os três se envolvem em uma grande aventura ao encontrarem o Nêgo Véio, temido pela fama de feiticeiro.

Com os truques mágicos, o Nêgo Véio fez as três crianças embarcarem num mundo de magia para fazer com que eles entendessem e respeitassem a vida animal. E conseguiu. De volta ao mundo real, a amizade com o Véio estava selada para o resto da vida. Daquele dia em diante, nada seria igual para as três crianças, que se tornam verdadeiros defensores da liberdade dos pássaros. Além do enredo, ainda há várias cantos autênticas de pássaros que embelezam a história, que foi sonorizada por Antônio José Pereira de Souza, o Tio Toninho, sonoplasta dos programas de Tia Leninha.

A radionovela também revelou o talento da radialista Mara Régia, que na época trabalhava na emissora como produtora. Mara interpreta Belinha, personagem que posteriormente levou para o quadro *Natureza Criança*, apresentado dentro do *Natureza Viva*, programa que Mara passou a apresentar a partir de 1995. A personagem deixou de ser interpretada em 2008, após o falecimento de Heleninha Bortone, essa foi a forma encontrada por Mara para homenagear a amiga.

A *História do Dito Gaioleiro* fez grande sucesso entre os ouvintes e foi reprisada inúmeras vezes na programação da Rádio Nacional da Amazônia. A última vez em que a radionovela foi reprisada, foi em outubro de 2015, com um capítulo semanal, levada ao ar aos domingos, no programa *Natureza Viva*, a história teve seu último capítulo levado ao ar em fevereiro de 2017. Em uma carta enviada ao programa *Encontro com Tia Leninha*, em fevereiro de 1981, a ouvinte Ágda Nicolau Tolentino, de Ivaté, Paraná, não poupou adjetivos para descrever a produção. Ela também comentou as lições que conseguiu tirar daquela primeira produção feita por Tia Leninha.

Minha opinião sobre a novela do “Dito Gaioleiro”. Tia, sabe o que eu achei dela? Achei maravilhosa, importantíssima, fabulosa, fantástica, etc... Pois você abordou um assunto muito importante. Você mostrou através dela que devemos conservar a (ECOLOGIA), que devemos preservar a (NATUREZA), que devemos amar mais a Natureza, não

destruí-la. Você mostrou aos jovens, crianças e adultos que é um crime destruir essa Natureza tão bela, esta natureza que a humanidade ‘paresse’ que se esqueceu que ela ainda existe, que ela está entre os homens; mas que, que vem sendo destruída a cada segundo que passa; a cada minuto que passa; a cada hora que passa.

A partir dessa experiência, a produção de radionovelas, na Rádio Nacional da Amazônia seguiu de forma intensa, Heleninha escreveu inúmeras outras produções e Décio Caldeira, também chegou a escrever duas produções: Dois Corações (1983) e Pecado (1984). Com a morte de Décio Caldeira, a partir de 1980, a radialista Artemisa Azevedo assumiu a produção de radionovelas que seguem até hoje.

A produção de radionovelas na Rádio Nacional da Amazônia fez parte do processo de consolidação da história da emissora, tendo iniciado ainda nos seus primeiros anos, com o intuito de abordar temáticas ligadas ao cotidiano dos ouvintes da região amazônica, como saúde, lições de cidadania, higiene pessoal, entre outros. Começando de forma totalmente artesanal com pequenos quadros e posteriormente se ampliando para radionovelas, o radioteatro tem se mostrado uma marca da emissora.

Referências

10 ANOS DA RÁDIO NACIONAL DA AMAZÔNIA. **Rádio Nacional da Amazônia 10 anos ao seu lado**, Brasília: Rádio Nacional da Amazônia, 01 de set. 1987. Programa de rádio.

BATISTA, Débora Barbosa. **O papel do rádio no fornecimento de informações às comunidades locais: um estudo de caso do programa Ponto de Encontro, da Rádio Nacional da Amazônia**. 2006. 76f. Trabalho de Conclusão de Curso (Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo)- Centro Universitário de Brasília - Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas/Fasa, Brasília, 2006.

FURTADO, Rita. Papo News homenageia Rita Furtado e rerepresenta entrevista gravada em 2009. Rondônia: 2009. **TV Record News**, Rondônia, set. 2011. Entrevista concedida ao jornalista Sérgio Melo.

RADIOBRÁS. **Institucional Radiobrás**. 1987. (10m23s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=4OogSEO5eS0>>. Acesso em: 12.10.2018.

VILELLA, Luiza Inez. Apresentadora Luiza Inez fala sobre sua história na Rádio Nacional da Amazônia. Brasília: 2017. **Rádio Nacional da Amazônia**, Brasília, jul. 2017. Entrevista concedida a jornalista Artemisa Azevedo. Disponível em: <<http://radios.ebc.com.br/conexao-amazonia/2017/07/apresentadora-luiza-inez-vilella-fala-sobre-sua-historia-na-nacional-da>>. Acesso em: 12 de out. 2018.

Cinema queer entre teoria, arte e política

Anderson de Souza Alves.¹
Universidade da Beira Interior

Resumo

Estudo de caso de parte da obra do cineasta Bruce Labruce, que utiliza a abordagem da teoria dos cineastas para compreensão da onda cinematográfica conhecida como “cinema queer”. Através de fontes primárias, obras escritas e filmadas do cineasta, buscamos uma aproximação entre as reflexões do artista com as reflexões produzidas no contexto acadêmico utilizando como métodos análise bibliográfica e análise fílmica. O pensamento do artista conduz a um olhar mais aprofundado e desafiador sobre a relação entre arte, erotismo, pornografia e política, que, na teoria do cinema são vistos nos conceitos de realismo e prazer visual. Ao fim da pesquisa, é possível perceber aproximações e diferenças entre as reflexões acadêmicas e as reflexões do artista sobre como o conceito queer surge nos filmes e as implicações nas dimensões básicas do cinema.

Palavras-chave: Teoria do cinema; teoria dos cineastas; cinema queer; teoria queer; Bruce Labruce.

A pesquisa original tem como propósito refletir sobre o contributo dos estudos queer para a teoria do cinema, analisando o caso do cineasta Bruce Labruce, visto à luz da abordagem conhecida como teoria dos cineastas (Aumont, 2004 & 2008). O campo multidisciplinar dos estudos queer, com base teórica de origem na filosofia pós-estruturalista, nos estudos feministas, LGBT e pós-coloniais (Butler, 2003; Spivak, 2010; Hooks, 2017), tem como um de seus fundamentos a revisão de discursos que se tornaram hegemônico nos campos das artes e humanidades, bem como busca dar espaço para fontes normalmente ignoradas nas grandes correntes de pensamento, herança dos Estudos Culturais (Bordwell, 2005). Na proposta de estudiosos e estudiosas dessa linha, é comum encontrar objetivos bastante ambiciosos que procuram discutir temas que vão além da diferença de gênero, problemática central nos primeiros estudos, entre o fim da década de 1980 e início de 1990. Ao longo das décadas de 1990 e 2000, o pensamento das filósofas Judith Butler e Gayatri Chakravorty Spivak, entre outras, foi utilizado como ponto de partida de produções acadêmicas de outras partes do mundo fora do contexto norte-americano, expandindo os objetos de estudo para outras dimensões das

¹ Mestre em cinema pela Universidade da Beira Interior (UBI); membro do grupo de pesquisa jornalismo e multimídia, da Universidade Federal do Tocantins (UFT)

subjetividades (Miskolci, 2009).

No campo das artes e da comunicação, o queer se manifesta com muita facilidade na dimensão estética oferecendo ao público visões críticas das hegemonias culturais, da *heteronormatividade compulsória*, e na celebração de formas sulbaternizadas de existência. No cinema, a onda conhecida como novo cinema queer (Rich, 2015), no início da década de 1990, representou um momento de entrada da temática no contexto hegemônico, embora também alternativo, através de festivais tradicionais de cinema na América do Norte e Europa.

Paralelamente, as patrulhas morais ainda são frequente e o embate não parece ter fim, sobretudo porque o queer e questões LTGBT se tornaram mais conhecidas. A partir da década de 2000, figuras religiosas nos Estados Unidos e no Brasil intensificaram suas campanhas contrárias às demandas do grupo. Essa tentativa de interdição ocorre de várias maneiras, entre elas através da incitação em discursos de líderes de igrejas conversadoras. Falas sobre o conceito “ideologia de gênero”, que não é reconhecido pelos estudos queer, se tornaram bastante comuns. Quando essas vozes reacionárias falam em queer, sua interpretação costuma ser de má fé ou de maneira superficial, ignorando questões o debate sério levantado pelos estudiosos e estudiosas. O maior problema deste embate é a voz impositiva de um grupo social que, no fundo, busca a manutenção de privilégios. No Brasil, é comum líderes religiosos, ao discutir política, utilizarem outras expressões questionáveis como “hegemonia gay”, “ditadura gay”, pervertendo o conceito de liberdade de expressão, ao acusar um lado que busca por uma igualdade de direitos de doutrinação ideológica de destruição de um ideal de “família tradicional”. E esse discurso tendencioso e moralista tem sido muito bem aceito em sociedades conservadoras, sobretudo em momentos de crises políticas e econômicas. O resultado tem sido a influência de pensamentos e atitudes homofóbicas, xenófobas e racistas.

Esse tipo de problema serve como incentivo na buscar uma compreensão mais abrangente acerca da teoria queer e sua possível relação com a arte cinematográfica. Nesse sentido, elegemos a obra do cineasta Bruce LaBruce que, desde o início da década de 1990, paralelo à ascensão dos estudos queer, tem produzido filmes que as instituições de arte, mercadológicas, acadêmicas e até mesmo o próprio artista consideram exemplares de cinema queer. O realizador, cujas obras são voltadas para o público

adulto, busca uma radicalidade estética que coloca sua filmografia sempre nas fronteiras do alternativo e do mainstream. Afinal, o que seria cinema queer? Um novo gênero cinematográfico? Seriam filmes que retratam histórias de personagens LGBTQs ou sua proposta incluiria questões mais profundas como a teoria tenta fazer? Ou uma sensibilidade politizada para além do cinema?

O estudo de caso de Bruce Labruce, cineasta radical, permite visualizar essa crítica. Para isto, o estudo se debruça na análise de obras escritas e filmadas do cineasta através da abordagem da teoria dos cineastas. A busca por conceitos e possíveis teorias do próprio artista nos ajuda a responder a questão acerca do quê, afinal, seria o queer? Uma sensibilidade? Um gênero cinematográfico? Uma política?

