

COMUNICAÇÃO
MÍDIA
E CONSUMO

Editores-chefes: Mônica Rebecca Ferrari Nunes, Eliza Bachega Casadei

Bolsistas PPGCOM-ESPM: Camilla Rocha, Fernando Gonzales

Assessoria Editorial: E-papers Serviços Editoriais Ltda.

Revisão: Rodrigo R. Carmo (português)

Tradução: Fabiana Ribeiro do Nascimento

Capa: Luiz Basile

e-ISSN 1983-7070

Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM

Profa. Dra. Denise Cogo

Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da
Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM, Brasil

Profa. Dra. Eliza Bachega Casadei

Vice-Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da
Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM, Brasil

CATALOGAÇÃO NA FONTE

Comunicação, Mídia e Consumo / Escola Superior de Propaganda e
Marketing. Ano 1, v. 1, n. 1 (maio 2004) – São Paulo: ESPM, 2020 –

Ano 17, v. 17, n. 48 (jan./abr. 2020)
Quadrimestral
ISSN 1983-7070 online
Acesso em: <http://revistacmc.espm.br>

1. Comunicação – Periódico. 2. Mídia. 3. Consumo. I. Escola Superior de
Propaganda e Marketing. II. Programa de Pós-Graduação em Comunicação
e Práticas de Consumo.

CDU – 659.1

ESPM

Rua Dr. Álvaro Alvim, 123 Vila Mariana São Paulo SP Brasil

telefone: 55 11 5085-6663

revistacmc@espm.br

Comunicação, mídia e consumo

**Revista do Programa de Pós-Graduação
em Comunicação e Práticas de
Consumo da ESPM, São Paulo**

Publicação quadrimestral
ano 17 • volume 17 • número 48 • jan/abr. 2020
versão eletrônica da revista disponível em:
<http://revistacmc.espm.br>

Indexadores e Diretórios: Revcom, Latindex, IBICT/Seer, Sumarios.org, LivRe, EBSCO, Univerciência, DOAJ (Directory of Open Access Journals), GALE-CENGAGE Learning, Portal de Periódicos da Capes, Diadorim, Scopus

EXPEDIENTE

Publicação quadrimestral do Programa de Pós-graduação da ESPM

Conselho Editorial Adriana da Rosa Amaral, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, UNISINOS; Afonso de Albuquerque, Universidade Federal Fluminense, UFF; Alberto Efendy Maldonado de la Torre, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, UNISINOS; Alexandre Almeida Barbalho, Universidade Estadual do Ceará, UEC; Amparo Huertas, Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona, Espanha; Ana Carolina Damboriarena Escosteguy, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, PUC/RS; Ana Carolina Rocha Pessoa Temer, Universidade Federal de Goiás, UFG; Ana Cláudia Gruszynski, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, UFRGS; Ana Claudia Mei Alves de Oliveira, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PUC/SP; Ana Lucia Silva Enne, Universidade Federal Fluminense, UFF; Ana María Rosas Mantecón, Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, México, Internacional; Ángela Freire Prysthon, Universidade Federal de Pernambuco, UFPE; Ana Wortman, Universidad de Buenos Aires - UBA, Buenos Aires, Argentina; Beatriz Brandão Polivanov, Universidade Federal Fluminense - UFF, Niterói, RJ, Brasil; Bruno Roberto Campanella, Universidade Federal Fluminense, UFF; Carla Fernanda Pereira Barros, Universidade Federal Fluminense, UFF; Carmen Peñafiel, Universidad del País Vasco, Internacional; Claudia da Silva Pereira, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, PUC/RJ; Claudia Irene de Quadros, Universidade Federal do Paraná, UFP; Claudia Lago, Universidade Anhembi Morumbi, UAM; Cristiane Finger Costa, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, PUC/RS; Cristiane Freitas Gutfreind, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, PUC/RS; Daniel Miller, University College London, Reino Unido; Denise da Costa Oliveira Siqueira, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, UERJ; Doris Martinez Vizcarrondo, Universidad de Puerto Rico, Internacional; Edgar Patricio de Almeida Filho, Universidade Federal do Ceará, UFC; Eduardo Campos Pellanda, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, PUC/RS; Eliseo Colón, Universidad de Puerto Rico, Internacional; Eugenia Maria Mariano da Rocha Barichello, Universidade Federal de Santa Maria, UFSM; Fabio Fonseca de Castro, Universidade Federal do Pará, UFPA; Fátima Cristina Regis Martins de Oliveira, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, UERJ; Felipe de Castro Mutanis, Universidade Federal Fluminense, UFF; Fernanda Martinelli, Universidade de Brasília, UNB; Fernando Antônio Resende, Universidade Federal Fluminense, UFF; Fernando do Nascimento Gonçalves, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, UERJ; Francisco Paulo Jamil Almeida Marques, Universidade Federal do Paraná, UFP; Francisco Rüdiger, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, PUC/RS; Geane Carvalho Alzamora, Universidade Federal de Minas Gerais, UFMG; Gislene da Silva, Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC; Guilherme Nery Atem, Universidade Federal Fluminense, UFF; Gustavo Daudt Fischer, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, UNISINOS; Herom Vargas Silva, Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS; Hugo Rodolfo Lovisolo, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, UERJ; Isabel Maria Ferin da Cunha, Universidade de Coimbra, Internacional; Isabel Siqueira Travancas, Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ; Isaltina Maria de Azevedo Mello Gomes, Universidade Federal de Pernambuco, UFPE; Janice Caiafa Pereira e Silva, Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ; Jean Charles Zozzoli, Universidade Federal de Alagoas, UFAL; Jiani Adriano Bonin, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, UNISINOS; João Batista Freitas Cardoso, Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS; João Luis de Araújo Maia, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, UERJ; Jorge Luiz Cunha Cardoso Filho, Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, UFRB; José Carlos Marques, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, UNESP; José Carlos Souza Rodrigues, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro - PUC/RJ, Rio de Janeiro, RJ, Brasil; José Eugênio de Oliveira Menezes, Faculdade Cásper Líbero, FCL; Josimey Costa da Silva, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, UFRGN; Juliana Colussi, Universidad del Rosario - Bogotá, Colômbia; Juremir Machado da Silva, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, PUC/RS; Karla Regina Macena Pereira Patriota Bronshtein, Universidade Federal de Pernambuco, UFPE; Laan Mendes de Barros, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, UNESP; Laura Loguericio Cãnepa, Universidade Anhembi Morumbi, UAM; Liv Rebecca Sovik, Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ; Ludmila de Lima Brandão, Universidade Federal de Mato Grosso , UFMT; Luis Mauro Sá Martino, Faculdade Cásper Líbero, FCL; Luiz Antonio Vádico, Universidade Anhembi Morumbi, UAM; Magali do Nascimento Cunha, Universidade Metodista de São Paulo, Metodista; Marcelo Kischinhevsky, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, UERJ; Marcial Murciano, Universidade Autônoma de Barcelona, Internacional; Marcio Acelrad, Universidade de Fortaleza, UNIFOR; Marcio de Vasconcellos Serelle, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, PUC/MG; Márcio Souza Gonçalves, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, UERJ; Maria Berenice da Costa Machado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, UFRGS; Maria Cristina Castilho Costa, Universidade de São Paulo, USP; Maria Cristina Mendes da Ponte, Universidade Nova de Lisboa - Lisboa, Portugal; Maria Inês Carlos Magno, Universidade Anhembi Morumbi, UAM; Maria Paula Sibília, Universidade Federal Fluminense, UFF; Marialva Carlos Barbosa, Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ; Mariângela Machado Toaldo, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, UFRGS; Marli dos Santos, Universidade Metodista de São Paulo, Metodista; Maurício Lissovsky, Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ; Marta Cantijoch Cunill, Universidade de Manchester, Manchester, Reino Unido; Marta Rizzo Garcia, Universidad Autónoma de la Ciudad de México - UACM, Ciudad de México, México; Micael Maiolino Herschmann, Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ; Michell Maffesoli, Universidade Paris V, Internacional; Misaki Tanaka - Mii Saki, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PUC/SP; Mohammed ElHajji, Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ; Nisia Martins do Rosário, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, UFRGS; Nizia Maria Souza Villça, Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ; Octavio Islas, Instituto Tecnológico de Monterrey-Mexico, Internacional; Patricia Cecilia Burrows, Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ; Paula Regina Puhl, Universidade Feevale (RS); Philippe Meers, University of Antwerp, Antuérpia, Bélgica; Priscila Ferreira Perazzo, Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS; Raquel da Cunha Recuero, Universidade Católica de Pelotas, UCPEL; Raquel Marques Carriço Ferreira, Universidade Federal de Sergipe, UFS; Regiane Miranda de Oliveira Nakagawa, Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, UFRB; Regina Rossetti, Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS; Ricardo Ferreira Freitas, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, UERJ; Roberto Manuel Igarza, Academia Nacional de Educación, Internacional; Rogério Luiz Covaleski, Universidade Federal de Pernambuco, UFPE; Ronaldo George Helal, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, UERJ; Rosário Radakovich , Universidad de la Republica, Internacional; Roseli Aparecida Figaro Paulino, Universidade de São Paulo, USP; Saleta de Salvador Agra, Universidade de Vigo, Pontevedra, Espanha; Sandra Portella Montardo, Universidade Feevale, Feevale; Sebastião Carlos de Moraes Squirra, Universidade Metodista de São Paulo, Metodista; Simone Luci Pereira, Universidade Paulista, UNIP; Simone Maria Andrade Pereira de Sá, Universidade Federal Fluminense, UFF; Sofia Cavalcanti Zanforlin, Universidade Católica de Brasília, UNB; Sônia Virginia Moreira, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, UERJ; Suelly Dadalti Fragoso, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, UFRGS; Tanius Karam, Universidad Autónoma de la Ciudad de México - UACM, Ciudad de México, México; Tomás Ariztia, Universidad Diego Portales, Santiago, Chile; Valquíria Aparecida Passos Kneipp, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, UFRGN; Veneza Mayora Ronsini, Universidade Federal de Santa Maria, UFSM; Yuji Gushiken, Universidade Federal de Mato Grosso , UFMT

EDITORIAL

Em um dos muitos artigos publicados ao longo de sua carreira, Maria Aparecida Baccega, professora e uma das fundadoras do PPGCOM-ESPM, falecida em janeiro deste ano, autora de vasta obra sobre comunicação-consumo, afirmara que “o processo de socialização, que envolve várias agências, sobretudo a escolar e a familiar, além da religiosa, tem encontrado no aparato midiático (...) uma outra agência, que (...) envolve a todos”. Além disso, “no âmbito dessas relações, e perpassando todas elas, emerge a questão do consumo. Pilar da contemporaneidade, construtor de identidades, o consumo de bens tangíveis e intangíveis tem se manifestado importante mediação constitutiva do sujeito”¹. Tais palavras materializam o eixo central de estudos desenvolvidos no PPGCOM-ESPM, a partir dos quais a comunicação e o consumo não compõem instâncias separadas da vida social, mas aspectos centrais que permitem fazer a leitura dos mapas culturais do nosso tempo histórico, bem como das possibilidades de subjetivação e constituição da cidadania. É por isso que o PPGCOM-ESPM possui uma eterna dívida com o pensamento da professora Baccega e os artigos que compõem a presente edição da *CMC*, ao partirem destes mesmos pressupostos, são também uma homenagem a esse pensamento basilar para a constituição da nossa área de pesquisa.

1 BACCEGA, Maria Aparecida. Comunicação/educação: relações com o consumo. Importância para a constituição da cidadania. *Comunicação, Mídia e Consumo*, v. 7, n. 19, p. 49-65, 2010.

As intersecções entre consumo e cidadania, a partir de uma perspectiva aplicada, são articuladas no artigo “Desafíos para una ciudadanía inclusiva: competencia digital entre adultos mayores y jóvenes”. Nele, as autoras Ana Amaro Agudo, Erika González García e Nazaret Martínez-Heredia comparam descritivamente as competências digitais de jovens e idosos em relação à busca e tratamento de informações na Faculdade de Ciências da Educação da Universidade de Granada (Espanha). Além de propor uma metodologia para o tratamento dessa temática, as autoras discutem os problemas referentes a questões geracionais quando avaliados os usos das novas tecnologias de comunicação e informação. Também nesse eixo, a edição traz o artigo “Media Practitioners’ Perceptions of e-Governance and Dissemination of Government Policies/Programmes in South-East Nigeria”, de Patrick Ene Okon, Cosmos Chukwudi Ndukwe, Chidinma Joan Nweke e Uzoma Chukwuemeka Okugo. Com base em uma pesquisa com 1.340 profissionais de mídia a respeito do conhecimento deles em relação aos mecanismos de governança eletrônica na Nigéria, os autores discutem os fatores que engendram o baixo conhecimento destes profissionais a respeito dessas ferramentas e, conseqüentemente, sua baixa veiculação. As pesquisas aplicadas no campo da cultura do consumo também são discutidas sob uma perspectiva metodológica no artigo de Luis Mauro Sá Martino, “Questões metodológicas da pesquisa de campo em comunicação organizacional: um olhar a partir da microsociologia de Goffman”. O texto traz as contribuições de Erving Goffman para o método da micro-observação e suas aplicações em um estudo sobre a comunicação face a face em uma empresa. O autor discute as formas de observação dos eventos de microescala quando se faz parte dela e os modos de elaboração de uma descrição válida do que foi visto a partir da perspectiva goffmaniana.

As intersecções entre os aspectos discursivos que articulam a cultura do consumo e suas diversas materializações midiáticas compõem o segundo eixo temático da presente edição. No artigo “*Diversitywashing*: as marcas e suas (in)coerências expressivas”, Fernanda Carrera e Chalini Torquato discutem as contradições entre aquilo que as marcas expõem

discursivamente e os rastros estereotípicos imagéticos e textuais articulados por elas no que se refere à prática do *diversitywashing*. As autoras mapeiam seis traços expressivos comuns dessa prática e, a partir deles, analisam as incoerências discursivas das marcas sobre os temas da diversidade e do gerenciamento das impressões. Em “Crítica da inspiração nos processos comunicacionais do capitalismo *cool*”, Vander Casaqui estuda, como objeto teórico, a inspiração como elemento que identifica os processos comunicacionais relacionados com a cultura empreendedora. Para o autor, a publicização desse valor atua no engajamento do capitalismo contemporâneo em sua face sedutora, problematizando as urdiduras narrativo-midiáticas entre inspiração, empreendedorismo e capitalismo neoliberal. Já Heloísa Derkoski Dalla Nora e Eliane Cado-ná, em “Sobre infância, saúde e gênero: discursos biomédicos na mídia impressa de 1990”, analisam a seção de saúde do jornal *Zero Hora* do ano de 1990, evidenciando os sentidos de Gênero, Saúde e Infância ali veiculados. A partir dos instrumentos metodológicos do Construcionismo Social, o artigo reflete sobre as articulações discursivas veiculadas no jornal com os princípios do ECA e do SUS.

No terceiro eixo temático da presente edição, são discutidas as materializações da cidadania e do consumo em suportes audiovisuais. Em “Da montagem ao *collage*: *found footage*, voz-over e filme-ensaio”, Rafael de Almeida estuda o filme-ensaio *Seams*, de Karim Aïnouz. O autor analisa como os elementos de *voice-over* e *found footage* se articulam na montagem e potencializam seus papéis narrativos diante da construção textual discursiva e crítica sobre o machismo brasileiro. Por fim, em “As relações entre horror e racismo no filme *Corra!*”, Ana Maria Acker apresenta experiências sensíveis do horror e do racismo nas sociedades contemporâneas. O artigo propõe a discussão sobre as características das possíveis experiências estéticas do horror na contemporaneidade e uma crítica ao racismo estrutural a partir do midiático.

Desejamos a todos uma excelente leitura!

Mônica Rebecca Ferrari Nunes
Eliza Bachega Casadei
Editoras da revista CMC

Sumário

- 11** Desafíos para una ciudadanía inclusiva: competencia digital entre adultos mayores y jóvenes

Challenges for inclusive citizenship: digital literacy between elderly and young

Ana Amaro Agudo

Erika González García

Nazaret Martínez-Heredia

- 34** Media Practitioners' Perceptions of e-Governance and Dissemination of Government Policies/Programmes in South-East Nigeria

Percepções dos profissionais de mídia sobre governança eletrônica e disseminação de políticas/programas governamentais no sudeste da Nigéria

Patrick Ene Okon

Cosmos Chukwudi Ndukwe

Chidinma Joan Nweke

Uzoma Chukwuemeka Okugo

- 61** Questões metodológicas da pesquisa de campo em comunicação organizacional: um olhar a partir da microsociologia de Goffman

Methodological questions of fieldwork in organizational communication research: an approach from Goffman's microsociology

Luis Mauro Sá Martino

- 84** *Diversitywashing*: as marcas e suas (in)coerências expressivas
Diversitywashing: brands and their expressive (in)coherences
-

Fernanda Carrera
Chalini Torquato

- 108** Crítica da inspiração nos processos comunicacionais do capitalismo cool
Critique of inspiration in the communications processes of cool capitalism
-

Vander Casaqui

- 128** Sobre infância, saúde e gênero: discursos biomédicos na mídia impressa de 1990
On childhood, health and gender: biomedical discourses in the printed media of 1990
-

Heloísa Derkoski Dalla Nora
Eliane Cadoná

- 148** Da montagem ao collage: *found footage*, voz-over e filme-ensaio
From montage to collage: found footage, voice-over and film-rehearsal
-

Rafael de Almeida

- 169** As relações entre horror e racismo no filme *Corra!*
The relation between horror and racism in the movie “Get Out”
-

Ana Maria Acker
Deivison Moacir Cezar de Campos

Artigos

Desafíos para una ciudadanía inclusiva: competencia digital entre adultos mayores y jóvenes

Challenges for inclusive citizenship: digital literacy between elderly and young

Ana Amaro Agudo¹

Erika González García²

Nazaret Martínez-Heredia³

Resumo: *En esta investigación se estudiarán las competencias digitales tanto en mayores como en jóvenes universitarios. El objetivo se basa en comparar descriptivamente la competencia digital en conocimiento y uso de las TIC en la comunicación social y aprendizaje colaborativo, competencias de uso para la búsqueda y tratamiento de la información, así como las competencias interpersonales de su uso entre jóvenes y mayores de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Granada (España). Se ha utilizado una metodología descriptiva de corte cuantitativo utilizando el cuestionario. Los resultados arrojan una enorme diferencia en torno a las competencias estudiadas entre ambas generaciones.*

Palavras-Chave: *ciudadanía; inclusión; competencia digital; adultos mayores; jóvenes.*

Abstract: *In this research the digital competences will be studied so much in major and young persons in university. The aim of our research is to compare*

1 Universidad de Granada (UGR). Granada, España.
<https://orcid.org/0000-0001-8033-0488> E-mail: anaamaro@ugr.es

2 Universidad de Granada (UGR). Granada, España.
<https://orcid.org/0000-0003-2465-7288> E-mail: erikag@ugr.es

3 Universidad de Granada (UGR). Granada, España.
<https://orcid.org/0000-0001-7029-7127> E-mail: nazareth@ugr.es

descriptively the digital competence in knowledge and use of the TIC in the social communication and collaborative learning, competences of use for the search and data processing, as well as the interpersonal competences of their use between young and major of the Faculty of Educational Sciences at University of Granada (Spain). There has been in use a descriptive quantitative methodology using the questionnaire as tool to obtain information. The results throw an enormous difference to the competences studied between both generations.

Keywords: *citizenship; inclusion; digital literacy; seniors; young people.*

Introducción

No cabe duda del auge e importancia que están teniendo en la actualidad los estudios en torno al tratamiento y uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Éstas han tomado un papel primordial en la interactividad, virtualidad y flujo de información a todos los niveles y edades, tanto en el ámbito laboral como en el interpersonal. En este contexto de auge tecnológico, consideramos de suma importancia estudiar el uso que se hace de Internet, las competencias 2.0 de los estudiantes universitarios jóvenes y personas mayores y qué problemáticas se nos plantean.

En el informe de investigación que presentamos concurren dos vías de disertación: por un lado, el uso de Internet y las competencias 2.0 en jóvenes y mayores universitarios y, por otro, el estudio empírico realizado a través de un cuestionario sobre la temática que abordaremos a lo largo del artículo.

La sociedad actual se caracteriza, entre otras razones, porque nunca antes tanto la información como el conocimiento habían estado al alcance de la mayor parte de la población mundial, aunque somos conscientes de que aún queda mucho camino por recorrer, pues sigue existiendo una enorme brecha digital no sólo entre generaciones sino también entre diferentes países que están menos desarrollados en cuanto al acceso a las tecnologías. Por otro lado, teniendo una serie de competencias digitales y los recursos tecnológicos necesarios, cualquier ciudadano puede comunicarse (GONZÁLEZ-REYES, 2009), acceder desde cualquier lugar del mundo e incluso autoformarse. Por medio de Internet podemos realizar gran parte de las actividades diarias que nos facilitaban otras tecnologías (HEREDIA y GARCÍA, 2017; DOMÍNGUEZ, 2009; ÁLVAREZ, 2011; MARTÍNEZ, CABECINHAS y LOSCERTALES, 2011; DAGHAN, 2017). En este aspecto y de acuerdo con Castells (2000), la Sociedad de la Información supone una nueva revolución industrial. En esta panorámica de conexiones/desconexiones virtuales cohabitan dos generaciones diferentes; la llamada generación “before computer” (FREIXA, 2006) y aquella que ha nacido y crecido

interactuando con múltiples dispositivos tecnológicos, los denominados “nativos/as digitales”.

Marco Conceptual

Uso de internet e inclusión social

El uso de los equipos tecnológicos por parte de la población es cada vez más alto, para formarse, comunicarse, trabajar o distraerse. Internet no se limita a la mera transmisión de información, sino que se convierte en un poderoso mecanismo de socialización, de transmisor de ideas y de valores (FAINHOLC, 2006; XAVIER y CABECINHAS, 2000). La sociedad de la información y el conocimiento exige una alfabetización digital de sus ciudadanos cada vez mayor. La educación, en ámbitos formales e informales, tiene un rol destacable al intentar favorecer la inclusión y la inserción social, puesto que ayuda a desarrollar competencias que permiten acceder, a los contenidos en la red, de manera autónoma, crítica y responsable y para ello los gobiernos deben ser facilitadores de los recursos necesarios (AHIN, 2018; CANTABRANA, ESTEBANELL y TEDESCO, 2015). La finalidad de su aparición fue alcanzar información segura, rápida y económica para facilitar la comunicación, hoy se ha convertido en un medio que puede ser causa de cambios significativos en las personas y en la sociedad.

Estudios recientes lanzan datos evidentes en torno al papel crucial que tienen las tecnologías como mediadoras emocionales que sientan bases estratégicas y estructurales de relaciones significativas, enriqueciendo las líneas emergentes de debate existentes en torno a la aplicación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el desarrollo socioafectivo (COLÁS-BRAVO, GONZÁLEZ-RAMÍREZ y DE PABLOS-PONS, 2013; ESPINOZA, 2015; CALVO y SAN FABIÁN, 2018).

En el año 2016, a nivel mundial, 3.500 millones de personas estaban utilizando Internet, de los cuales 2,5 millones eran de países en desarrollo (ITU, 2017). En consecuencia, consideramos que toda nuestra

actividad está ligada de un modo u otro al mundo digital, hasta tal punto que se vuelve impensable afrontar la vida sin estas nuevas herramientas. Esta oleada tecnológica no está exenta de flaquezas y riesgos, se manifiesta en un mundo donde existe una gran brecha entre las diferentes partes del planeta, desigualdad en cuanto a sexo, edad, cultura, etc. De acuerdo con esta premisa, se han llevado a cabo numerosos estudios con el objetivo de analizar la influencia de Internet en los más jóvenes, por considerarlos un sector prioritario y más vulnerable. De este modo, se ha intentado conocer tanto los efectos positivos o negativos que Internet pueda tener, como los usos que se realizan (LIVINGSTONE y HELSPER, 2010; YANG y TUNG, 2007; RUÍZ-CORBELLA y DE JUANAS, 2013; BALLESTEROS y MEGÍAS, 2015).