De forma geral, foi nosso objetivo discutir as relações entre a teoria queer e cinema a partir das reflexões presentes em obras cinematográficas do realizador Bruce Labruce, como postulado pela abordagem da teoria dos cineastas. Para tanto, fez-se necessário realizar uma revisão de literatura sobre cinema queer, analisar a coerência do conceito na obra do artista objeto do estudo partindo das fontes diretas (entrevistas, artigos, livros e filmes do cineasta) e estabelecer um diálogo entre as discussões de caráter teórico apresentados por Bruce Labruce com teorias do cinema afins, que configuram nossos objetivos específicos.

Teoria

Os principais textos discutidos são o já citado *As teoria dos cineastas*, de Jacques Aumont (2004), a partir do qual buscamos estabelecer paralelos com as análises do campo multidisciplinar dos estudos queer, que tem como textos inaugurais *Problema de gênero – feminismo e subversão da identidade* (2003); e o ensaio de Gayatri Chakravorty Spivak, *Pode o subalterno falar?* (2010), referência inicial dos estudos pós-coloniais que já foi incorporado por pesquisas na linha dos estudos queer. Defendemos e argumentamos em favor da teoria dos cineastas para investigar o cinema nos estudos queer e pós-coloniais tendo em vista que todas essas abordagens buscam fontes de conhecimento que não costumam ser prioridade dos estudos tradicionais e procuram uma espécie de renovação do conhecimento e das grandes teorias para que compreendam fenômenos mais diversos. No campo do cinema, recorreremos ao ensaio de David Bordwell, *Os estudos de cinema hoje e as vicissitudes da grande teoria* (2006),

no qual o autor expõe argumentos em favor de novas abordagens para os estudos de cinema, considerando que as correntes teóricas mais influentes demonstram sinais de esgotamento. Diante disso, entendemos que os estudos queer e pós-coloniais, aliados à abordagem da teoria dos cineastas, contribuem para complementar lacunas teóricas no campo dos estudos de cinema. Outros conceitos mencionados na discussão teórica são os de cineasta, na concepção de Aumont, do artista que realiza a arte; hegemonia cultural (MartinBarbero, 1997), explicando a tensão entre queer e modelos tradicionais de gênero e raça; cinema contra-hegemônico (Mulvey, 1985) (Bell Hooks, 2017), queer e espectadorialidade (Aumont, 2002), entre outros que se façam necessários.

Com base nas discussões teóricas, destacamos uma sistematização e produções desses conhecimentos sobre cinema contra-hegemônico, sobre espectadorialidade, sobre prazer visual, e outros. Em suma, a produção teórica nos oferece uma noção sobre o que seria o *cinema queer*. Na continuidade, seguimos em busca do entendimento acerca do conceito queer desta vez analisando o trabalho de Bruce Labruce, um artista com tendências teóricas e defensor de manifestos de vanguarda. Certamente, nosso objeto de estudo trabalha a produção de conhecimento à sua maneira, mas, por outro lado, os movimentos de vanguarda pressupõem a produção de reflexões e manifestos, atividades que implicam teorização. Sendo o artista um defensor do queer, nossas observações buscam ver como essas reflexões aparecem na obra deste cineasta e que avanços, ou não, esses pensamentos podem contribuir para ampliar o conhecimento teórico sobre cinema. Por hora, percebemos que o conceito central tem algumas vias de manifestação e compreensão. Embora seja comum se deparar com o termo “cinema queer”, não é possível identificar uma unidade estética precisa. Na vasta produção, o maior destaque em comum é o posicionamento contra-hegemônico. Essas observações nos reforçam o desafio que é observar como esses pensamentos contra-hegemônicos podem ser manifestados pelo dispositivo cinematográfico, afinal, na abordagem da teoria dos cineastas, o próprio filme também é fonte de reflexão teórica.

Arte

Na segunda parte da pesquisa nossa atenção é dedicada ao discurso do cineasta Bruce Labruce, a fim de compreender as reflexões que impulsionam sua obra. Pensando nos estudos da teoria dos cineastas, não é recomendado assumirmos imediatamente que

o artista possui uma teoria queer, embora a tendência a teorizar esteja bastante explícita. Como fontes, foram analisados alguns textos do livro *Porn diaries*, de Labruce(2016), uma coletânea de ensaios, crônicas, diários de produção, fotografias e uma espécie de glossário intitulada *Porn conference*, em que o realizador descreve alguns conceitos gerais e especificamente cinematográficos de sua obra. Ao tratar de uma filmografia politicamente engajada, nossa principal discussão será em torno da noção de prazer visual, porque, de acordo com o cineasta, “Cinema é completamente visual” (Fantiel, 2014, p. 469). Dessa forma, ao olharmos para os filmes, atentamo-nos para a invenção figurativa (Guimarães & Veras, 2016) – grosso modo, onde se articula a produção de sentido pelas imagens. Partindo dessas categorias de análise, discutimos então o conceito queer em uma perspectiva mais ampla, destacando relações do cineasta a um repertório das artes visuais que remete ao homoerótico herdado do período helenístico.

Embora o cinema tenha sido uma arte fundamental na construção de imagens homoeróticas e queer durante no século XX, que inspiram diretamente o cinema de Labruce, é possível ver um percurso da construção do prazer visual na história da fotografia, da escultura e da pintura (Pinto, 2011). Será nesse contexto que Labruce irá buscar seu camp (Sontag, 2004), conceito ao qual o cineasta se dedicou a refletir em um ensaio presente em seu livro (2016). No campo teórico, as reflexões do cineasta se inserem num debate fértil sobre os conceitos de erótico e pornográfico.

Com isso colocamos em diálogo as reflexões de Labruce com o pensamento de pesquisadores e pesquisadoras. Ao analisarmos alguns dos filmes pensando na possibilidade de especulação teórica (Aumont, 2008), poderemos, enfim, acrescentar novos elementos à teoria do prazer visual (Mulvey, 1985), agora discutida não nos termos da psicanálise mas das afinidades teóricas assumidamente politizadas dos estudos queer, que passam pelo pós-estruturalismo, desconstrução e pós-colonialismo. Analisando a obra do cineasta, enfim, estabelecemos uma interface entre o conhecimento acadêmico, arte e política.

Política

O posicionamento crítico do cineasta ainda apresenta alguma afinidade teórica com uma discussão tratada por Jacques Rancière (2014) sobre a arte contemporânea. Em a imagem intolerável (idem), o filósofo reflete sobre o que torna uma imagem

inapta para ser mostrada ao público ao mesmo tempo em que também pensa se os artistas, eticamente, devem apresentar tais imagens. O queer nas artes se relaciona com essa noção de imagens que confrontam e, por isso, podem ser intoleráveis para certa parcela de público. No caso de Labruce, a abordagem queer retrata uma relativa diversidade que pode ser incômoda. E para a construção dessa possibilidade de incômodo e olhar opositivo (Hooks, 2017), o sexo se torna central – daí a autodenominação de Labruce como *relutante pornógrafo*, pois o sexo explícito não é o principal tema de suas obras, mas as ideias periféricas que essas imagens. *Erótico e pornográfico* são classificações comerciais, uma vez que no chamado cinema de arte é recorrente a utilização de cenas explícitas de sexo. A diferença entre um tipo de produção e outra seria, portanto, não apenas mercadológica, mas também de cunho moral. Labruce se interessa pela possibilidade de fazer política contra-hegemônica através da representação do sexo – mesma questão de Michel Foucault (2015) ao refletir sobre o corpo como ponto de partida e ponto final das utopias.

Contudo, Labruce está interessado em um confronto direto que não poupa lado nenhum, seja o das ideologias de direita, seja o das esquerdas, com as quais se identifica. Para o cineasta, o sexo explícito, ou não, sempre é utilizado como uma forma de crítica social construída por meio de um prazer visual possível na gramática do dispositivo cinematográfico (Mulvey, 1985). Com isso, os filmes e os fenômenos subsequentes acabam por especular acerca dos limites das imagens intoleráveis. No caso queer, parcialmente intolerável, porque um determinado público deseja ver tais imagens enquanto outro não.

Referências bibliográficas

AUMONT, Jacques, **As teorias dos cineastas**. Campinas: Papirus, 2004.

AUMONT, Jacques, **Pode um filme ser um ato de teoria?**. Educação & Realidade, 33 (1), 21-34. 2008, jan.-jun.

AUMONT, Jacques & MARIE, Michael, **Dicionário teórico e crítico de cinema**. Campinas: Papirus, 2006.

BORDWELL, David, **Os estudos de cinema hoje e as vicissitudes da grande teoria**. In: RAMOS, Fernão (Org.). **Teoria contemporânea do cinema**, v. 1: Pós-estruturalismo e filosofia analítica. São Paulo: Senac, 25-70, 2005.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

FANTINEL, Danilo. “**Sou um dos poucos diretores que realizam filmes pornô e filmes mainstream**” - entrevista com o cineasta canadense Bruce LaBruce. Contemporânea | Comunicação e Cultura, 12 (2), 465-472, 2014.

FOUCAULT, Michael. **O corpo utópico**. Territórios da filosofia. Disponível em <https://territoriosdefilosofia.wordpress.com/2015/06/15/o-corpo-utopico-michel-foucault/> . Acesso em 15 set. 2017.

GUIMARÃES, Victor, VERAS, Pedro. **Invenção figurativa e pensamento fílmico**. In: PENAFRIA, Manuela, BAGGIO, Eduardo Tulio, GRAÇA, André Rui, ARAUJO, Denize Correa. (Orgs.). Proposta para uma a teoria do cinema – teoria dos cineastas vol. 2. Covilhã: 2016.

HOOKS, Bell, **O olhar opositivo** – a espectadora negra, por Bell Hooks. Fora de quadro, 2017. Disponível em <https://foradequadro.com/2017/05/26/o-olhar-opositivo-a-espectadoranegra-por-bell-hooks/> . Acesso em 1 set. 2017.

LABRUCÉ, Bruce. **The reluctant pornographer**. Toronto: Gutter Press 1997. _____, **Porn diaries** or how to succeed in hardcore without really trying. Herzogenrath: Moustache, 2016.

MATIN-BARBERO, Jesus. **Dos meios à mediação** – comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MULVEY, Laura, **Prazer visual e cinema narrativo**. In: Xavier, I. (Org.). A Experiência do cinema: antologia. Rio de Janeiro: Graal, 437-453, 1983.