En el panorama español y según fuente del Instituto Nacional de Estadística (2017), el 84,6% de la población de 16 a 74 años ha usado Internet en los tres últimos meses. El 69,0% lo hace a diario, este porcentaje es ligeramente superior (1,3 puntos) al del año pasado. Las personas de entre 65 y 74 años que usan Internet son un 46.5%, frente a los jóvenes de entre 16 a 24 años que usa Internet un 98.0%, es decir más del doble que las personas más mayores. Pese a estos resultados, tal y como muestra el estudio realizado por Linne (2015), se pone de manifiesto que los estudiantes universitarios españoles no son adictos, a su juicio, de Internet y más concretamente de las redes sociales. Investigaciones recientes (LLORENTE, VIÑARÁS y SÁNCHEZ, 2015; MARTÍNEZ, CABECINHAS y LOSCERTALES, 2011), muestran que las personas mayores universitarias se conectan a Internet frecuentemente, a diario o entre dos o tres veces por semana. Destacan la importancia que tiene Internet para estar actualizados, para contactar con la familia y los amigos, para el uso académico y para consultar la prensa. Consideran que la red es de fácil uso pero podrían vivir sin ella. Es decir, no es algo imprescindible en su vida como pueda serlo para los jóvenes universitarios.

El progresivo envejecimiento de las sociedades ha llevado a los organismos internacionales y europeos a desarrollar programas de envejecimiento activo, capaces de construir una nueva cultura sobre el

papel de las personas mayores en la sociedad (LLORENTE, VIÑARÁS y SÁNCHEZ, 2015).

Los jóvenes son los principales motores de la sociedad del futuro, pero no por ello debemos dejar de prestar atención al colectivo de personas mayores, la tasa de personas mayores se incrementa en todo el mundo, y en el caso particular de España su evolución representa un importante porcentaje no solo de la población actual sino también de la futura. “La proporción de población de 65 años y más ha pasado de representar un 11,2% en 1981 a hacerlo con un 17,3% veinte años después y con un 18,7% en 2015. Pero, si se traduce a efectivos, supone que entre 1981 y 2015 la población anciana se ha duplicado en algo más de 200.000 individuos. Entre el 2050 y el 2060, la población total bajará en algo más de dos millones de habitantes y, de ellos, el grupo de los mayores de 65 años solo perderá el 0,1%. En el año 2060 habrá algo menos de 15 millones de mayores, menos del doble que en la actualidad, y representarán más de un tercio del total de la población española (35,6%)” (Instituto de Mayores y Servicios Sociales, IMSERSO, 2017, p. 36).

Las TIC tienen una vertiente muy positiva, ya que, las competencias mediáticas pueden convertirse en herramientas para mejorar la vida social. Para las personas mayores las actividades que se pueden llevar a cabo son múltiples y útiles para fomentar la creatividad, practicar la escritura, mejorar la sociabilidad, ejercitar la memoria y la mente, aprender cosas que no han podido antes debido a la falta de tiempo, su profesión, etc. La Unión Europea declaró el año 2012 como el “Año Europeo del Envejecimiento Activo y de la Solidaridad Intergeneracional” para combatir el efecto del envejecimiento demográfico sobre los modelos sociales de los Estados miembros y promover la creación de una cultura del envejecimiento activo como un proceso permanente en una sociedad multiedad (LLORENTE, VIÑARÁS y SÁNCHEZ, 2015). Hay una mejora evidente de la vida social ya que el hecho de que una persona mayor goce de un buen estado de bienestar supondrá estar sano física, emocional y psicosocialmente. Todo esto tiene una finalidad, la de inclusión social ya que la falta de competencias digitales es causa de

exclusión social entendiéndose ésta como aquello que impide el pleno desarrollo de las personas según sus verdaderos deseos y capacidades (DUQUE, 2016; PAVON, 2000; ROMÁN, ALMANSA y CRUZ, 2016).

La sociedad de la información y el conocimiento exige una alfabetización digital de sus ciudadanos cada vez mayor. La enseñanza de la ciudadanía debería ir más allá de los comportamientos éticos y llegar a la raíz de la conducta humana, cultivando hábitos relacionados con la inteligencia y la voluntad para que la toma de decisiones realmente esté orientada hacia el bien individual y colectivo.

En el ámbito formal e informal, la educación tiene un rol destacable al intentar favorecer la inclusión y la inserción social. Ayuda a desarrollar las competencias que permiten acceder, registrar, editar, publicar y compartir contenidos en la red, de manera autónoma, crítica y responsable. En este sentido, cabe señalar que los gobiernos deben facilitar los recursos necesarios para que esto pueda ser posible (CANTABRANA, ESTEBANELL y TEDESCO; 2015; DUQUE 2016).

En un estudio reciente (MARTÍNEZ, CABECINHAS y LOS-CERTALES, 2011), se ha puesto de manifiesto los principales usos y motivaciones de los mayores activos para utilizar Internet, así como las principales barreras para aquéllos que no la utilizan. Destacan entre los usos que hacen de la misma la búsqueda de información, la actividad académica, la lectura de la prensa y también la navegación sin ningún propósito específico. Con respecto a los que no la utilizan, se debe principalmente a que les falta un empuje para hacerlo, no ven una limitación en la edad ni por la pérdida de tiempo entre otros factores.

Acerca de la competencia digital

El Parlamento europeo y el Consejo de 18 de diciembre de 2006 recogieron un conjunto de recomendaciones sobre competencias clave para el aprendizaje permanente a nivel europeo. En el mismo se debía definir las nuevas cualificaciones básicas que debe proporcionar el aprendizaje permanente como medida esencial de la respuesta de Europa ante la

globalización y el desplazamiento hacia las economías basadas en el conocimiento, teniendo como principal baza en Europa las personas.

El concepto de Competencias nace vinculado al ámbito laboral, y hace referencia a todos aquellos aspectos (habilidades, destrezas, actitudes...) que debe poseer un profesional para desarrollar su labor de una forma eficaz.

Como consecuencia de ello, en 2006 el Parlamento Europeo y el Consejo publicaron una recomendación identificando ocho Competencias Claves para el Aprendizaje Permanente. El desarrollo de las competencias clave capacita a las personas a desarrollar al máximo sus potencialidades y habilidades innatas para poder desenvolverse en diferentes contextos a lo largo de su vida. Entre las mismas resaltar la competencia digital como base del informe de investigación que presentamos la cual implica el uso seguro y crítico de la sociedad de la información Tecnología (IST) para el trabajo, el ocio y la comunicación. Se basa en los principios básicos y habilidades en TIC: el uso de computadoras para recuperar, evaluar, almacenar, producir, presentar e intercambiar información, y comunicarse y participar en colaboración redes a través de Internet (FERRARI, 2012; BENNETT y MATON, 2010).

Según Lankshear y Knobel (2008) lo que ahora entendemos por alfabetización o competencia digital, ha evolucionado a lo largo de estas últimas décadas, desde aspectos más centrados con el acceso a la tecnología, a informaciones visuales o multimedia. La transformación que se ha producido en los últimos años con respecto a la alfabetización o competencia digital y sobre el acceso a la tecnología es importantísima. La alfabetización digital es la conciencia, la actitud y la capacidad de las personas para utilizar adecuadamente las herramientas digitales para identificar, acceder, administrar, integrar, evaluar, analizar y sintetizar los recursos digitales, construir nuevos conocimientos, expresarse a través de los recursos multimedia y comunicarse con los demás en cualquier contexto específico de la vida (ESTEVE, 2013; GISBERT y GONZÁLEZ, 2011).

En la actualidad los cambios vertiginosos que se están sucediendo hacen necesaria una mejora en la formación y un acceso a la misma a lo largo de la vida que, son necesarias una serie de habilidades y competencias que permitan adaptarse a una sociedad de cambios; la relación del individuo con la información ha cambiado, por ello el sector educativo plantea nuevas formas de llevar a los estudiantes a un buen desarrollo dentro de la Sociedad del Conocimiento (CHÁVEZ, CANTÚ y RODRÍGUEZ, 2016; GONZÁLEZ, ESPUNY y GISBERT, 2012).

Entendemos por tanto por competencia digital la conjunción de lo que muchos autores entienden por competencia TIC y competencia informacional. En la sociedad del conocimiento no tiene sentido hablar solo de herramientas para el almacenaje, acceso y recuperación de la información, sino que debemos trabajar, también, las habilidades y las destrezas necesarias para usar adecuadamente esta información y transformarla después en conocimiento, con el objetivo final de compartirlo. Que en definitiva es lo que va a ayudar a jóvenes y mayores a ser hábiles y competentes socialmente hablando en cualquier momento y entorno.

Jóvenes y adultos mayores: competencia digital y brecha digital

Los cambios en la sociedad han obligado a las personas a llevar a cabo un proceso obligado y necesario de formación a lo largo de la vida, como así se recoge en el documento sobre Recomendaciones del Parlamento Europeo. Existe por tanto una necesidad real de formarse a lo largo de toda la vida y de trabajar la competencia digital, tanto en jóvenes como mayores. Según Gisbert, Espuny y González (2011, p. 76) “la competencia digital, decimos que supone la adquisición de conocimientos, destrezas y actitudes que tienen que ver con el uso elemental del hardware de los ordenadores, sus sistemas operativos como gestores del hardware, el software como herramienta de trabajo, de comunicación off-line y de comunicación on-line”.

En el momento en el que nos encontramos donde todo cambia, la competencia digital se ha convertido en algo imprescindible para afrontar los retos de la vida cotidiana de la ciudadanía, la competencia *manejo o tratamiento de la información* (JARAMILLO, HENNIG y RINCÓN, 2011) es fundamental para desenvolverse en la sociedad actual a la vez que resulta fundamental para el desarrollo académico y profesional de cualquier estudiante (GISBERT, ESPUNY y GONZÁLEZ, 2011).

La inclusión social juega un papel preponderante como oportunidad para humanizar la concepción de ciudadano digital, aprovechando los recursos tecnológicos para entender realidades, motivar para acercarse a los que necesitan ayuda y que son incomprendidos con frecuencia, denunciar injusticias y proponer soluciones desde los recursos multimediales que pueden ser comprendidos por una gran mayoría de personas (DUQUE, 2016).

La idea de “los nativos digitales”, una generación de jóvenes conocedores de la tecnología inmersos en las tecnologías digitales que han pasado toda su vida rodeados y usando, videojuegos, reproductores de música digital, cámaras de video, teléfonos, i-pods, Internet, mensajería instantánea, mensajes de texto, multimedia y otras herramientas de la era digital que son parte integral de sus vidas ha ganado popularidad generalizada (BENNETT y MATON, 2010; GALLARDO, 2012). Investigaciones recientes han mostrado fallas en el argumento de que hay una generación identificable, o incluso un único tipo de usuario de tecnología altamente experto. Para Bullen, Morgan y Qayyum (2011), sugieren el término estudiantes digitales (digital learners) porque los estudiantes de hoy no se ajustan al estereotipo representado en el discurso de los nativos digitales. Para los autores es una cuestión social y no generacional, y sus implicaciones para la educación aún necesitan mayor estudio a profundidad.

Es necesaria una formación de los estudiantes universitarios que los prepare para un mundo cada vez más complejo y globalizado, donde la cantidad de información que tendrán que gestionar, cada día es mayor, y donde deberán utilizar herramientas tecnológicas que avanzan y

cambian a un ritmo vertiginoso (GISBERT, ESPUNY y GONZÁLEZ, 2012).