MISKOLCI, Richard, **A Teoria Queer e a Sociologia: o desafio de uma analítica da normalização**. Sociologias, 11 (21), 150-182, 2009.

PINTO, Renato, **Representações homoeróticas masculinas na cultura material romana e as exposições dos museus: o caso da Warren Cup**. Métis: História & Cultura, 10 (20), 111-132, 2011.

RANCIÈRE, Jacques, **O espectador emancipado**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2012.

RICH, B. Rubi. **New Queer Cinema** – Versão da diretora. In: Murari, L., Nagime, M. New Queer Cinema: cinema, sexualidade, política. São Paulo: Caixa Cultural, 18-29, 2015.

SONTAG, Susan, **Contra a interpretação e outros ensaios**. Lisboa: Gótica, 2004. SPIVAK, Gayatri Chakravorty, **Pode o subalterno falar?**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.

Lugares Sublinhados e Lugares Apagados nos Pequenos Cinemas

Sérgio Ricardo Soares¹
Universidade Federal do Tocantins

Resumo

Desde sempre, o cinema construiu uma história de relação com as cidades, de forma que os filmes constituem importante plataforma para as múltiplas influências entre as mídias audiovisuais e as territorialidades. Nesta imaginação cinematográfica dos lugares, particularmente no caso das produções de países e cidades periféricas, cada contexto conduz a uma diferente maneira de agenciar paisagens e representação cultural, indo do autoexotismo até o autoapagamento, a depender das estratégias mercadológicas de cada cinematografia. Faz-se neste trabalho o levantamento de alguns estudos sobre de filmes e minisséries produzidos em regiões bastante diversas da cartografia mundial para perceber distintas formas dos cineastas lidarem com o seu lugar. Com isto, somos encaminhados a uma reflexão sobre como o diálogo com a cidade se manifesta em um caso do cenário audiovisual de Palmas-TO.

Palavras-chave: Cinemas periféricos; autoexotismo; autoapagamento; identidade cultural.

O questionamento das certezas identitárias, sobretudo aquelas relacionadas ao vínculo com os lugares, as cidades, as nações, constitui um dos tópicos mais constantes dos debates sobre a pós-modernidade. Ele é central, por exemplo, na obra de Stuart Hall (2001), que entende o estado-nação moderno como uma artificialidade sustentada por narrativas míticas, fruto da edição de episódios históricos que interessem a uma versão edificante, e que oferecem uma impressão de tempo imemorial para a fundação das nações. Benedict Anderson (1991) também reafirma essa convencionalidade cultural, argumentando que as comunidades nacionais com milhares ou milhões de indivíduos que não se conhecem precisam de elos imaginários que confirmem um sentimento de pertencimento. São, portanto, comunidades imaginadas, mais no sentido da criação do que do falseamento de identidades.

Como participantes fundamentais da vida cultural contemporânea, e dado o seu poder de geração de imaginários, as mídias audiovisuais sugerem um terreno valioso para a investigação sobre essas narrativas imaginárias sobre os lugares. As relações entre

¹ Professor assistente do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Tocantins. Doutorando em Ciências da Comunicação na Universidade da Beira Interior. Email: serrrsoares@gmail.com.

filmes e espaços urbanos, em especial, prosperam desde os primeiros tempos dos estudos cinematográficos, numa intimidade tal que levam Giuliana Bruno (*apud* Costa, 2006) a compreender que os princípios da linguagem cinematográfica se desenvolveram não a partir das artes cênicas, mas antes da própria dinâmica urbana, a ponto de que, mais tarde, o cinema agregaria uma espécie de função turística, que habitua o espectador a ver a paisagem, antes estática, agora em movimento e, assim, em produto de consumo. Origina-se também dos intercâmbios entre lugares e filmes, entre o extrafílmico e o fílmico, a área interdisciplinar denominada Geografias de Cinema (Oliveira, 2005), propondo uma nova abordagem, incumbida de avaliar as determinações e influências que os lugares exercem sobre realizadores, realizações e espaços de fruição e consumo, mas também as consequências que o *framing* cinematográfico gera em termos de imagem dos lugares e repercussão nos afetos, valorizações ou invisibilidades dos lugares e da vida neles contida.

Este trabalho propõe visitar algumas investigações sobre a presença (ou ausência) da paisagem de certos países e cidades no seu audiovisual nacional ou local. Em comum, discute-se produtos inscritos naquilo que se costuma chamar de *cinemas periféricos*, ou ainda os *pequenos cinemas*, como prefere Mette Hjort (2011), que aponta uma série de índices econômicos e geográficos que permitem definir o que seria uma *pequena* nação cinematográfica. Hjort, aliás, defende a inclusão desta condição periférica nos estudos acadêmicos como uma atividade política que auxilia os cineastas das pequenas nações a quebrar a barreira da invisibilidade da sua arte.

A presença ostensiva das paisagens e das territorialidades do lugar periférico no seu próprio cinema se insinua como uma prática dominante de realizadores que buscam um diferencial de atração para suas obras com espaço restrito nos mercados. Porém, esta certeza é problematizada por David Martin-Jones & Maria Soledad Montañez (2013), a partir da observação do cinema recente do Uruguai. Os autores identificam em filmes de grande aceitação no circuito mundial de festivais, como *Gigante* (Adrián Biniez, 2009), um deliberado apagamento das marcas que permitam identificar o Uruguai como cenário. Este processo se dá com uma série de recursos cinematográficos que desviam a atenção para o que há de mais universal (e, portanto, menos local) na vida fílmica. Há, assim, um *autoapagamento* do lugar, o que se contrapõe ao *autoexotismo*, que seria a atitude de reforçar as identidades locais, sobretudo através de clichês de fácil leitura.

Martin-Jones e Montañez diagnosticam que o caminho do autoapagamento no cinema uruguaio é uma estratégia de aceitação internacional, já que o país não possui diante do público externo uma imagem clara e exótica o bastante para ganhar um apelo mercadológico.

Jeffrey Middents (2013), por sua vez, aponta peculiaridades distintas em outro cinema da América do Sul, o peruano. Observa nas produções hegemônicas do país, aquelas habilitadas para os mercados externos, uma forte opção pelo autoexotismo, como ocorre em *La Teta Assustada* (Claudia Llosa, 2009), obra mergulhada no pitoresco cultural e no folclórico. Porém, identifica nas produções mais artesanais, feitas para o consumo interno e popular e realizadas longe dos grandes centros, uma identidade peruana apagada em filmes de gênero.

Em contexto inteiramente diverso, o agenciamento de uma marcação explícita do lugar ressurge no audiovisual do Cazaquistão. O país da Ásia Central já recorria à ênfase às suas peculiaridades paisagísticas e culturais em obras bem-sucedidas, como *Tulpan* (Sergei Dvotservoy, 2008). Peter Rollberg (2015), no entanto, ressalta a interferência governamental, realizada pelo regime autocrático do presidente Nursultan Nazarbayev, em uma minissérie televisiva, *Astana – Lyubov Moya* (Yermek Shinarbayev, 2010), encomendada para celebrar para celebrar a nova capital nacional, Astana, futurista e *kitsch*, construída pelo próprio Nazarbayev para representar a diversidade étnica da identidade cazaque. Produto de propaganda, a série disfarça sua intenção num melodrama aparentemente ingênuo, vivenciado por personagens que remetem à elite da cidade e que metodicamente exclui conflitos sociais que persistem não só na capital, mas em todo o país.

As circunstâncias da criação da capital cazaque e da elaboração de *Astana – Lyubov Moya*, por sua vez, nos remetem ao caso de Palmas e do seu cinema ultraperiférico, inclusive dentro do cenário já periférico do cinema brasileiro. Convido, então, para uma análise do longa-metragem *Palmas Eu Gosto de Tu*, uma obra coletiva, que reúne seis episódios realizados por seis diferentes cineastas locais, renunciando uma homenagem à capital tocantinense já desde o seu título. De fato, o filme revela, em todos os seus seguimentos, uma proposta de autoetnografia da cidade, permanentemente marcada em paisagens, tipos humanos, sotaques, ainda que evite um efetivo autoexotismo. Todavia, sendo o cinema local ainda pouco reconhecido no campo cultural e predominantemente

isento de interferências diretas do poder público (salvo através de editais de financiamento), *Palmas Eu Gosto de Tu* demonstra a capacidade de se fazer permeável ao cotidiano mais trivial do lugar, tecendo a crítica e o elogio da cidade em dosagens equilibradas o bastante para não vincular a obra ao caráter propagandístico.

Referências bibliográficas

ANDERSON, B. **Imagined communities**. London, New York: Verso, 1991.

COSTA, M. H. A cidade como cinema existencial. **Revista de Arquitetura e Urbanismo**, v. 7, n. 2, p. 34-43, 2006.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

HJORT, M. Small cinemas: how they thrive and why they matter. **Mediascape – UCLA’s Journal of Cinema and Media Studies**, Los Angeles, inverno 2011. Disponível em: http://www.tft.ucla.edu/mediascape/Winter2011_SmallCinemas.html. Acesso em: 01 out. 2018.

MARTIN-JONES, D.; MONTAÑEZ, M. S. Uruguay Disappears: small cinemas, Control Z
Films and the aesthetics and politics of auto-erasure. **Cinema Journal**, v.53, n. 1, p. 26-51, 2013.

MIDDENTS, J. The first rule of Latin American cinema is you do not talk about Latin American cinema: notes on discussing a sense of place in contemporary cinema. **Transnational cinemas**. vol. 4, 2014.

OLIVEIRA JR., W. M. de. O que seriam as geografias do cinema?. **Leituras Transdisciplinares de Telas e Textos**, v.1, n. 2, p. 27-33, 2005.

ROLLBERG, P. Small Screen Nation Building: *Astana – My Love*. **Demokratizatsiya: The Journal of Post-Soviet Democratization**, v. 23, n. 3, p. 341-358, 2015.

Filmografia

Araújo, A.; Brito, H.; Giovannetti, R.; Nunes, W.; Silva, M.; Pereira, E. **Palmas Eu Gosto de Tu** [longa-metragem, Brasil, 2014].

Biniez, A. **Gigante** [longa-metragem, Uruguai, Argentina, Alemanha, Espanha, Holanda, 2009].

Dvotseroy, S. **Tulpan** [longa-metragem, Cazaquistão, Rússia, Alemanha, Polônia, Suíça, Itália, 2008].