Como recoge Abad (2014, p. 174) los datos contemplados en los Indicadores de la Agenda Digital 2011 dedicado a competencia digital muestran “que mientras el 90% de las personas entre 16 y 24 años son usuarios habituales de Internet, sólo lo son el 46% de las personas comprendidas entre los 55 y 64 años disminuyendo esta proporción al 25% entre las personas entre 65 y 74 años. Este segmento baja especialmente al 20% cuando se trata de personas de entre 55 y 74 años con niveles bajos de educación”.

Comprobamos de esta forma la existencia de una brecha digital de carácter generacional, entendida como las diferencias en cuanto al acceso y uso de las TIC en diferentes entornos sociales. Esta fractura entre jóvenes y mayores, generada por la discriminación en el acceso a las TIC, se ha convertido en uno de los grandes retos para la ONU y la Comisión Europea (LLORENTE, VIÑARÁS y SÁNCHEZ, 2015). Actualmente, no se ha analizado en profundidad cómo puede afectar a nuestros mayores, en su día a día, la “brecha digital”. No es la tecnología la que construye la sociedad, sino que es un elemento que la caracteriza y le ayuda en sus propósitos de cambio sociocultural (ARRIDO-LORA, BUSQUEt y MUNTÉ, 2016).

La competencia digital según Hernando (2013, p. 14) “no se adquiere por “inmersión tecnológica” y es necesario aprender a aprender, pero esta capacidad es socialmente desigual y, entre otros aspectos, está ligada a la edad. La “brecha digital” además de estar relacionada con diferencias socioeconómicas también lo está, y mucho, con la edad, especialmente en grupos de edad más alejadas de las generaciones digitales como son las personas mayores de 60 años”.

Una de las consecuencias más importantes del fenómeno es la modificación o inversión del proceso educativo. Si históricamente eran los adultos quienes transmitían los conocimientos, valores y costumbres a los menores, a partir de la segunda mitad del siglo XX se invierte este principio, limitándose claramente el control efectivo de los más jóvenes

por parte de los adultos (ARRIDO-LORA, BUSQUET y MUNTÉ, 2016; HERNANDO y PHILLIPPI, 2013).

Investigaciones recientes concretan que la ciudadanía digital no viene dada exclusivamente por el conocimiento del uso de los medios, sino también por la puesta en valor de los mismos para contribuir a la mejora del entorno social (ROMÁN-GARCÍA, ALMANSA y CRUZ-DÍAZ, 2016).

El trabajo con nuestros mayores en lo que a competencia digital se refiere debe ser una prioridad y un objetivo a conseguir como eje fundamental en la educación a lo largo de la vida. La inclusión social tiene que ser entendida como una responsabilidad de los gobiernos a todas las edades y en todos los contextos.

Metodología

El objetivo principal de nuestra investigación es comparar descriptivamente la competencia digital en conocimiento y uso de las TIC en la comunicación social y aprendizaje colaborativo, competencias de uso para la búsqueda y tratamiento de la información, así como las competencias interpersonales de su uso entre jóvenes y adultos mayores de la Facultad de Ciencias de la Educación y del Aula Permanente de Formación Abierta ambas de la Universidad de Granada (España).

Para la consecución del objetivo propuesto, partiremos de una metodología cuantitativa, de corte descriptivo, la cual nos ayudará a cuantificar y analizar la información para así establecer posteriores comparaciones entre el alumnado con edades comprendidas entre 18-22 años y 80-85 años.

Muestra

La investigación fue desarrollada durante el curso académico 2017-2018. La muestra participante de nuestro estudio ha estado formada por los alumnos del tercer curso del Grado en Educación Social de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Granada y

alumnos mayores del Aula Permanente de Formación Abierta también pertenecientes a la Universidad de Granada (España). Se ha seguido un muestreo aleatorio y estratificado. El total de la población estaba compuesta por 200 estudiantes matriculados, 100 del tercer curso de Educación Social y 100 del Aula Permanente. De este modo, se obtuvo una muestra final de $n=200$ sujetos (119 mujeres y 81 hombres en total), los cuales 61 son mujeres y 39 hombres del tercer curso del Grado en Educación Social y, 58 mujeres y 42 hombres del Aula Permanente de Formación Abierta. Tratamos con una muestra significativa superando los sujetos necesarios de la muestra calculados a través de un intervalo de confianza del 95% y cuyos resultados precisaban la participación de, al menos, 81 estudiantes. La elección de esta población se debe, principalmente, a la experiencia de los alumnos tras haber cursado tres años en la Facultad de Ciencias de la Educación y, por tanto, poseer una madurez terminológica y una actitud crítica para ayudarnos a solventar nuestro problema de investigación, siendo éste el conocimiento de las diferencias existentes ante la competencia digital en conocimiento y uso de las TIC en la comunicación social y aprendizaje colaborativo, competencias de uso para la búsqueda y tratamiento de la información, así como las competencias interpersonales de su uso entre jóvenes y mayores en la Universidad, para poder reducir la brecha digital existente en nuestros mayores.

Instrumento

Para la recogida de información hemos utilizado un cuestionario de competencias básicas digitales adaptado del cuestionario “Competencias básicas digitales 2.0 de estudiantes universitarios” COBADI 2013 (Marca registrada: 2970648) de escala Likert (1 completamente ineficaz; 2 ineficaz; 3 eficaz; y 4 completamente eficaz) validado por medio de un juicio de expertos, donde los alumnos valorarán, por un lado, la competencia digital en conocimiento y uso de las TIC en la comunicación social y aprendizaje colaborativo, las competencias de uso para la

búsqueda y tratamiento de la información, así como las competencias interpersonales de su uso.

La validación del cuestionario se realizó siguiendo las siguientes pautas:

1. Definición del objetivo del juicio de expertos para validar el cuestionario “Competencias Básicas Digitales”.
2. Selección de cuatro expertos pertinentes teniendo en cuenta los criterios definidos anteriormente, considerando su formación académica y experiencia profesional en el área de trabajo.
3. Evaluación por medio de los expertos atendiendo a la pertinencia, cohesión, claridad y adecuación de los indicadores del cuestionario utilizando una planilla.
4. Una vez obtenidos los resultados se calculó la concordancia entre jueces y finalmente se elaboraron unas conclusiones atendiendo a la descripción psicométrica de la prueba.

Una vez realizado el juicio de expertos, el cuestionario, recoge aspectos correspondientes de las competencias básicas digitales. Posteriormente se realizó una prueba de fiabilidad mediante el alfa de Cronbach, obteniendo un índice de $\alpha = 0,986$, dato que le confiere un elevado grado de coherencia (98,6%) debido su proximidad a la unidad.

De una manera más detallada, recogemos dicha información en la siguiente tabla, donde podemos observar los ítems que corresponden a cada categoría.

Tabla 1: Cuestionario de competencias básicas digitales

COMPETENCIAS BÁSICAS DIGITALES	ÍTEMS
Consumo de la tecnología	1-5
Competencia digital en conocimiento y uso de las TIC en la comunicación social y aprendizaje colaborativo	6-17
Competencias de uso para la búsqueda y tratamiento de la información	18-29
Competencias interpersonales de su uso	30-35

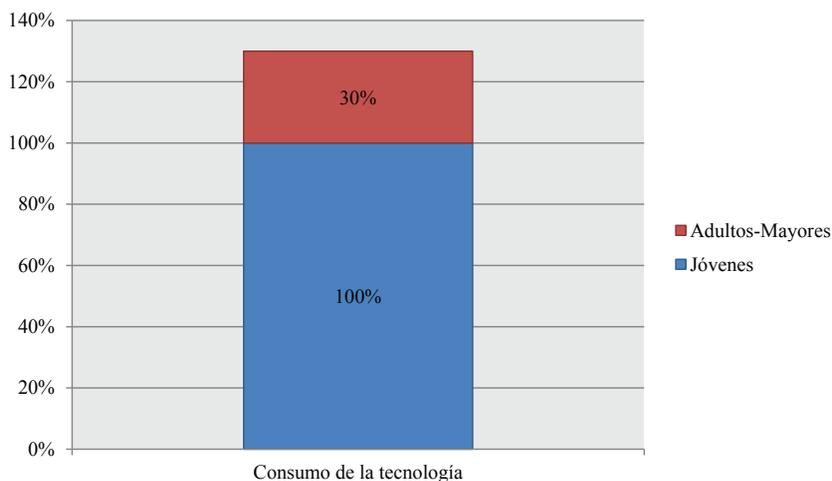
Fuente: los autores

Resultados

En este apartado exponemos los resultados obtenidos atendiendo a cada una de las dimensiones tratadas en el cuestionario, teniendo en cuenta la distinción de jóvenes y adultos mayores.

En primer lugar, respecto al consumo de la tecnología, en los jóvenes se ha obtenido un consumo total del 100%, por lo que el alumnado joven posee ordenador y tablet y dispone de internet tanto en casa como en la facultad, conectándose habitualmente en casa y en la universidad. Sin embargo, con nuestros adultos mayores no ocurre lo mismo, un 30% asume que posee medios tecnológicos e internet mayoritariamente en casa quedando un 70% restante sin conexión habitual a internet y sin poseer tablet u ordenador. En la Figura 1 podemos observar la distinción entre jóvenes y adultos mayores.

Figura 1: Consumo de la tecnología en los alumnos jóvenes vs Consumo de la tecnología en los alumnos adultos mayores

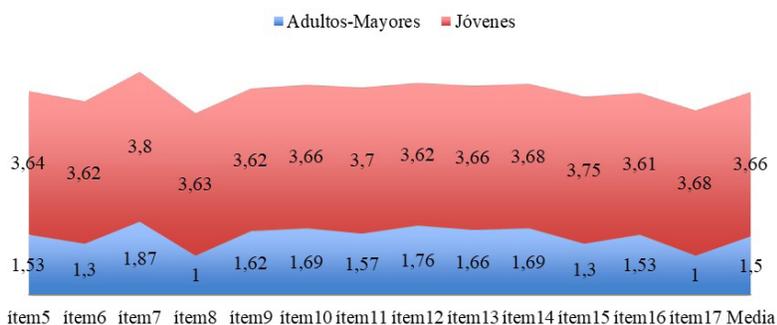


Fuente: los autores

En segundo lugar, atendiendo a la competencia digital en conocimiento y uso de las TIC en la comunicación social y aprendizaje colaborativo hemos hallado una media total de 3,66 sobre 4 en los

alumnos de Educación Primaria y 1,50 sobre 4 en los alumnos mayores, siendo el ítem 7 (uso de la mensajería instantánea como herramienta principal de comunicación con otras personas) al que más puntuación se le otorga en ambos estudios. Sin embargo los jóvenes otorgan una menor puntuación al ítem 16 haciendo referencia al uso de marcadores sociales. Nuestros mayores otorgan una menor puntuación al ítem 8 (puedo comunicarme por redes sociales) y al 17 (capacidad para utilizar plataformas de educación). Por lo que podemos decir que nuestros jóvenes poseen una competencia digital atendiendo al uso y conocimiento de las TIC bastante elevada, en cambio, nuestros mayores la poseen en menor medida.

Figura 2: Competencia digital en conocimiento y uso de las TIC en la comunicación social y aprendizaje colaborativo. Adultos mayores VS Jóvenes.

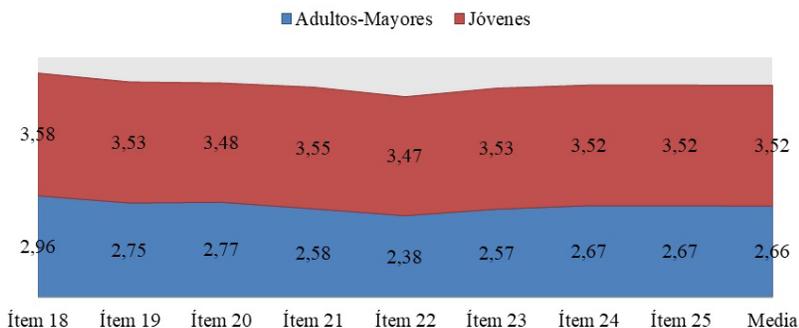


Fuente: los autores

En tercer lugar, haciendo referencia a las competencias de uso para la búsqueda y tratamiento de la información hemos hallado una media total de 3,52 sobre 4 en los alumnos de Educación Primaria y 2,66 sobre 4 en los alumnos mayores. En ambos colectivos, al ítem 18 (navegar por internet con diferentes navegadoras) es el que más puntuación se le ha otorgado. Sin embargo, otorgan una menor puntuación al ítem 22 haciendo referencia al uso de imágenes a través de aplicaciones de software social. Por lo que podemos decir que nuestros jóvenes y nuestros

mayores poseen una competencia de uso adecuada, aunque en el caso de las personas mayores se debe trabajar aún más.