Llosa, C. **La teta assustada** [longa-metragem, Peru, Espanha, 2009].

Shinarbayev, Y. **Astana – Lyubov moya** [minissérie para TV, Cazaquistão, Turquia, 2010].

Mapeamento dos Riscos Psicossociais Entre Bombeiros Militares de Paraíso do Tocantins – TO

Maria Antônia Ferreira Costa Pinto¹

Adriano Soares da Silva²

Liliam Deisy Ghizoni³

Universidade Federal do Tocantins

Resumo

Apresentam-se os resultados parciais de uma pesquisa institucional, fruto de acordo de cooperação entre a Universidade Federal do Tocantins e os Bombeiros Militares do Tocantins. O recorte deste estudo objetiva apresentar o mapeamento dos riscos psicossociais no trabalho dos Bombeiros Militares lotados na 3ª Cia dos Bombeiros Militares de Paraíso do Tocantins – TO. Os resultados foram obtidos por meio da aplicação do Protocolo de Avaliação dos Riscos Psicossociais do Trabalho (PROART) e do questionário com dados sociodemográficos. Fez-se análise descritiva e ANOVA. Utilizou-se o referencial teórico da Psicodinâmica do Trabalho. Observou-se que os Bombeiros apresentaram riscos médios para as situações relativas à divisão das tarefas e divisão social do trabalho, bem como para o esgotamento mental e os danos físicos.

Palavras-chave: Trabalho; riscos psicossociais; bombeiros.

Introdução

Este estudo é um dos produtos da parceria realizada entre os Bombeiros Militares do Tocantins e a Universidade Federal do Tocantins, através do Centro Integrado de Reabilitação e Readaptação (CIRR/PM) e Grupo de Pesquisa “Trabalho e Emancipação: Coletivo de Pesquisa e Extensão” (CNPQ/UFT). Estes órgãos firmaram um acordo de cooperação visando o mapeamento dos riscos psicossociais de todas as unidades dos Bombeiros Militares do estado do Tocantins, mapeamento que tem como base teórica a Psicodinâmica do Trabalho e como instrumento de pesquisa o Protocolo de Avaliação dos Riscos Psicossociais no Trabalho (PROART) criado por Facas (2013) e validado por Facas et al. (2015).

¹ Psicóloga, pesquisadora voluntária no Grupo de Pesquisa Trabalho e Emancipação: Coletivo de Pesquisa e Extensão (UFT/CNPQ). Email: antoniafc@hotmail.com

² Acadêmico de Administração na Universidade Federal do Tocantins e aluno-pesquisador no Grupo de Pesquisa Trabalho e Emancipação: Coletivo de Pesquisa e Extensão (UFT/CNPQ). Email: assdacruz@gmail.com

³ Doutora em Psicologia Social do Trabalho e das Organizações pela UnB. Professora adjunta da UFT, no curso de Administração e no PPGCom. Líder do grupo de pesquisa no CNPQ “Trabalho e Emancipação: Coletivo de Pesquisa e Extensão”. E-mail: ldghizoni@gmail.com

Segundo Neffa (2015) as mudanças progressivas nos processos de trabalho como consequência das crises econômicas e dos processos de reestruturação dos sistemas produtivos geraram incremento proporcional dos riscos psicossociais no trabalho.

Estes riscos psicossociais, não são limitados somente à dimensão cognitiva ou mental do trabalho humano, ele está ligado também ao emocional, aos relacionamentos no trabalho, a subjetividade e a construção da identidade, são entendidos como decorrentes dos efeitos negativos da organização do trabalho sobre os estilos de gestão, sofrimento patogênico, danos físicos, psicológicos e sociais e provocam o adoecimento do trabalhador e comprometem a qualidade do trabalho (NEFFA, 2015; FACAS, 2013).

A Organização Internacional do Trabalho (OIT) definiu o risco psicossocial como a “interação entre o conteúdo do trabalho, a sua organização e o seu gerenciamento, com outras condições ambientais e organizacionais, por um lado e as competências e as necessidades dos trabalhadores de outro lado” (SERAFIM et. al., 2012, p. 687). E ainda sobre os riscos psicossociais o Comitê dos Altos Responsáveis da Inspeção do Trabalho – CARIT (2012, p. 02) os descreveu como “os aspectos de programação de organização e gestão do trabalho, que em interação com os seus contextos sociais e ambientais, têm potencial para causar dano psicológico, social ou físico”.

Estas mudanças intensas no contexto organizacional e profissional levou Facas (2013) a elaborar o Protocolo de Avaliação de Riscos Psicossociais Relacionados ao Trabalho (PROART), instrumento validado no ano de 2015 que investiga as dimensões das características da organização prescrita do trabalho, dos estilos de gestão da organização estudada, levantando os riscos de sofrimento patogênico no trabalho e ainda identificando os danos físicos e psicossociais decorrentes do trabalho. Instrumento adotado nesta pesquisa.

O público alvo deste estudo são os bombeiros militares lotados no 3º Companhia dos Bombeiros Militares do Tocantins de Paraíso do Tocantins, município que conta com uma população estimada de 50.602 pessoas segundo dados do IBGE (2018).

A 3º Companhia de Paraíso do Tocantins é subordinada ao 1º Batalhão dos Bombeiros Militar, em Palmas, localizada a 60,12km da capital do estado.

O objetivo geral deste estudo é mapear os riscos psicossociais no trabalho dos Bombeiros Militares lotados na 3º Cia dos Bombeiros Militares de Paraíso do Tocantins – TO. Especificamente busca-se: Investigar as características da organização prescrita do trabalho, através da divisão de tarefas e divisão social do trabalho; Avaliar o estilo da gestão da organização do trabalho, analisando o nível de predominância dos estilos de gestão gerencialista e coletivista; Levantar os riscos de sofrimento patogênico, através da falta de sentido no trabalho, falta de reconhecimento e esgotamento mental; Identificar os danos físicos e psicossociais decorrentes no trabalho dos bombeiros, através dos danos psicológicos, danos sociais e danos físicos.

Metodologia

Este estudo investiga os sujeitos que se unem pelo trabalho, portanto trata-se de uma pesquisa social. O total de bombeiros militares lotados na 3º CIA de Paraíso do Tocantins - TO é de 30 (dados de setembro de 2017) e todos responderam ao instrumento.

O instrumento de coleta de dados é denominado Protocolo de Avaliação dos Riscos Psicossociais (PROART) validado por Facas et al. (2015) e é composto por 92 questões fechadas, 03 (três) abertas⁴ e 8 itens específicos sobre o perfil dos participantes.

Utilizou-se o SPSS (*Statistical Package for Social Science*) para as análises descritivas e ANOVA. Fez-se um relatório geral para entrega ao CIRR/PM, que por sua vez encaminhará ao Comandante do referido Batalhão.

Resultados e Discussão

Sobre o perfil observou-se que 100% eram do sexo masculino, 40% tinham Ensino Superior Completo, casados/ união estável 56,7%, 30% tinha de 24 a 29 anos e 53,3% tinham menos de 5 anos de tempo de serviço. 48,3% dos participantes relataram terem 1 ou 2 problemas de saúde relacionados ao trabalho nos últimos anos.

Resultado semelhante observou-se no estudo de Carvalho (2016) realizado no 6º Batalhão da PMTO em que o percentual foi de 88,9%, semelhantes também aos estudos

⁴ Não foram incluídas neste recorte.

de Bezerra (2017) realizado no 1º BPM de Palmas-TO com o percentual de 87,1%, de Rosário (2017) realizado com policiais do 7º BPM de Guaraí-TO com 98,1% e ainda com o estudo de Tomaz (2017) realizado no 5º Batalhão da PMTO com 84,1%. Infere-se que isto ocorra devido os concursos de ingresso na corporação contem com apenas 10% das vagas totais para mulheres.

Pode-se observar que ambos os fatores da Escala da Organização do Trabalho, a Divisão de Tarefas e a Divisão Social do Trabalho, obtiveram risco médio. Para Facas et al. (2015) o risco médio representa uma situação limite, um estado de alerta, demandando que sejam feitas intervenções na organização do trabalho de curto a médio prazo.

Este resultado se assemelha a pesquisa realizada por Ferreira e Ghizoni (2016) em que sete estudos realizados com o PROART encontram risco médio para a EOT, são eles: Fonseca et al.(2014), estudo realizado com policiais militares do Distrito Federal; Campos et al.(2014), com bombeiros militares do Distrito Federal; Freitas (2015) com servidores do Instituto Federal do Tocantins - Campus de Palmas; Sousa (2016) com profissionais da Diretoria de Vigilância e Saúde em Palmas – TO; Carvalho (2016) com policiais militares do 6ª Batalhão em Palmas – TO; Lima (2016) com servidores públicos e Sousa (2016) com servidores de uma Empresa Pública Federal.

Quanto ao Estilo de Gestão observou-se a presença moderada dos dois estilos, com leve preponderância do Estilo Gerencialista sobre o Estilo Coletivista. Este resultado é semelhante aos estudos de Campos *et al.* (2014) realizado com bombeiros militares do Distrito Federal; de Damaso *et al.* (2014), realizado com policiais militares do Distrito Federal; de Fonseca, Silva e Silva (2014) realizado com policiais militares também no Distrito Federal e o estudo de Carvalho (2016), realizado com policiais militares de Palmas – TO, que apresentaram Predominância para o estilo Gerencialista nas organizações estudadas.

Esta presença moderada de ambos os estilos foram encontradas também, nos estudos de Tomaz (2017), Rosário (2017), Bezerra (2017) e Ferreira (2017), estes que tinham como público alvo Policiais Militares do Estado do Tocantins.

Diante de modelos de gestão centralizada, Sousa (2016) fala que não existe o apoio aos profissionais, o que fragiliza a relação entre equipe e gestão, uma vez que quando ocorrem alterações em algum processo de trabalho, também existe a quebra do

ritmo das atividades, principalmente se a equipe não participa dos processos decisórios da organização.

A escala de Sofrimento Patogênico do Trabalho, segundo Facas et al. (2015) é composta por três fatores: a) Falta de sentido no trabalho (sentimentos de inutilidade, fazer um trabalho que não tem sentido para si mesmo nem para a organização ou para a sociedade) que apresentou risco baixo; b) Esgotamento Mental (sentimento de injustiça, desânimo, insatisfação, desgaste com o trabalho) que apresentou risco médio; c) Falta de Reconhecimento (sentimento de desvalorização, não aceitação ou admiração pelos colegas e chefias, falta de liberdade para expressar o que pensa e sente em relação ao seu trabalho) que apresentou risco baixo.