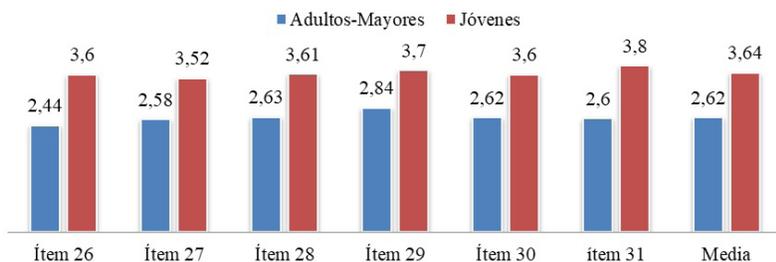
Figura 3: Competencias de uso para la búsqueda y tratamiento de la información. Adultos mayores VS Jóvenes.



Fuente: los autores

En cuarto lugar, atendiendo a competencias interpersonales de su uso hemos obtenido una media total de 3,64 sobre 4 en los alumnos de Educación Primaria y 2,62 sobre 4 en los alumnos mayores. En el alumnado joven, al ítem 31 (hablar con algún compañero para solucionar el problema conjuntamente) es el que más puntuación se le ha otorgado, la menos puntuación se la otorgan al ítem 27 (exponer la duda en diferentes plataformas). En cambio, nuestros mayores otorgan una mayor puntuación al ítem 29, el cual hace referencia a reflexionar acerca de las dudas que se tienen antes de exponerlas a los demás. Sin embargo, otorgan una menor puntuación al ítem 26 consultando sus dudas mediante el correo institucional. Nuestros jóvenes y nuestros mayores poseen una competencia de interpersonal adecuada, aunque en el caso de las personas mayores se debe trabajar aún más.

Figura 4: Competencias interpersonales de su uso. Adultos mayores VS Jóvenes.



Fuente: los autores

Discusión y conclusiones

Este trabajo pone de manifiesto la importancia de conocer las diferencias entre la competencia digital en conocimiento y uso de las TIC en la comunicación social y aprendizaje colaborativo, competencias de uso para la búsqueda y tratamiento de la información, así como las competencias interpersonales de su uso entre jóvenes y adultos mayores de la Universidad de Granada. El trabajo con nuestros mayores en lo que a competencia digital se refiere debe ser una prioridad y un objetivo a conseguir como eje fundamental en la educación a lo largo de la vida. Culver y Jacobson (2012) explican que la alfabetización digital de las personas mayores para su inclusión en la sociedad actual debe promoverse para mejorar su calidad de vida durante el proceso de envejecimiento, ayudando a nuestros mayores a poseer una vida social más activa y participativa.

Los datos arrojados en nuestra investigación ponen de manifiesto reducir la brecha digital en nuestros mayores, siendo la esencia que ha caracterizado nuestra investigación. En este sentido procederemos a realizar unas conclusiones, que siguen las líneas de nuestro trabajo de investigación.

Haciendo referencia al consumo de la tecnología, los jóvenes poseen un consumo total del 100%, por lo que el alumnado joven dispone de internet tanto en casa como en la facultad, conectándose habitualmente

en ambos espacios. Sin embargo, en nuestros mayores no ocurre lo mismo, obtienen un 30% asumiendo una escasa conexión habitual a internet.

La competencia digital en conocimiento y uso de las TIC en la comunicación social y aprendizaje colaborativo obtiene una media total de 3,66 sobre 4 en los alumnos de Educación Primaria y 1,50 sobre 4 en los alumnos mayores, destacamos que nuestros jóvenes poseen una competencia digital atendiendo al uso y conocimiento de las TIC bastante elevada, en cambio, nuestros mayores la poseen en menor medida.

En cuanto a las competencias de uso para la búsqueda y tratamiento de la información hemos hallado una media total de 3,52 sobre 4 en los alumnos de Educación Primaria y 2,66 sobre 4 en los alumnos mayores. Ambos colectivos, poseen una competencia de uso adecuada, aunque en el caso de las personas mayores se debe trabajar aún más.

Por último, atendiendo a las competencias interpersonales de su uso hemos obtenido una media total de 3,64 sobre 4 en los alumnos de Educación Primaria y 2,62 sobre 4 en los alumnos mayores, por lo que podemos decir que nuestros jóvenes y nuestros mayores poseen una competencia de interpersonal adecuada, aunque en el caso de las personas mayores se debe trabajar aún más.

Atendiendo a las cuatro grandes categorías de análisis, en general observamos una mayor competencia digital en los jóvenes que en los adultos mayores, por lo que aún queda mucho por trabajar para la inclusión de nuestro alumnado mayor en el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación dentro y fuera de la universidad. Para ello, podemos poner en práctica proyectos de educación intergeneracional, para que los jóvenes transmitan dichos conocimientos a los alumnos de edad proyecta, creando un vínculo educativo entre distintas generaciones.

Como miembros de la sociedad tenemos la responsabilidad compartida de promover que los mayores que utilizan Internet saquen el mayor beneficio posible a la red y extiendan las funciones y ámbitos para los que la usan, y respecto a los que no lo hacen aún, facilitarles

la formación necesaria y la motivación suficiente para que comiencen a utilizarla (MARTÍNEZ, CABECINHAS, y LOSCERTALES, 2011).

El sistema educativo actual debe contribuir a la eliminación del escalón generacional entre jóvenes y mayores en cuanto a competencia digital se refiere. Promoviendo la formación a lo largo de la vida y facilitando el acceso de los adultos mayores a las tecnologías, para un mejor uso y acceso a las mismas.

Referencias

- ABAD, L. Diseño de programas de e-inclusión para alfabetización mediática de personas mayores. *Comunicar*, v. XXI, n. 42, p. 173-180, 2014.
- ÁLVAREZ, G. T. Las redes sociales, recursos de autoformación de docentes. En J. Hernández, P. Fruscio, D. Sobrino y A Vázquez (coords). *Experiencias educativas en las aulas del siglo XXI: innovación con TIC* (pp. 373-375). Barcelona: Ariel, 2011.
- ARRIDO-LORA, M.; BUSQUET DURAN, J.; MUNTÉ-RAMOS, R. De las TIC a las TRIC. Estudio sobre el uso de las TIC y la brecha digital entre adultos y adolescentes en España. Anàlisi. *Quaderns de Comunicació i Cultura*, n. 54, p. 44-57, 2016.
- BALLESTEROS, J. C.; MEGÍAS, I. Jóvenes en la red: un selfie. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD), 2015. Disponible en: <http://www.codajic.org/sites/www.codajic.org/files/jovenes-en-la-red-selfie.pdf> (consultado 14 de junio de 2018).
- BENNETT, S.; MATON, K. Beyond the 'digital natives' debate: towards a more nuanced understanding of students' technology experiences. *Journal of Computer Assisted Learning*, v. 5, n. 26, p. 321-331, 2010.
- BULLEN, M. M.; TANNIS; QAYYUM, A. Digital Learners in Higher Education: Generation is not the issue. *Canadian Journal of Learning and Technology*, v. 1, n. 37, p. 1-24, 2011.
- CALVO, S.; SAN FABIÁN, J. L. Redes Sociales y Socialización Afectiva de las Personas Jóvenes: Necesidades Docentes en Educación Secundaria Obligatoria. *REICE*. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación, v. 16, n. 2, p. 5-20, 2018. Disponible en: <https://revistas.uam.es/index.php/reice/article/view/9232/9500>
- CASTELLS, M. *La era de la información*. Vol. 1. La sociedad red. (2ª edición), Madrid: Alianza, 2000.
- CHÁVEZ, F.; CANTÚ, M. C.; RODRÍGUEZ C. Competencias digitales y tratamiento de información desde la mirada infantil. *Revista electrónica de investigación educativa*, v. 1 n. 18, p. 209-220, 2016.
- COBADI. Competencias básicas digitales 2.0 de estudiantes universitarios. 2013. Disponible en: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeu->

- wspXlrmhWIXUUQTI_FUz16OujR0JnquyGNvg2nepwEbR0w/viewform?formkey=dHZhcFk5NUZEN1FDVjItX21XaGpmRnc6MQ#gid=0
- COLÁS-BRAVO, P.; GONZÁLEZ-RAMÍREZ, T.; DE PABLOS-PONS, J. Juventud y redes sociales: Motivaciones y usos preferentes. *Comunicar. Revista Científica de Comunicación y Educación*, v. 20, n. 40, p. 15-23, 2013.
- CULVER, S.; JACOBSON, T. Alfabetización mediática como método para fomentar la participación cívica. *Comunicar*, n. 39, p. 73-80, 2012.
- DAGHAN, G. Views of Students about Technology, Effects of Technology on Daily Living and Their Professional Preferences. *Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET*, v. 4 n. 16, p. 187-194, 2017.
- DIARIO OFICIAL DE LA UNIÓN EUROPEA. Recomendación del Parlamento Europeo y del Consejo de 18 de diciembre de 2006 sobre competencias clave para el aprendizaje permanente. Bruselas: DOUE, 2006.
- DOMÍNGUEZ, R. La sociedad del conocimiento y los nuevos retos educativos. *Étic@net*, v. 8, n. 8, p. 1-19, 2009.
- DUQUE, E. T. Adquisición de competencias digitales para la inclusión social. *Opción*, v. 9, n. 32, p. 610-630, 2016.
- ESPIÑOZA, J. Reconfigurando el amor: Mediación tecnológica y relaciones afectivas. *Question*, v. 1, n. 45, p. 86-96, 2015.
- ESTEVE, F.; GISBERT, M. La competencia digital en la educación superior: instrumentos de evaluación y nuevos entornos. *Enl@ce: Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, v. 10, n. 3, p. 29-43, 2013.
- FAINHOLC, B. La lectura crítica en Internet: evaluación y aplicación de sus recursos. *Comunicar*, n. 26, p. 155-162, 2006.
- FERRARI, A. *Digital competence in practice: An analysis of frameworks*. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2012. Disponible en: <https://goo.gl/w8gdEj>
- FREIXA, C. Generación XX. Teorías sobre la juventud en la era contemporánea. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, v. 4, n. 2, p. 1-18, 2006.
- GALLARDO, E. Hablemos de estudiantes digitales y no de nativos digitales. *Revista de Ciències de l'Educació*, p. 7-21, 2012.
- GISBERT, M.; ESPUNY, C.; GONZÁLEZ, J. Incotic. Una herramienta para la @utoevaluación diagnóstica de la competencia digital en la universidad. *Revista de currículum y formación del profesorado*, v. 1, n. 15, p. 75-90, 2011.
- GONZÁLEZ-REYES, R. El internet como espacio de producción de capital social: una reflexión en torno a la idea de comunidad informal de aprendizaje. *Revista mexicana de investigación educativa*, v. 14, n. 40, enero-marzo, p. 175-190, 2009
- GONZÁLEZ, J. E.; CINTA DE CID IBEAS, M. J.; GISBERT, M. INCOTICESO. Cómo autoevaluar y diagnosticar la competencia digital en la Escuela 2.0. *Revista de Investigación Educativa*, v. 2, n. 30, p. 287-302, 2012.
- HEREDIA, N.; GARCÍA, E. Posibles riesgos del uso de las redes sociales en adolescentes. *Revista de Estudios e Investigación en Psicología y Educación*, n. 13, p. 11-15, 2017.

- HERNAND, A.; PHILLIPPI, A. El desarrollo de la competencia mediática en personas mayores: una brecha pendiente. *Chasqui*, v. 124, p. 12-18, 2013.
- INSTITUTO DE MAYORES Y SERVICIOS SOCIALES (IMSERSO). Las personas mayores en España. Informe 2016, Madrid: Ministerio de Sanidad y Política Social: Instituto de Mayores y Servicios Sociales. 2017. Disponible en: http://www.imserso.es/InterPresent1/groups/imserso/documents/binario/112017001_informe-2016-persona.pdf (consultado 14 de junio de 2018).
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares. Año 2017. Disponible en: http://www.ine.es/prensa/tich_2017.pdf
- ITU. *Facts And Figures ICT 2017*. Geneva: International Telecommunication Union. 2017.
- JARAMILLO, P.; HENNIG, C.; RINCÓN, Y. ¿Cómo manejan información los estudiantes de educación superior?: El caso de la Universidad de La Sabana, Colombia. *Información, cultura y sociedad*, v. 25, p. 117-143, 2011.
- LANKSHEAR, C.; KNOBEL, M. *Nuevos alfabetismo. Su práctica cotidiana y el aprendizaje en el aula*. Madrid: Morata, 2008.
- CANTABRANA, L., ESTEBANELL MINGUELL, M., Y TEDESCO, J. C. Inclusion and Social Cohesion in a Digital Society. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, v. 12, n. 2, p. 44-58, 2015.
- LINNE, J. Estudiar en Internet 2.0 Prácticas de jóvenes universitarios de la Ciudad de Buenos Aires. *Comunicación y Sociedad*, n. 23, p. 195-213, 2015.
- LIVINGSTONE, S.; HELSPER, E. Balancing Opportunities and Risks in Teenagers' Use of the Internet: the Role of On-line Skills and Internet Self-efficacy. *New Media & Society*, n. 12, p. 309-329, 2010.
- LLORENTE, C.; VIÑARÁS M.; SÁNCHEZ M. Mayores e Internet: La Red como fuente de oportunidades para un envejecimiento activo. *Comunicar*, n. 45, p. 29-36, 2015.
- MARTÍNEZ, R.; CABECINHAS, R.; LOSCERTALES, F. University Senior Students on the Web. *Comunicar*, n. 37, p. 89-95, 2011.
- PAVÓN, F. Tecnologías avanzadas: nuevos retos de comunicación para los mayores. *Comunicar*, n. 15, p. 133-139, 2000.
- ROMÁN-GARCÍA, S.; ALMANSA-MARTÍNEZ, A.; CRUZ-DÍAZ, R. Adultos y mayores frente a las TIC. La competencia mediática de los inmigrantes digitales. *Comunicar*, n. 49, p. 101-109, 2016.
- RUÍZ-CORBELLA, M.; DE-JUANAS, A. Redes sociales, identidad y adolescencia: nuevos retos educativos para la familia. *Estudios sobre educación*, n. 25, p. 95-113, 2013.
- SAHIN, C. Social Media Addiction Scale-Student Form: The Reliability and Validity Study. *Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET*, v. 17, n. 1, p. 169-182, 2018.

XAVIER, P.; CABECINHAS, R. Learning about Social Psychology by Researching on Computer Mediated Communication. IAMCR 2000 Conference. Singapore Proceedings, 2000.

YANG, S.; TUNG, C. J. Comparison of Internet Addicts and non-Addicts in Taiwanese High School. *Computers in Human Behavior*, n. 23, p. 79-96, 2007.

Sobre los autores

Ana Amaro Agudo – Profesora Ayudante Doctora del Dpto. Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Granada. En el presente artículo, la autora participó en la realización del marco teórico, la concepción del diseño de la investigación, en la recopilación e interpretación de datos, en la redacción del manuscrito y en la revisión del texto final.

Erika González García – Profesora Contratada Doctora del Dpto. Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Granada. En el presente artículo, la autora participó en la realización del marco teórico, la concepción del diseño de la investigación, en la recopilación e interpretación de datos, en la redacción del manuscrito y en la revisión del texto final.

Nazaret Martínez-Heredia – FPU (Formación del Profesorado Universitario) del Dpto. Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Granada. En el presente artículo, la autora participó en la realización del marco teórico, la concepción del diseño de la investigación, en la recopilación e interpretación de datos, en la redacción del manuscrito y en la revisión del texto final.

Data de submissão: 15/01/2020

Data de aceite: 06/03/2020

Media Practitioners' Perceptions of e-Governance and Dissemination of Government Policies/ Programmes in South-East Nigeria

Percepções dos profissionais de mídia sobre governança eletrônica e disseminação de políticas/ programas governamentais no sudeste da Nigéria

*Patrick Ene Okon*¹

*Cosmos Chukwudi Ndukwe*²

*Chidinma Joan Nweke*³

*Uzoma Chukwumeka Okugo*⁴

Resumo: *Esse estudo trata da conscientização e percepção dos profissionais da mídia no sudeste da Nigéria sobre o uso das ferramentas de governança eletrônica. O método de survey foi utilizado e, de uma população de 2.671, uma amostra de 1.340 foi escolhida por amostragem proporcional estratificada. O referencial teórico está baseado na Teoria da Comunicação sobre o Desenvolvimento e os resultados foram analisados usando o SPSS. O estudo concluiu que existe um baixo nível de conhecimento sobre as operações de governança eletrônica entre os profissionais da mídia no sudeste da Nigéria e recomenda-se que os profissionais da mídia adquiram uma cultura de atualização periódica de seus conhecimentos.*

Palavras-Chave: *comunicação; governança eletrônica; profissionais de mídia; percepção; Sudeste da Nigéria.*

1 University of Calabar (UNICAL). Calabar, Nigeria.
<https://orcid.org/0000-0001-8474-5920> E-mail: eneokon@yahoo.com

2 University of Calabar (UNICAL). Calabar, Nigeria.
<https://orcid.org/0000-0002-0465-5317> E-mail: benudechukwu@gmail.com

3 University of Calabar (UNICAL). Calabar, Nigeria.
<https://orcid.org/0000-0003-2401-0062> E-mail: jnweke@unical.edu.ng

4 University of Calabar (UNICAL). Calabar, Nigeria.
<https://orcid.org/0000-0003-3507-5312> E-mail: uzomaokugo@yahoo.com

Abstract: *This study is on the awareness and perception media practitioners in South-East Nigeria have about the use of e-governance. The survey method was used; and from a population of 2,671, a sample of 1,340 was chosen through stratified proportional sampling. Theoretical framework was hinged on the Development Communication Theory. Findings were analysed using the SPSS. The study concluded that there is a low level of knowledge on operations of e-governance among media practitioners in South-East Nigeria. Recommendations made included that media practitioners should imbibe the culture of periodic upgrading of their knowledge.*

Keywords: *communication; e-governance; media practitioners; perception; South-East Nigeria.*

Introduction

Mass media is central in the existence and success of any modern society. It is true that the media are indispensable in the development of any society. Apart from the widely acclaimed indispensability of the media in the existence and success of a society, diverse literature on media indispensability seem to agree on the common denominator of the mass media being pivotal in the success of virtually all programmes, policies and activities that are geared towards human development and/or societal benefits.

Interestingly, e-governance is a trending communication initiative in which effective implementation may also be a direct function of knowledge, awareness and perception (KAP) of media practitioners. That is why this research was set up to investigate the postulation that the acceptability, believability and effective implementation of e-governance within the South-East zone of Nigeria may have a relationship with the knowledge, awareness and perception of media practitioners in the area. It follows that any innovation the media practitioner has low knowledge of suffers great setbacks in acceptability. Therefore, what are the levels of knowledge on e-governance operations among media practitioners in South-Eastern Nigeria? What are the perceptions among the media practitioners about e-governance? To what extent do media practitioners' attitudes influence their assessing e-governance operations? How do the knowledge, attitude and perceptions of e-governance affect dissemination of government policies and programmes? And what are the likely impediments to the application of e-governance among media practitioners? These constitute the core of this work.

Research Questions

The following research questions were formulated for this study:

1. What is the level of knowledge on e-governance operations among media practitioners in South-East Nigeria?

2. To what extent do the Knowledge, Attitude and Perceptions of media practitioners on e-governance affect the dissemination of government policies/programmes in the mainstream media?
3. What are the impediments to the application of e-governance operations or services in Nigeria?

Research Hypotheses

The following hypotheses were formulated to guide the outcome of this research:

H_0^1 : There is no significant relationship between media practitioners' knowledge of e-governance and their attitude to the practice.

H_0^2 : There is no significant relationship between media practitioners' perceptions of e-governance and dissemination of government policies and programmes.

Understanding the Concept of E-governance

Governance is as old as human civilization. It refers to the process of decision-making and the process by which decisions are implemented or not implemented (OLUFEMI, 2012). Governance can be used in several contexts such as corporate, international, national and local governance. Governance is not an exclusive concept of government. It extends to civil society and private sector. It covers every institution and organisation, from the family to the state. It involves the exercise of political, economic and administrative authority and the manner in which power is exercised in the management of a country's economic and social resources for development. It can be better understood as the complex mechanisms, processes, relationships and instructions through which citizens and groups articulate their interests, exercise their rights and obligations and mediate their differences.

Boeninger (1992) sees governance as the process by which a political system achieves such values as accountability, participation, transparency and respect for the rule of law and due bureaucratic participation

or process. It includes the capacities of a system to exercise authority, win legitimacy, adjudicate conflicts and implement programmes. In other words, the basis of governance is its ability to respond to the needs, aspirations and yearnings of the majority of the citizenry. Once a political system is able to achieve this, it is seen as responsive, accountable and effective governance (UNESCO Report, 2011).

E-governance, on the other hand, is broad, divergent, and has no commonly accepted definition. Olufemi (2012) says the concept originated at the beginning of the 21st century, mostly as a copy of e-commerce into public sector. He further observes that all intentions of e-governance are directed towards the presence of the public services on the internet. In the early years of its development, e-governance followed the evolutionary e-business, and the primary focus of its e-services was simple appearance of graphic user interface with no interactions. Today, the focus is on co-ordination and effective assessment of the needs, efficiency and public benefits for such services.

The definitions of e-governance and its evolution have been the focus of a large body of research (FANG, 2002; HU, PAN, LU & WANG, 2009). More or less restrictive definitions of e-governance have been given, but there is still no unique definition of the term (YILDIZ, 2014, cited in OLUFEMI, 2012). Nevertheless, it has been generally recognised that e-governance offers a huge potential to increase the impact of government activities for citizens (FANG, 2012).

As stated by Moon (2002), e-governance is the use of information technologies by government agencies to transform their relationship with citizens, businesses, different areas of government, and other governments. These technologies help deliver government services to citizens, improve interaction with businesses and industries, and provide access to information (UNITED NATIONS, 2008). E-government can be described as utilising the internet and the worldwide web for delivering government information and services to citizens.

Kumar (2004) posits that e-governance can be seen as the transformation of public sector's internal and external relationship through

net-enabled operations, information technology and communications to optimise government's service delivery, consistency participation and governance. The use of information technologies and new business processes to transform how governments interact with citizens and businesses is considered e-governance. As seen by the World Bank, e-governance is expected to minimise corruption, provide increased transparency, afford greater convenience, improve revenue and reduce cost. (GODSE & GARG, 2009).

An Overview of e-Governance in Nigeria

Ranked 162 out of 193 countries in 2012 in the United Nations e-governance development ranking, Nigeria improved its ranking to 141 in 2014 (UBABUKOH, 2014), but slipped two places to 143 in 2016 and remained on that spot in 2018. As at 2016, it also ranked 97 in the e-participation index, an improvement of 22 points up from 75 in 2012 (AMAEFULE, 2019). Ubabukoh further holds that in line with the e-governance initiative, Nigerian government has implemented two flagship projects – Government service portal (GSP) and Government contact centre (GCC). The GSP provides a single-window technology access by citizens and other stakeholders to government services being provided by various ministries, departments and agencies. It is multi-faceted and includes collaborative channels that deliver core content management capabilities. The primary objectives of deploying GSP are to create a single point of entry to Federal Government services, enhance accountability and improve the delivery and quality of public services through technology-enabled civic engagement (mobile technology, *Facebook*, *Twitter*, interactive mapping, blogs, etc.).