O fator Esgotamento Mental apresentou um Risco Médio de adoecimento com média de 2,70 e uma frequência de 50% dos participantes. O item mais crítico é relacionado à revolta ao submeter seu trabalho a decisões políticas (4,10) com risco alto dentro do fator, este mesmo item se destacou nas pesquisas de Fonseca; Silva e Silva (2014), Campos et al. (2014) e Sousa (2016). Este resultado, para Facas et al. (2015) dá indícios de que existam sentimento de injustiça, insatisfação, desânimo e desgaste com o trabalho, sendo necessárias intervenções de curto e médio prazo. Esse resultado deve receber especial atenção pelas consequências que decorrem dessa situação, merecendo intervenção a média e curto prazo.

A escala de Danos Físicos e Psicossociais decorrentes do trabalho é composta por três itens, a saber: a) Danos Psicológicos (sentimentos negativos em relação a si mesmo e a vida em geral) que apresentou risco baixo; b) Danos Sociais (isolamento e dificuldades nas relações familiares e sociais) que apresentou risco baixo e Danos Físicos (dores no corpo, distúrbios biológicos) que apresentou risco médio. Destarte destacam-se os itens: dores no corpo, dores nos braços, dor de cabeça, dores nas costas, alterações de sono e dores nas pernas.

Considerações Finais

Diante do mapeamento sugere-se ao CIRR/PM/TO que invista neste Batalhão em ações preventivas, potencializando os itens que obtiveram riscos baixos. Ao passo que torna-se necessário intervenções a médio prazo para ampliar o número de Bombeiros para a execução das tarefas, bem como para incluir os Bombeiros nas

decisões sobre o trabalho na Cia. Sugere-se ainda a curto prazo que o Comando desta unidade trabalhe de forma a diminuir as influências políticas sobre o trabalho. A médio prazo, para cuidar do esgotamento mental, ações que possam diminuir o cansaço, o desgaste e a sobrecarga.

Mesmo os danos psicológicos terem sido baixos, sugere-se um olhar com cuidado para o que se refere a “tristeza” e “mau-humor” (que apresentaram individualmente risco médio). Semelhante se pontua com os danos sociais, no item “Impaciência com as pessoas em geral” que apresentou nível médio.

Por fim sugere-se que o Comando desta unidade tente parcerias institucionais com Faculdades locais, Clínicas-Escolas com cursos de Fisioterapia, Educação Física e Psicologia para atender a demanda dos danos psicológicos e físicos, como modo de prevenção e tratamento dos já atingidos.

Referências

BEZERRA, Ana Karla. **Organização do Trabalho e os Riscos Psicossociais no 1º Batalhão de Polícia Militar de Palmas**. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Administração). UFT, Palmas.

CARVALHO, Philipe Lira de. **Mapeamento dos Risco Psicossociais relacionado ao trabalho em policiais do 6º batalhão de polícia militar do Estado do Tocantins**. 2016. Dissertação (Mestrado Profissionalizante em Gestão de Políticas Públicas) - Programa de pós-graduação em Gestão de Políticas Públicas, UFT, Palmas.

CAMPOS, Henrique. et al. **Avaliação dos riscos psicossociais relacionados ao trabalho no Corpo de Bombeiros Militar do Distrito Federal**. 2014. Especialização (Especialização em Clínica Psicodinâmica do Trabalho e Gestão do Estresse) - Programa de Pós-graduação Lato Sensu em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações. UNB, Brasília.

DAMASO, Cristina Ramos et al. **Práticas Institucionais para prevenção e atenção aos riscos psicossociais no trabalho dos policiais civis do DF: Contribuições da Psicodinâmica do Trabalho**. 2014. Especialização (Especialização em Psicodinâmica do Trabalho) - Programa de Pós-graduação Lato Sensu em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações. UNB, Brasília.

FACAS, Emílio Peres et al. Sofrimento Ético e (in)dignidade no trabalho bancário: análise clínica e dos riscos psicossociais. In: MONTEIRO, Janine Kieling; VIEIRA, Fernando de Oliveira (Org.). **Trabalho & prazer: teoria, pesquisa e práticas**. Curitiba: Juruá, 2015, p. 233-255.

FREITAS, Kleryson Saraiva. **Prazer e Sofrimento No Trabalho: Um Estudo Com os Servidores Técnicos Administrativos do IFTO – Campus Palmas**. 2015. Dissertação (Programa de Pós-graduação Mestrado Em Gestão de Políticas Públicas). UFT, Palmas

FONSECA, Dilene Melo; SILVA, Marly de Oliveira; SILVA, Ricardo José Naves. **A organização do trabalho e os riscos psicossociais na Polícia Militar do Distrito Federal**. 2014. Especialização (Especialização em Clínica Psicodinâmica do Trabalho e Gestão do Estresse) -UNB, Brasília.

FACAS, Emílio Peres. **Protocolo de avaliação dos riscos psicossociais no trabalho - contribuições da psicodinâmica do trabalho**. 2013. Tese (Doutorado em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações)—Universidade de Brasília, Brasília.

GHIZONI, L. D. **Clínica psicodinâmica da cooperação na Associação de Catadores e Catadoras de Materiais Recicláveis da Região Centro Norte de Palmas – TO (ASCAMPA)**. 2013. Tese (Doutorado em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações)—Universidade de Brasília, Brasília.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Panorama Cidades. Disponível em < <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/to/paraiso/panorama>> Acesso em 15 de setembro de 2018.

NEFFA, J.C. O trabalho humano e a sua centralidade. **Revista Ciências do Trabalho - Nº 4**. Junho, 2015.

ROSÁRIO, Rodolfo Nunes Gomes. **Mapeamento dos Riscos Psicossociais entre Servidores do 7º BPM de Guaraí-TO**. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Administração). UFT, Palmas.

SOUZA, Edinilsa Ramos de; MINAYO, Maria Cecília de Souza. Policial, risco como profissão: morbimortalidade vinculada ao trabalho. **Ciênc. saúde coletiva**, v. 10, n. 4, p. 917-928, 2005.

TOMAZ, Wesley Nairton Araújo. **Riscos Psicossociais relacionados ao Trabalho de Servidores do 5º Batalhão da Polícia Militar do Tocantins**. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso em Administração. UFT, Palmas-TO.

Narrativas de um trabalhador rural resgatado de uma situação de escravidão em pleno século XXI¹

Kamila Santos de Lima²

Liliam Deisy Ghizoni³

Universidade Federal do Tocantins

Resumo

Apresenta-se a narrativa de um trabalhador rural, resgatado de uma condição de escravidão no norte do Tocantins em 2016. Os instrumentos utilizados foram: entrevista qualitativa (áudio gravado e transcrito) e ficha com perfil do trabalhador. Neste recorte do estudo apresenta-se uma relação entre o disposto no artigo 149 do Código Penal Brasileiro (CPB) sobre Trabalho Escravo e a narrativa do Seu Pernambuco, o sujeito da pesquisa. Conclui-se que a escravidão contemporânea rural é tão presente na atualidade como no passado, sendo essa uma exploração contínua, onde os empregadores em sua grande maioria são pessoas com formação de nível superior, que tem o conhecimento formal e que estão passando por cima de leis. Escrevendo com sangue a história de um sujeito aprisionando outro, sem correntes, mas com meios mais sutis, perpetuando esta mancha da nossa história.

Palavras-chave: Trabalho escravo; Trabalho forçado; Condições degradantes; Jornada Exaustiva; Servidão por Dívida.

Introdução

Busca-se neste estudo responder como um trabalhador rural do Tocantins, resgatado de uma condição de trabalho escravo, narra a sua trajetória de trabalho: antes, durante e após o resgate. Entretanto, fez-se um recorte do estudo e apresenta-se a relação entre o disposto no artigo 149 do Código Penal Brasileiro (CPB) sobre Trabalho Escravo e a narrativa do Seu Pernambuco.

De acordo com o Artigo 149 do Código Penal Brasileiro (BRASIL, 2015) define-se trabalho escravo pela redução de alguém a condição análoga à de escravo, submetendo-o **ao trabalho forçado**, onde o trabalhador é submetido a condições de trabalho sem a possibilidade de deixar o local, por conta de dívidas, isolamento geográfico, ameaças e violências físicas e/ou psicológicas; **as condições degradantes**,

¹ Trabalho apresentado no GT 2: Comunicação, Poder e Identidades, da III Jornada Interdisciplinar do PPGCOM/UFT, realizado nos dias 22 e 23 de outubro de 2018

² Administradora, pesquisadora no Grupo de Pesquisa Trabalho e Emancipação da Universidade Federal do Tocantins, kamilas.delima@gmail.com

³ Professora e Líder do Grupo de Pesquisa Trabalho e Emancipação na Universidade Federal do Tocantins, email: ldghizoni@gmail.com

onde a pessoa é exposta a um conjunto de irregularidades que configuram a precarização do trabalho, colocando em risco a sua saúde e vida, e que atentam contra a sua dignidade; **a jornada exaustiva** que o trabalhador é submetido a esforços físicos ou sobrecargas de trabalho e que colocam em risco a sua integridade física; e a **servidão por dívida** que ocorre quando a pessoa é forçada a contrair ilegalmente uma dívida que a obriga a trabalhar para pagá-la e que são cobradas de forma abusiva.

O trabalho escravo vem se intensificando a partir da precarização do trabalho que se fortaleceu na última década, com uma dupla infração, sendo: a infração trabalhista, pois são submetidos a trabalhos degradantes, onde, os trabalhadores não têm reconhecidos os seus direitos à higiene e segurança do trabalho previstas na CLT - Consolidação das Leis do Trabalho; e, também, sendo mais grave é uma infração aos direitos humanos, sobrepondo-se, portanto, aos direitos trabalhistas (MEDEIROS, 2005)

Segundo a ONG Repórter Brasil (2017) o termo “trabalho análogo ao de escravo” vem do fato de que o trabalho escravo formal foi abolido pela Lei Áurea em 13 de maio de 1888. Até então, o Estado brasileiro tolerava a propriedade de uma pessoa por outra não mais reconhecida pela legislação, o que se tornou ilegal após essa data. Sendo possível encontrar formas análogas ao trabalho escravo presentes no mundo inteiro, mas somente em 1995 o Brasil reconheceu publicamente a existência de trabalho em condições análogas à de escravo em seu território. Sendo que no Brasil, não há informações exatas quanto ao número de trabalhadores em circunstâncias de força de trabalho semelhante à escrava. Entretanto, segundo a Comissão Pastoral da Terra (CPT) e a Organização Internacional do Trabalho (OIT), estima-se que haja, a cada ano, de 25 a 40 mil trabalhadores em situação de escravidão no país.

O trabalhador rural é aquele que desenvolve suas funções no meio rural, ou em locais que tenham por objeto a atividade agrícola, define-se que:

Trabalho rural é toda atividade desempenhada em propriedade rural com fins lucrativos, ou, em prédio rústico destinado à exploração agrícola, pecuária, extrativa ou agroindustrial, mesmo estando localizado em perímetro urbano, mas com atividade utilizada em agro economia (NASCIMENTO, 2007, p. 206).

Desta forma este estudo contemplar o GT 2: Comunicação, Poder e Identidades, por abordar uma temática relacionada a construção de identidades de minorias no meio rural, a partir da narrativa do próprio sujeito de pesquisa.

Metodologia da pesquisa

Quanto aos objetivos este estudo caracterizou-se como uma pesquisa exploratória e descritiva. Quanto aos procedimentos trata-se de uma pesquisa de campo com estudo de caso (YIN, 2015).

A Comissão Pastoral da Terra (CPT) localizou e indicou um trabalhador rural que foi vítima do trabalho escravo contemporâneo. Este sujeito foi resgatado em setembro de 2016 em uma fazenda próxima a Araguaína-TO. Neste estudo foi utilizado como instrumento para coleta de dados uma entrevista qualitativa e uma ficha que estabelece o perfil do participante. Sendo assim, foi utilizado um gravador na realização da entrevista para que fosse ampliado o poder de registro e captação de elementos de comunicação de extrema importância, pausas de reflexão, dúvidas ou entonação da voz, aprimorando a compreensão da narrativa (SCHRAIBER, 1995) e após foi realizada a transcrição. Já para análise de conteúdo seguiu-se as etapas, de acordo com Bardin (1977): a) pré-análise que tem como principal objetivo a sistematização para condução das operações sucessivas de análises, nessa etapa, fez-se a primeira leitura flutuante, com marcação do que chamou atenção, focando nos objetivos deste estudo; b) a exploração do material foi feita com a interpretação das informações que atendiam aos objetivos do estudo, para facilitar separou-se por cores no próprio *Word*, e assim visualizou-se os temas, criando um índice. Este detalhamento está disponível em Lima (2018). Neste recorte apresenta-se a relação entre o disposto no artigo 149 do Código Penal Brasileiro (CPB) sobre Trabalho Escravo e a narrativa do sujeito de pesquisa.

Destaca-se que ao finalizar o estudo uma cópia impressa do trabalho, com capa dura, foi enviada, via CPT, para o Sujeito participante deste. Uma via on line foi enviada para a CPT e Comissão Estadual de Erradicação do Trabalho Escravo no Tocantins (COETRA/TO).

Resultados e discussões

Edvaldo Deodato de Souza, mais conhecido como Pernambuco, 58 anos, natural de Novo Exu – Pernambuco, reside no Tocantins desde 1985, atualmente mora em Arapoema, cidade distante de Palmas 385 km. Parou seus estudos nas séries iniciais, pois precisava trabalhar, embora seu pai tenha pago escola particular para ele e alguns de seus irmãos na época, pois não havia escola próxima a residência rural.

Trabalha desde seus 8 anos, inicialmente com seu pai em fazendas de Novo Exu-PE. Para tentar escapar deste meio, Seu Pernambuco saiu do estado quando de origem quando tinha 16 anos, para trabalhar fora, percorreu o Rio Grande do Norte, Pará e veio para o Tocantins, em específico para o município de Arapoema “*porque diziam que aqui era bom de serviço*”. Porém acabou se envolvendo na “armadilha” da pobreza, que é uma roda viva, onde o sujeito não avança, a pessoa segue da mesma forma que chegou, sem desenvolver-se, pois não conseguiu se qualificar, não conseguiu estudar e não conseguiu ser inserido em nenhuma política do governo. Foi resgatado 2 vezes por viver em situação de trabalho escravo e a lembrança mais viva é do último resgate em 2016.

A seguir apresenta-se uma relação entre o disposto no artigo 149 do Código Penal Brasileiro (CPB) e a narrativa do Seu Pernambuco.

QUADRO 1 - Artigo 149 CPB x Narrativa do Seu Pernambuco

Itens do Art. 149 do CPB	Artigo 149 do Código Penal Brasileiro (BRASIL, 2015)	Falas do entrevistado
Trabalho Forçado	O trabalhador é submetido a condições de trabalho sem a possibilidade de deixar o local, por conta de dívidas, isolamento geográfico, ameaças e violências físicas e/ou psicológicas;	“...a gente chegava suado a noite, ‘nois’ chegava morrendo de fome, bater cavalete o dia ‘todin’, pesado, carregar estaca o dia ‘todin’ ai no ombro porque o carro lá não usava, ai era torado o dia ‘todin’, porque só servia pra carregar estaca.”
Condições degradantes	A pessoa é exposta a um conjunto de irregularidades que configuram a precarização do trabalho, colocando em risco a sua saúde e vida, e que atentam contra a sua dignidade;	“O lugar de dormir era bom, era na rede, ai nós fomos pro puxado daqui, porque o homem tem 2 fazendas, ai ‘nois’ viemos dessa daí ai a casa ‘goteirava’, (a última fazenda que ele foi resgatado) tinha um que dormia do

		<i>galinheiro, um que dormia lá no galinheiro porque lá não molhava”</i>
Jornada Exaustiva	O trabalhador é submetido a esforços físicos ou sobrecargas de trabalho e que colocam em risco a sua integridade física;	<i>“O horário lá ‘nois’ pegava 6 horas, chegava 6 horas, largava 11 e pegava 12 e meia, porque era longe pra ‘nois’ ir de pé, não tinha carro lá ‘pra’ levar ‘nois’, ai ‘nois’ tinha que ir de pé, ai é quase 6 km de pé. 6 eu já ‘tava’ no caminho, com a merenda pra comer lá, porque tem que levar merenda, ninguém comia uma hora daquela porque ‘nois’ acordava 4h 4 e meia, ‘nois’ levantava 4h, ‘nois’ levava tudo.”</i>
Servidão por dívida	Ocorre quando a pessoa é forçada a contrair ilegalmente uma dívida que a obriga a trabalhar para pagá-la e que são cobradas de forma abusiva.	<i>“A comida era boa, porque era pouco e o ‘véi’ que comprava, ‘nois’ trabalhava livre, eles descontavam assim, que se ele pagasse a diária, se ele pagasse 80 reais, ‘nois’ ainda sobrava uns 60, porque ele descontava uns 20 lá pra ‘muier’ lá”</i>

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Além destes elementos, observou-se o abuso do empregador por se aproveitar da ingenuidade do Seu Pernambuco, pela falta de conhecimento em relação aos seus direitos, pela condição de estar alcoolizado e sem condições de escolher se queria ir trabalhar com o fazendeiro ou não, ferindo assim a dignidade da pessoa humana.

Considerações finais

O trabalho escravo contemporâneo fere os direitos humanos da mesma maneira que no passado. Segundo ANTERO (2008, p.792), “tão vantajoso para os empresários quanto o da época do Brasil Colônia e do Império, pelo menos do ponto de vista financeiro e operacional”. Sendo assim, ultrapassa o descumprimento da lei trabalhista, ele se configura, pelo trabalho degradante.

Este estudo se baseia na pergunta norteadora, que foi: “Como um trabalhador rural do Tocantins, resgatado de uma condição de trabalho escravo, descreve a sua trajetória de trabalho: antes, durante e após o resgate? ”

Devido ao histórico de vida socioeconômica do participante, é possível verificar a naturalização da vivência como um trabalhador em situação de escravidão. Observou-se que o “antes” do resgate é composto por uma série de repetições do círculo da pobreza, onde um sujeito com pouca escolarização, sem acesso a programas de qualificação, acaba repetindo a história dos seus familiares, trabalhadores da precisão no meio rural.

No “durante” o resgate o que se conclui é que o Seu Pernambuco minimiza toda a situação vivenciada nas fazendas, há uma naturalização da condição vivida, pois não se difere muito da forma que ele viveria se não fosse naquela fazenda. Embora tenha-se configurado trabalho escravo por: ter vivido em condições degradantes como um alojamento precário, esteve na servidão por dívida e tinha uma jornada exaustiva.

O “pós” resgate foi muito importante para dar cidadania ao Seu Pernambuco, pois assim, ele conseguiu fazer os documentos e ser um sujeito na sociedade contemporânea. Esta visibilidade é alicerçada com o apoio da Comissão Pastoral da Terra, que é um órgão da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), vinculado à Comissão Episcopal para o Serviço da Caridade, da Justiça e da Paz, não estando vinculada ao governo, através do Programa RAICE que está em atividade em Arapoema.

Conclui-se assim, que a escravidão contemporânea rural é tão presente como no passado, sendo essa uma exploração contínua, onde os empregadores em sua grande maioria são pessoas com formação de nível superior, que tem o conhecimento formal e que estão passando por cima de leis. Escrevendo com sangue a história de um sujeito aprisionando outro, sem correntes, mas com meios mais sutis, perpetuando esta mancha da nossa história.

Referências

ANTERO, S. A. Monitoramento e avaliação do Programa de Erradicação do trabalho escravo. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 42, n. 5, p. 791-828, set./out. 2008.

BRASIL. **Código Penal**. 19 ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições, v. 70, 1977.

LIMA, K. S. de. **De escravizado à resgatado: O caso de um trabalhador rural**. 2018. 131 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Administração). UFT, Palmas.

MEDEIROS, F. F. P. de. Nota sobre o trabalho escravo no Brasil. In: PAIXÃO, C.; RODRIGUES, D. A.; CALDAS, R. F.(Coords.). **Os novos horizontes do Direito do Trabalho**. Homenagem ao Ministro José Luciano de Castilho Pereira. São Paulo: LTr, 2005.

NASCIMENTO, A. M. **Iniciação do direito do trabalho**. 33 ed., São Paulo: LTR, 2007.

REPÓRTER BRASIL. **O que é trabalho?**. Disponível em:
<<http://reporterbrasil.org.br/trabalho-escravo/>>. Acessado em: 20 de ago. de 2017.