Also, Nkanga (2014) points out that the first phase of the GSP includes the automation of 10 government processes from the Federal Ministries of Education, Health, Agriculture, Industry, Trade and Investment as well as Communication Technology. She adds that the Nigerian government is setting up government contact centres (GCCs), which will facilitate efficient response to citizens' request through a two-tier

ARTIGO

response approach. The picture painted here is that of an on-going and improving state and operations of e-governance in Nigeria. However, there are strong claims of low level awareness of the attempts among citizens in both rural and urban centres (ADEYEMO, 2011; OLUFEMI, 2012; UBABUKOH, 2014; NKANGA, 2014).

As observed by Olufemi (2012), Nigeria believes that e-governance is necessary in order to make the public sector more efficient. The older forms of ICTs-mass media channels involving the use of media, such as television, radio or newspapers are still currently prevalent in many developing countries including Nigeria. These forms of communication are generic and do not consider individual interests or needs. Such channels are more applicable to literate individuals and elite classes of society.

In Nigeria, there are several initiatives geared at accelerating development via the technological platform in the polity (OLUFEMI, 2012). E-governance initiatives, geared towards connecting communities, vital agencies, government establishments and educational institutions at all levels to ICT, are currently being pursued by government: from the National Rural Telephony Projects to other laudable initiatives like the Nigerian telemedicine initiative, public service network initiative, internet exchange point initiatives, state and local government ICT facilities loan scheme initiative, and wire Nigeria initiative. According to Ekeh (2007), these initiatives are aimed at enabling the rapid development of the nation.

Olufemi (2012) points out that although the implementation of e-governance has begun in Nigeria, there is little evidence to suggest that a clear framework for the adoption of e-governance is being followed. According to Yusuf (2005), e-governance activity in Nigeria is low. Most of the government websites are in the publish stage and some government organisations even bypass the interact stage, thereby giving no opportunity for citizens' requests and feedbacks. Olatokun and Adebayo (2012) observe that findings from a recent study by Mundi and Musa (2010) shows that only 30% of Nigerian state websites reached the second stage

of e-government while 70% were still very much in the publish stage. These States were Lagos and Imo and the Federal Capital Territory, Abuja, which provide services that invite citizens to interact with them and give online feedback.

An interesting finding by Awoleye (2008) is that a huge percentage of both government and non-government employees are aware of e-governance in the States, and these governments have achieved this high rate of awareness through mass media. In spite of this high rate of awareness, only half of the population could be said to have proficiency in the use of e-government. The perception, level of awareness, stage of implementation, as well as the challenges of e-governance differ in States and regions of Nigeria due to lots of peculiar factors (OLUFEMI, 2012).

As observed by Ifinedo (2004), Nigeria has an e-governance development index of 1.02, which is below the UN's benchmark 1.62. The emergence of e-governance in Nigeria can be traced to the advent of democracy in 1999. The first real activity in this regard was the development of government websites. These efforts were un-coordinated and only a few agencies with the resources could establish an online presence. In pursuance of this objective, the government established the National Information Technology Development Agency (NITDA) under the Ministry of Science and Technology to champion development of information technology in Nigeria and midwife implementation of the national IT policy (AJAYI, 2003). NITDA is also charged with the responsibility of implementing e-governance initiative using National e-Governance Strategies (NeGSt), a public-private-partnership (PPP) as a special purpose vehicle with the mandate to facilitate, drive and implement the Nigerian e-government programme (NITDA, 2007).

As noted by Nkanga (2014), some components of e-governance have already commenced in Nigeria, such as the Nigerian Customs ASSY-CUDA Programme, the computerisation of resident permit by the Nigerian Immigration Services, and computerisation of land and certificate of occupancy in the Federal Capital Territory Administration. The e-payroll of staff, online checking of West Africa Examination Council,

National Examination Council, and Joint Admission and Matriculation Board results as well as National Youth Service Corps postings are part of real-time and cost-effective services which are part of e-governance. There is, therefore, the need to consolidate and spread it to other services that have not been incorporated, as well as to the rural areas (MUHAMMED, 2010).

Nigeria seems to be moving in the right direction with the formation of its new national ICT policy, which appears to promote e-governance initiatives. However, the main problem for the country continues to be the unavailability or poor condition of the enabling infrastructure for e-governance such as telecommunication facilities (OLUFEMI, 2012). Basic telecommunication services such as telephone lines, internet access, etc., required for e-governance are insufficient in sub-Saharan Africa, including Nigeria (IFINEDO, 2004). The teledensity (number of telephone lines per 100 inhabitants) in Nigeria in 1999 was 0.5, but rose to 2.0 in 2002 after Nigeria liberalised its ICT sector (AJAYI, 2003). There were 100,000 internet users in Nigeria in 2002, and around 6 million in 2012. But there has been great improvement in the subscription services ever since – from 85 million in 2010, to over 120 million in 2013 and to more than 179 million in September 2019 (Nigerian Communications Commission, 2019). These improvements are providing fertile ground for e-governance.

Theoretical Framework

The Development Communication Theory is found relevant to this study. This theory mainly focuses on the use of the mass media to facilitate development. Earlier postulations of the theory by McQuail (1987) made reference to the need of media restriction and state intervention in media affairs for development sake. These postulations were criticised for intruding on press freedom. Hence, scholars like Domatob and Hall (1983) and Forlarin (1998) modify some of McQuail's postulations to accommodate respect for press freedom in the task of using the media

for development. Forlarin (1998) redefines the development principles of media theory as follows:

- I. Media should accept and carry-out positive development tasks in line with nationally established policy or ideology without prejudice to their national functions of information, education and entertainment.
- II. Media should also accept and help in carrying out the special development tasks of national integration, socio-economic modernisation, promotion of literacy and cultural creativity.
- III. Media should carefully identify and give due attention in foreign news to links with other countries with similar socio-cultural orientation and/or political and economic aspirations.
- IV. In order to safeguard the ideas of press freedom, journalists and other media workers should always faithfully fulfil their obligations and stoutly defend their rights in the course of their information-gathering and disseminating tasks.
- V. The State, with its systems, has a duty to ensure that media or journalists presumed to have contravened any national dissemination tasks conveniently face prosecution, expecting a fair speedy trial.

In relation to this study, it is observed that the knowledge and perceptions of media practitioners affect or influence their attitude towards the media coverage they give on an issue. Hence, their knowledge, attitudes and perceptions can either position the media for development or rob the media of their development functions. E-governance is a national development practice and the media should encourage and support it. Carrying out this function by the media bothers, to a large extent, on media practitioners' knowledge, attitudes and perceptions.

Research Design

The research design used for this study is the survey method. The population was 2,671 registered media practitioners in the five South-Eastern states, namely: Abia - 526, Anambra - 674, Ebonyi - 545, Enugu - 531,

and Imo - 395 (Source: NUJ and RATTAWU Secretariats in the five states, 2016).

The larger the sample size, the more representative the sample is of the population. Some authors have recommended sample sizes or sampling proportions for specific population sizes. Nwana (1981, p.72) recommends "at least, 50% of a population of few thousands". Comrey and Lee (1992) as well as Wimmer and Dominick (2000) prefer the percentage to be based on such contingency factors as population, project types, project purpose, complexity, time and financial constraints, etc. Based on the observations, this study adopted the percentage-population recommendation of 50% in determining the sample size, which was approximately 1,340.

The stratified proportional sampling was used. The choice of this procedure was made largely by the characteristics of the population, chiefly among which is the availability of a comprehensive and functional list of all members of NUJ and RATTAWU in the five States.

The measuring instruments were questionnaire and personal interview schedule. The 1,340 copies of questionnaire were distributed as follows: Abia State – 264, Anambra – 338, Ebonyi – 274, Enugu – 266, and Imo – 198. Also, 10 members of NUJ and RATTAWU were interviewed during the joint quarterly meeting of the bodies held in Enugu on May 20, 2016.

In order to make for uniformity in the data gathering, the Likert rating scale was used given that the research is quantitative.

Presentation and Analysis of Data

Out of 1,340 copies of questionnaire, 1,200 (or 89.55%) were validly filled while 140 copies were not retrieved, representing a mortality rate of 10.45%. A 4-point Likert Scale was used, and any item with mean greater than 2.5 is significant; is marked and on bold. Otherwise, it is not significant.

Research Question 1 – What is the level of knowledge on the operations of e-governance among media practitioners in South-East Nigeria?

Table 1: Knowledge of the operations of e-governance

S/No	Questions	SA	A	D	SD	Total	N	mean
1a.	Use of e-governance by Government MDAs	642	0	486	90	48	1200	4.00
b.	Use of e-governance by Organised Private Sector	200	90	268	642	2250	1200	1.88
c.	Use of e-governance by multi-national agencies	268	200	90	642	2494	1200	2.08
d.	Use of e-governance by state security agencies	90	200	268	642	2138	1200	1.78
2a.	Do you find multi-media computer handy in the gathering of information	40	0	581	642	1964	1200	1.64
b.	Do you find laptop handy in the gathering of information	241	0	317	642	2240	1200	1.87
c.	Do you find palmtop handy in the gathering of information	120	0	438	642	1998	1200	1.67
d.	Do you find digi-palmtop handy in the gathering of information	40	0	642	518	1962	1200	1.64
e.	Do you find iPad handy in the gathering of information	328	0	518	354	2702	1200	2.25
f.	Do you find multi-media mobile phone handy in the gathering of information	431	0	251	518	2744	1200	2.29
3a.	Do you consider Facebook, a suitable choice for dissemination of information regarding e-governance	621	0	328	251	3391	1200	2.83*

b.	Do you consider email, a suitable choice for dissemination of information regarding e-governance	310	0	269	621	2399	1200	2.00
c.	Do you consider tweeter, a suitable choice for dissemination of information regarding e-governance	69	0	0	1131	1407	1200	1.17
d.	Do you consider <i>Instagram</i> , a suitable choice for dissemination of information regarding e-governance	50	0	0	1150	1350	1200	1.13
e.	Do you consider bulk SMS, a suitable choice for dissemination of information regarding e-governance	150	0	0	1050	1650	1200	1.38
f.	Do you consider flicker, a suitable choice for dissemination of information regarding e-governance	0	0	0	1200	1200	1200	1.00

Source: authors

In Table 1 above, out of 16 items, only two (or 12.5%) are significant. This shows that 87.5% is not significant. Hence, it is concluded that majority of the practitioners have no knowledge on e-governance.

Some aspects of knowledge in the operations of e-governance among the respondents are highlighted. Most of them said that e-governance is more applied by Government ministries, departments and agencies which is the practice in Nigeria. Also, the use of mobile phone for gathering of information among the respondents is high as majority of them agreed that the multimedia mobile phones are most handy in information gathering. The use of *Facebook* in disseminating information on e-governance is high among the respondents.

Research Question 2 - To what extent do the 'KAP' of media practitioners on e-governance affect the dissemination of government policies/programmes in the mainstream media?