SCHRAIBER, L. B. Pesquisa qualitativa em saúde: reflexões metodológicas do relato oral e produção de narrativas em estudo sobre a profissão médica. **Revista de Saúde Pública**, São Paulo, v. 29, n. 1, p. 63-74, 1995.

YIN, R. K. **Estudo de Caso: Planejamento e Métodos**. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, p. 53, 2015.

O Discurso da Anormalidade Segundo Foucault. A Mídia Cultural Sexual e suas Ralações na Instituição Escolar

Felipe Barnabé Batista.¹
Universidade Federal do Tocantins

Resumo

A pesquisa apresenta reflexões acerca da relação entre o que pode ser considerado normal ou anormal sobre a sexualidade a partir de parâmetros históricos correlacionados a mídia, a cultura sexual capitalista/científica e por fim, a instituição escolar. Na escola, um aluno pode ser considerado anormal? A partir deste questionamento, busca-se em Foucault, na sua genealogia da anormalidade apresentar três figuras abomináveis socialmente que definem o anormal sexual. Para o filósofo, tais figuras permanecem separadas até a chegada de um sistema de poder vigente, neste caso, uma instituição que evidencia a existência de um processo entre as divergências éticas, políticas e sexuais. A pesquisa aponta que o mesmo ocorre nas instituições escolares.

Palavras-chave: Anormalidade, Educação, Sexualidade.

Corpo do trabalho

Cada sociedade constrói um erotismo próprio e uma interpretação singular da sexualidade. Ao longo da história, as literaturas e as mídias enquadram o sexo e o prazer evidenciando o inesgotável e sempre renovado interesse da humanidade em representar e se ver representada sexualmente. A elaboração de uma eroticidade distinta revela uma mentalidade social e o íntimo de determinada época. Por ser um objeto de fascinação tão intenso e tão intrínseco à natureza humana que é também um alvo universal de intervenção. Este alvo potencializa o fascínio assim como o perpétuo aparato de controle e transgressão, de determinadas épocas e culturas.

É o que marca a passagem da natureza para a cultura, do princípio de prazer para o princípio de realidade. Estabelecer e impor formas de controle, tarefas fundamentais de toda sociedade, permite a emergência e a constituição dos sujeitos resultando na particular combinação entre demandas pulsionais e processos civilizatórios. (FOUCAULT, 2003, p. 98). O desejo, melhor intitulado, reação orgânica ao desejo, é construído na cultura.

¹ Graduado em Filosofia e Letras; Estudante do curso de Mestrado Profissional em Filosofia da Universidade Federal do Tocantins (Prof-Filo/UFT). E-mail: 11bb@outlook.com

Resgata-se a abordagem de Foucault sobre o corpo que se tornou aquilo que está “em jogo numa luta entre os filhos e os pais, entre a criança e as instâncias de controle”. Essa revolta do corpo sexual é “o contra efeito desta ofensiva”. Como o poder responde? Segundo Foucault, “através da exploração econômica (e talvez ideológica) de erotização, desde os produtos para bronzear até os filmes pornográficos” (FOUCAULT, 2003, p. 147).

A sociedade de consumidores adapta a concepção do modelo discursivo médico-científico da *scientia sexualis* às relações mercadológicas, constituindo uma nova medicina do corpo, um novo controle. Primeiro, a compreensão da sexualidade do corpo, depois a associação da saúde à estética e a construção de padrões de corpo e de beleza, amplamente divulgados pela mídia. Tal dispositivo, diz Foucault (2002, p. 21), gerou um “falar de” que possibilitou a construção e a difusão de um “fazer” normatizado, em uma nova forma de realização do erótico e da idealização do prazer. Neste contexto, defende Silvio Gallo:

Nosso corpo é a coisa a qual se estabelecem representações sociais. Essas representações são linguísticas, ou seja, são nomes que revestem nosso corpo nu. Cada um de nós representa uns aos outros por nomes com os quais expressamos nossos sentimento e emoções: alegrias-tristeza, dor-prazer, amor-ódio etc. Somos um feixe de sensações sem nome. Para expressar, comunicar essas sensações, necessitamos deste acessório – o nome – que a palavra empresta à coisa. O nome é o que vem de fora, o que nos invade e nos constitui como seres falantes. (GALLO, 2003, p. 70)

Na sociedade pós-moderna, o erótico e todas as questões sexuais passam a ser regidas pelo econômico. Semelhante àquilo que Lévy (1996, p. 68) chama de virtualização, ele perde a sua essência e a sua força criativa a partir do momento em que a mídia procede de maneira semelhante à *scientia sexualis* na criação de verdades e na divulgação e controle do discurso erótico.

O erotismo midiático produz um corpo-discurso, construído na mídia para significar e ganhar significados nas relações midiáticas. É imagem, texto não-verbal que representa um ideal e dilui a subjetividade e a dispersividade dos corpos de natureza e de cultura (CAMARGO; HOFF, 2002, p.27). É um simulacro cuja função é difundir e propagar o discurso do poder. Relaciona a saúde à estética, desagrega valores gerontocráticos, acentua a desvalorização da velhice e promove valores juvenis.

Relativamente nova na história da humanidade, a palavra sexualidade, na visão de Gallo (2003, p. 70) refere-se a “um conjunto de práticas corporais legitimadas por valores socialmente construídos”. O termo, que apenas surgiu em 1838, foi inserido no “vocabulário biológico para significar um conjunto de comportamentos relativo ao instinto reprodutivo e a sua satisfação”. (GALLO, 2003, p. 70)

Em Foucault, a repressão moderna do sexo ainda se sustenta. Afinal, é fácil de ser percebido. O rasgo histórico-político o protege, da origem na Idade da Repressão (Século XVII) à fixação da ordem burguesa-capitalista. “A crônica menor do sexo e de suas vexações se transpõe, imediatamente, na cerimoniosa história dos modos de produção” (FOUCAULT, 2003, p. 11).

Nesse contexto, entra em pauta a questão da possibilidade de problematizar a situação do aluno frente à historicidade que o interpela sobre os modelos normalizadores da modernidade na conjuntura das diversidades na escola. Esta, entendida como instituição, ante tantas outras estudadas por Foucault, como as prisões, os hospitais e os asilos. A escola vigora domínio no desenvolvimento do sujeito desde os primeiros momentos de aprendizagem até o ingresso a faculdade para a formação adulta.

Na ordem dos saberes e dos poderes regidas pela escola, o sujeito encontra-se categorizado a modelos pressupostos de controle social, entre verdades inexatas e conceitos que normatizam uns aos outros. Porém, o que é anormal? Ser normal é se subordinar as mesmas regras e condutas? No Século XIX, conforme Foucault (2001, p. 75), o indivíduo anormal apresenta-se “por essa espécie de monstruosidade que se tornou cada vez mais apagada e diáfana, por essa incorrigibilidade retificável e cada vez mais investida por aparelhos de retificação”.

Faz parte do cotidiano a elevação das anormalidades em grupos minoritários da sociedade mundial. Foucault, sobre a anormalidade, parte da concepção histórica a respeito do mostro humano, o indivíduo a ser corrigido e a criança masturbadora para introduzir a genealogia da anormalidade. Segundo o filósofo:

O primeiro monstro se refere a uma história natural essencialmente centrada na distinção absoluta e insuperável das espécies, gêneros, reinos, etc. O incorrigível, por sua vez, se refere a um tipo de saber que está se constituindo lentamente no século XVIII: é o saber que nasce das técnicas pedagógicas, das técnicas de educação coletiva,

de formação de aptidões. Enfim, o masturbador aparece muito tardiamente, nos derradeiros anos do século XVIII, referido a uma nascente biologia da sexualidade que, na verdade, só por volta de 1820-1830 adquirirá sua regularidade científica (FOUCAULT, 2001, p. 77).

Essas três figuras permanecem separadas até a chegada de um sistema de poder vigente. Uma instituição ou um micropoder. Acerca dos apontamentos do filósofo sobre a anormalidade, evidencia-se a existência de todo um processo verbalizado sobre as divergências éticas, políticas e sexuais no âmbito escolar e no processo de ensino.

Referências bibliográficas

CAMARGO, Francisco Carlos; HOFF, Tânia Márcia Cezar. **Erotismo e mídia**. São Paulo: Expressão e arte editora, 2002.

FOUCAULT, Michel. **A Ordem do Discurso**. São Paulo: Loyola, 2002.

_____. **História da sexualidade v.1**. São Paulo: Graal, 2003.

_____. **Os anormais: curso no Collège de France (1974-1975)**. Tradução Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

GALLO, S. **Ética e Cidadania: caminhos da Filosofia**. São Paulo: Papyrus Editora, 2003.

LÉVY, Pierre. **O que é virtual?** Rio de Janeiro: Editora 34, 1996.

Literatura e Filosofia: O Papel do Excluído em Guimarães Rosa e Herbert Marcuse

André Francisco Freire Monteiro¹
Universidade Federal do Tocantins

Resumo

O presente trabalho analisa a figura do “excluído” no conto *Famigerado* pertencente à obra *Primeiras Estórias* de João Guimarães Rosa (1908-1967), e a partir da Teoria Crítica da Sociedade de Herbert Marcuse (1898-1979). Com base em uma revisão bibliográfica, observa-se que na filosofia de Herbert Marcuse os excluídos despontam como sujeitos capazes de mudar a realidade que estão inseridos. No conto *Famigerado* verifica-se que Damázio é um notório excluído da sociedade brasileira, excluído economicamente, excluído das cidades e um não-escolarizado sem acesso ao conhecimento produzido em linguagem oficial. Mas Guimarães Rosa não o retrata como um incapaz, mas sim um homem que tem o poder das armas, que luta para sobreviver e ter uma vida que considera digna. Marcuse define a literatura como uma das dimensões estéticas que estabelecem negação a realidade hodierna e pode falar a linguagem e experiência dos oprimidos e excluídos.

Palavras-chave: Excluído. Literatura. Teoria Crítica.

A pesquisa tem como objetivo analisar a figura do “excluído” no conto *Famigerado* pertencente à obra *Primeiras Estórias*, um livro de contos publicado originalmente em 1962 por João Guimarães Rosa (1908-1967), e a partir da Teoria Crítica da Sociedade de Herbert Marcuse (1898-1979). O termo “excluído” significa não admitido, privado da posse de alguma coisa ou excluir. “Excluído”, a partir de uma visão sociológica é aquele que se encontra à margem da sociedade, que não tem acesso aos benefícios e riquezas produzidas socialmente.

Para Ronái (2001, p. 25) os personagens dos 21 contos do livro *Primeiras Estórias* são todos “[...] intocados pela civilização, guiados pelo instinto, inadaptados ou ainda não integrados na sociedade ou rejeitados por ela, pouco se lhes dá do real e da ordem”. Os personagens criados por Guimarães Rosa enquadram-se na figura dos excluídos. Personagens como loucos, crianças, jagunços, pobres, matadores, prostitutas, enfermos, entre outros, aparecem como elementos centrais das obras.

A literatura de Rosa traz ao primeiro plano toda a realidade que o mundo construído em bases capitalistas pretende esconder para poder legitimar sua ideologia

¹ Mestrando em Filosofia pela Universidade Federal do Tocantins (PROF-FILO). E-mail: andref.freire@hotmail.com

de melhor dos mundos possíveis. Em 1962, os jagunços, os analfabetos, as donas de casa, os negros, são a grande massa da sociedade brasileira que está em vias de transformações políticas e sociais significativas, a construção da Capital Federal e as propostas de Reformas de Base- reformas agrárias, urbana, administrativa que foram impedidas de serem implementadas por um Golpe Militar em 1964.

Maceno (2016, p. 153) esclarece que em 1962 a população brasileira era dividida em entre população rural, a grande maioria, e a população das cidades, sendo que a população rural era marcada pelo analfabetismo, podendo “[...] dividir o cenário da época entre Brasil escolarizado e Brasil não-escolarizado” e que “ nesse Brasil não-escolarizado, o poder institucionalizado fazia-se ausente, campeando o poder de grupos isolados, sendo o jagunço, o valentão, um símbolo deste poder paralelo.” Essa divisão entre analfabetos e escolarizados é uma das principais características que está presente no conto *Famigerado*.

O conto *Famigerado* tem como personagens principais um médico (narrador-personagem) e o jagunço Damázio. Aparecem também no texto figuras como três cavaleiros que foram levados pelo jagunço para servirem de testemunha, são mencionadas as figuras de um padre e de um moço do governo, que teria chamado o jagunço de famigerado.

Após ter conhecimento de que foi chamado pelo moço do governo de famigerado o jagunço Damázio percorreu seis léguas para consultar o médico a respeito do significado de tal palavra. O médico ao receber o jagunço na entrada de sua casa ficou com medo e apenas revelou o significado positivo do termo famigerado, que quer dizer “inóxio”, “célebre”, “notório”, “notável”. O médico com a certeza que ele detinha o poder do conhecimento, mas o jagunço o poder das armas, ou melhor, de vida e morte, sonegou a Damázio que famigerado também pode significar um malfeitor ou pessoa de mau-caráter.

Segundo Paula (2008, p.2) o jagunço ao ser enganado pelo médico perde o poder sobre a morte, e isto só foi “[...] possível por que o jagunço está à margem da cultura letrada - não domina os seus processos, estruturas e significados”. A partir de Damázio percebe-se que o analfabetismo é um mal social que está presente de forma significativa nas comunidades rurais. Damázio só foi buscar o significado da palavra com o médico porque onde ele vive e pelo caminho de quase 40 quilômetros percorridos ninguém,

exceto o padre, sabe esclarecer tal palavra, “- Lá, e por estes meios de caminho, tem nenhum ninguém ciente, nem têm o legítimo – o livro que aprende as palavras ... É gente pra informação torta, por se fingirem de menos ignorâncias [...]” (ROSA, 2001, p. 59).

Paula (2008, p. 154) mostra que o conto ao trabalhar os dois significados do termo “famigerado” “[...] retrata um aspecto da sociedade e o torna elemento interno: a existência de duas variantes da língua (a padrão e a não-padrão) que exclui os não-escolarizados, praticantes da modalidade não-padrão”. A estruturação social cria exclusão ao limitar a uma parcela da população o acesso ao conhecimento produzido. O conhecimento científico então fica a mercê de uma pequena parcela de indivíduos que o utilizam para benefício individual em desvantagem ao crescimento coletivo.

Damázio é um notório excluído da sociedade brasileira, excluído economicamente, excluído das cidades e um não-escolarizado que não tem acesso ao conhecimento produzido em linguagem padrão (oficial). Mas Guimarães Rosa não o retrata como um incapaz, mas sim um homem que tem o poder das armas, que luta para sobreviver e ter uma vida que considera digna, que pode a qualquer momento expulsar moços do Governo, representantes de uma instituição social que historicamente gera desenvolvimento ao produzir pobreza e miséria.

Herbert Marcuse, filósofo alemão, analisou os diversos mecanismos de exclusão e dominação que se consolidaram a partir do progresso da sociedade moderna. Realizou pesquisas fundamentais para compreensão dos aparatos que transformaram a vida humana. Desvelou as principais contradições sociais de sua época. Seus esclarecimentos sobre o desenvolvimento social e funcionamento das sociedades modernas continuam importantes para percepção dos dias atuais.

No livro *A ideologia da Sociedade Industrial*, publicado originalmente em 1964, dois anos depois do conto *Famigerado*, Marcuse aponta que “[...] por baixo da base conservadora popular está o substrato dos párias e estranhos, dos explorados e perseguidos de outras raças e de outras cores, os desempregados e os não-empregáveis”. Indivíduos que existem às margens do processo democrático. Segundo o filósofo a existência de tais indivíduos revela a “[...] mais real necessidade de pôr fim às condições e instituições intoleráveis”, que a oposição que jagunços, negros, pobres, mendigos, prostitutas, exercem “[...] é revolucionária ainda que sua consciência não o

seja. [...]. Sua força está por trás de toda manifestação política para as vítimas da lei e da ordem.” (MARCUSE, 1978, p. 235)

Diferentemente de Guimarães Rosa, Herbert Marcuse dedica grande parte de sua vida a militância política, tanto os seus escritos como a sua prática política foram voltadas para a luta contra todas as formas de opressão e pobreza. Para ele, os renegados pelo sistema social são a nova força de revolução, não são o novo agente revolucionário, mas são atualmente os que recusam o jogo da sociedade estabelecida.

A Teoria Crítica de Marcuse mostra várias forças de oposição e recusa, dentre elas destaca-se a Arte. Ela é concebida como um meio que faz perceber várias possibilidades de manter a vida. Marcuse escreveu sua tese de doutorado sobre *O romance do artista alemão*, desta forma, ele ressalta a literatura como uma das dimensões estéticas que estabelecem negação a realidade hodierna.

Nesta perspectiva, a literatura de Guimarães Rosa pode ser compreendida como um espaço que, ao representar a realidade brasileira ocultada pelo discurso oficial e criar um novo mundo de jagunços, loucos e pobres, também se torna força de oposição e possibilidade de mudanças. Para Marcuse a arte não precisa estar falando sobre revolução ou revolta para aparecer como negação e recusa. Segundo ele (1986, p. 22) “enquanto o homem e a natureza não existem numa sociedade livre, as suas potencialidades reprimidas e distorcidas só podem ser representadas numa forma alienante”. A literatura então aparece como um veículo de liberdade e emancipação.

O potencial negativo da arte pode falar a linguagem e experiência dos oprimidos e excluídos, pois ela “[...] como mundo fictício, como ilusão (Schein), contém mais verdade que a realidade de todos os dias” (MARCUSE, 1986, p. 61). Desta forma, a ilusão criada pela arte, e pelos textos de Guimarães Rosa, desvelam as realidades que deixamos de perceber ou questionar. No livro *Contra-Revolução e Revolta* Marcuse (1981, p. 93) afirma que “não existe obra que não evoque, em sua própria estrutura, as palavras, as imagens, a música de uma outra realidade, de uma outra ordem repelida pela ordem existente [...]”. A obra de arte carrega então todo um potencial de negação das estruturas de manutenção da realidade estabelecida.

Silva (2005) mostra que para Marcuse no livro *Eros e Civilização* a arte, principalmente a literatura, constitui-se como uma das formas de humanização do homem. A literatura como ferramenta onde o homem desenvolve as suas

potencialidades, onde consegue ver as suas incertezas e romper com aquilo que o fragmenta.

A arte aparece então como um espaço onde o homem pensa a si mesmo e a sua imaginação concretiza-se como uma forma de negação dos meios de opressão e alienação, oferecendo a possibilidade de pensar novas formas de organização social, fugindo da realidade de fragmentação e barbárie, aparecendo como característica da arte a tarefa de libertar a imaginação e a sensibilidade humana para as possibilidades de construção de uma outra e melhor estruturação social, uma nova realidade.

Por isso, a Teoria Crítica marcuseana delinea as características negativas da estruturação da sociedade contemporânea e a partir disso, mostra a alternativas para melhorar a organização social.

A literatura de Guimarães Rosa e a filosofia de Herbert Marcuse, dois importantes intelectuais que foram contemporâneos, retrataram a figura e o papel do excluído. Os autores dão voz aos excluídos e enxergam todo o potencial que podem desenvolver.

O personagem Damázio é um autêntico excluído, assim como os pobres, crianças, loucos, mulheres, negros. Ele faz perceber as relações sociais existentes no sertão brasileiro, com todas as suas características positivas e negativas. Marcuse e Rosa são forças de mudança que mostram todas as possibilidades de construirmos um mundo melhor, mais humano, que congregue todas as diferenças e realize a tão necessária vida feliz.

Referências bibliográficas

MACENO, R. B. **O mundo e o mundo das palavras: análise sociológica do conto “famigerado”, de João Guimarães Rosa.** Form@re. Revista do Plano Nacional de Formação de Professores da Educação Básica./Universidade Federal do Piauí, Teresina, v. 4, n. 2, p.151-163, jul./dez. 2016.

MARCUSE, Herbert. **A ideologia da sociedade industrial.** Tradução de Giasone Rebuá. 6º ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

_____. **A Dimensão Estética.** São Paulo: Martins Fontes, 1986.

_____. **Contra- Revolução e Revolta.** Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1981.

_____. **Eros e Civilização:** uma interpretação filosófica do pensamento de Freud. 8º ed. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

PAULA, C. M. **Sete meis, Damázio e Rael:** três vozes, três momentos, uma crítica. XI Congresso Internacional da ABRALIC. USP – São Paulo, Brasil, 2008.

ROSA, João Guimarães. **Primeiras estórias.** 15. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2001.

SILVA, R. C. **Arte e reconciliação em Herbert Marcuse.** Trans/Form/Ação, São Paulo, 28(1): 29-48, 2005.