Table 2: 'KAP' and dissemination of government policies and programmes

S/No	Questions	SA	A	D	SD	Total	N	mean
1	The knowledge and perception of e-governance has affected in the dissemination of government policies using e-governance	400	789	0	11	3978	1200	3.32*
2	Exposure to social media tools and government's adoption of e-governance has affected dissemination of government policies using e-governance	210	541	259	190	3171	1200	3.29*
3	e-government has helped to promote awareness on government policies and programmes	624	376	120	80	3944	1200	3.24*
4	Media practitioners are still favourably disposed to disseminating government policies through traditional means than the new concept of e-governance	389	711	100	0	3889	1200	3.24*
5	Media practitioners would prefer referring government official websites as the most credible means of disseminating government policies.	100	79	821	200	2479	1200	2.07

Source: authors

The table above reveals some information about the relationship between the knowledge, attitude and perceptions of e-governance by media

practitioners in Nigeria's South-East geopolitical with regard to the dissemination of government policies. Most of the subjects strongly agree that their knowledge, attitude and perception of e-governance has helped in the dissemination of government policies using e-governance. A significant number also strongly agree that the exposure to social media tools, not government's adoption of e-governance, affected their dissemination of government policies using e-governance. This also shows that quite a sizeable segment of these media practitioners agree that e-governance has helped to increase the level of awareness on government policies and programmes. The table shows a significant degree of lacklustre attitude by the practitioners who are still more favourably disposed to disseminating government policies through traditional means than the new concept of e-governance. The table further reveals that practitioners do not find government websites as the only credible means of accessing information regarding e-government. It could be deduced from the analysis that the subjects accept that their knowledge, attitude and perception of e-governance has helped in the dissemination of government information.

Research Question 3 - What are the impediments to the application of e-governance operations or services in Nigeria?

Table 3: Impediments to applications of e-governance

S/No	Questions	SA	A	D	SD	Total	N	mean
1	Literacy could impede media practitioner's application of e-governance	1110	20	8	62	4578	1200	3.82*
2	Level of interest shown by a media practitioner is barrier to his application of e-governance	90	800	120	190	3190	1200	2.66*
3	Dearth or non-availability of infrastructure affects application of e-governance	71	750	300	79	3213	1200	2.68*
4	Issues regarding accessibility could impede application of e-governance	1151	9	10	30	4681	1200	3.9*

Source: authors

Since every mean in Table 3 is above 2.5, it follows that the items significantly contribute as impediments to the application of e-governance. From the table, literacy and accessibility are identified as the greatest impediments. Literacy here means ability to use and operate e-governance. This is on the part of government, which is supposed to have the technological knowledge and ability to operate the e-governance technology. Accessibility refers to citizens' ability to reach, afford and operate the technology that drives e-governance, which is essentially driven by ICT. But even with the popularisation of ICT in Nigeria, majority of Nigerians, especially in rural areas, have no access to ICT. Worse still, ICT is enabled to work with electricity and this obviously is a major challenge in Nigeria. Other factors such as interest and infrastructure, though equally significant, are less significant than literacy and accessibility as impediments to the application of e-governance in Nigeria.

Test of Hypotheses

The study had two hypotheses and they were tested using SPSS for analysis. The tabulations for both hypotheses are presented below:

Hypothesis 1: *There is no significant relationship between media practitioners' knowledge of e-governance and their attitude to the practice.*

To test the hypothesis above, we made the following assumptions: Let X represent the media practitioners' mean knowledge of e-governance obtained from the last column of Table 7 and let Y represent their mean attitude to the practice obtained from Table 4.

X	2.19	1.72	2.06	2.00	1.17
Y	2.92	4.10	3.61	3.44	1.33

Using SPSS for analysis, these results emerged: the correlation coefficient (R) between media practitioners' knowledge of e-governance and their attitude to the practice was 0.675, and the coefficient of determination (R^2) was 0.456. This implies that only 45.6% of their attitude to the practice was explained by their knowledge of e-governance. Also, the ANOVA in Regression showed that the regression was not significant

($p > 0.5$). This implies that there is no significant relationship between media practitioners' knowledge of e-governance and their attitude to the practice. Therefore, it was agreed that the media practitioners' knowledge of e-governance with respect to their attitude to the practice is insignificant, since $t = 1.587$ lies between the 95% confidence intervals of -1.783 and 5.328 .

Hypothesis 2: *There is no significant relationship between media practitioner's perceptions of e-governance and dissemination of government policies and programmes.*

To test Hypothesis 2 above, we also make the following assumptions: Let X represent the media practitioners' mean perception of e-governance obtained from Table 1 and let Y represent their mean responses on KAP and dissemination of government policies and programmes obtained from Table 2.

X	4.00	3.63	3.69	3.47	3.59
Y	3.32	2.64	3.29	3.24	2.07

Using SPSS for analysis, these results emerged: the correlation coefficient (R) between media practitioners' perception of e-governance and their responses on KAP and dissemination of government policies and programmes is 0.357 while the coefficient of determination (R^2) is 0.127 . This implies that only 12.7% of their responses on KAP and dissemination of government policies and programmes was explained by their perception of e-governance. The ANOVA in Regression showed that the regression was not significant ($p > 0.5$). This implies that there is no significant relationship between media practitioners' perception of e-governance and dissemination of government policies and programmes. It is agreed that there is insignificance of media practitioners' perception of e-governance as far as their attitude towards KAP and dissemination of government policies and programmes is concerned, since $t = 0.661$ lies between the 95% confidence intervals of -3.758 and 5.729 .

Discussion of Findings

The findings of this study are discussed based on the research questions and the two hypotheses tested.

RQ 1: What is the level of knowledge on the operations of e-governance among media practitioners in South-East Nigeria?

Analyses of data in Table 1 reveal that there is an obvious knowledge gap on the operations of e-governance among media practitioners in South-East Nigeria. Knowledge here involves the workings, technicalities and all issues around e-governance. But why this gap? One reason is that most of these practitioners, who are agenda setters, may have failed to update or refused to be schooled in the rudiments of modern ICTs. Since e-governance is ICT-driven, it is obvious that journalists in this part of the world hardly attend conferences or trainings that would help them upgrade their knowledge on e-governance, and, thus, raise the public awareness on the benefits accruable from e-governance. Responses relating to knowledge in this study are as revealing as they are alarming. When over 50% of the respondents are not even aware that security agencies in Nigeria apply e-governance in their everyday business, it brings to light the palpable fear that those who ought to know do not know. This trend is similar to the discouraging responses that most of the media practitioners are also not familiar with the latest innovations like *Twitter*, *Instagram* and *Flickr* that have been deployed for disseminating short simple messages among many people across the world. A media practitioner's role as a social mobiliser would become easier when he has a mastery of the latest media of mass communication. These days, audiences of mass communication are favourably disposed to short but detailed messages. This desire can only be met when the right tools are used. There is no need seeking to issue press releases on the radio and/or television when millions of people could be reached in seconds using *Twitter* or *Instagram*.

One may agree that many media practitioners in South-East Nigeria are inadequately exposed to trending communication innovations,

which negatively affects them in the effective performance of their function as social catalysts. It is even more worrisome when their role in society extends to that of agenda-setting. It is easy to imagine the quality of agenda a practitioner would set regarding e-governance when he has no or limited knowledge of the tools driving it.

The findings in this study do not corroborate with some earlier studies carried out as related to ICT and the media in other parts of Nigeria. For instance, Uwajeh (1999) holds that the level of knowledge of media practitioners on the use of ICT for news gathering and dissemination is very high. Similarly, Wilson (1997) observes that every ICT-driven process relevant to the activities of the media “naturally” attracts high level of knowledge/awareness among media practitioners. Similar views are reflected in Nwogu (2014), and Okugo and Onwukwe (2012).

Adeyemo (2011) thinks that the ultimate benefits of e-governance can only be derived when e-governance has been achieved and this requires high level of knowledge by stakeholders such as political leaders, opinion leaders, and the media. Similarly, the place of high level of knowledge among media workers and indeed the media as an entity in the success of e-governance has been profusely advocated. This is borne out of the fact that mass orientation, enlightenment, and mobilisation are required to make e-governance effective.

To further underscore the place of a high level of knowledge by the media in effective e-governance, Adeyemo (2011, p.16) observes that “knowledgeable media is a prerequisite for actualising the salient features for any initiative leading to e-governance implementation”. He identifies the features and explains the place of the media in each of them. The first, he calls stakeholders’ statement of requirements. This is based on consultations between key stakeholders in government, business/private sector and civil society. He opines that the platform for such feedback can affectively be pioneered by the mass media. The second, he describes as “baseline assessment”, which is an assessment of the state of e-readiness or e-preparedness in composing the baseline assessment of critical success factors, existing ICT infrastructure, existing

ICT Info-structure and Public Private Partnerships. The third feature is the “blueprint for e-governance” which implies that there should be a natural e-governance master plan resulting from the articulation of stakeholders’ statement of requirements and baseline assessments for e-governance. The fourth feature is “implementation” – a combined project-management and change management process for e-governance. Change Management may be perceived as a critical aspect of enabling the implementation of an e-governance master plan. “The change management process is engineered by the media and projected in such a way that the citizens buy into it” (p.21). These opinions of Adeyemo remain a mirage in Nigeria’s South-East region arising from the existing gap in knowledge.

RQ 2: To what extent do the KAP of media practitioners on e-governance affect the dissemination of government policies/ programmes in the mainstream media?

Analysis of data gathered from Table 2 of this study reveals that knowledge on operations of e-governance is low, attitude is commensurate (positive) and perceptions are positive about e-governance. However, it is pertinent to observe that media practitioners as ‘gatekeepers’ influence and or contribute to social development. This is borne out of the dependency syndrome – where a society depends on the media for existence and other things. Holder and Treno (1997, p.12) properly explain the issue when they observe, “Media coverage of any issue particularly social, economic and health-related attract most often audience awareness on such issues”. However, the degree of coverage and extent of awareness are subjects of research argument, including the impact of such awareness on attitude or behaviour.

Moyer (1995) observes that the mass media play a crucial role in informing and educating as well as shaping the knowledge and attitude of the public on many issues and these depend largely on the disposition of journalists on the issue in question. This underscores the place of the media practitioner in influencing the society. In fact, according to

McBride (1980, p.20), “there is no doubt the mass media – press, radio and TV – do have a capacity not only to reflect but also to shape opinion and to play a part in forming attitudes”. In the past, the communication system has been seen as an isolated phenomenon within society, related essentially to technology, relatively divorced from other aspects of society. The media’s place in shaping perceptions and attitudes of the public on any issue is tied to the perceptions and attitudes of media practitioners in their reporting and covering as well as framing of such issues. Media practitioners personify the media, and media influence begets media practitioners’ influence on the society.

In view of the observation above, therefore, one can say that the KAP of media practitioners on e-governance affects the dissemination of government policies and programmes. The extent of this influence can be understood from the knowledge level, perceptions and attitude of media practitioners on e-governance. However, it can be deduced from the data gathered and analysed that the KAP of media practitioners on e-governance directly affect the dissemination of government policies and programmes in the mainstream media. We are talking of two separate media here – the new media on which e-governance thrives and the mainstream media. Invariably, the attitude of the subjects to e-governance in terms of accessing and covering e-governance is commensurate with media influence on dissemination of government policies and programmes. We could consider some factors in this respect.

First, the level of implementation and or adoption of e-governance in Nigeria is still a work-in-progress. This can be ascertained when we consider the fact that though virtually all the States in Nigeria and security agencies claim to be operating e-governance, only a few like Abia, Lagos, Enugu, Imo, Delta, Economic and Financial Crimes Commission, Independent Corrupt Practices Commission, just to mention a few, are seen as effectively operating e-governance. This is reflected in the ranking of Nigeria on the adoption of e-governance (ADEYEMO, 2012). If we had a high level of implementation, it would have translated to a

situation where almost all government information was accessible on the internet. However, this is not the case in Nigeria.

Second, most government-owned media organisations are, by certain laws guiding their establishments, under the obligation to disseminate government policies and programmes whether they have positive knowledge, attitude and perception towards e-governance or not. And the fact is that almost all State governments in Nigeria have both broadcast and print outfits. As a result, government policies and programmes are always disseminated irrespective of what obtains in their KAP towards e-governance.

RQ 3: What are the impediments of the application of e-governance operations or services in Nigeria?

From interviews with the media practitioners, it was unanimously agreed among them that the absence of a clear policy on the provision of infrastructure to power ICT tools was responsible for its poor usage and application in South-East Nigeria. This occurred because for one to gather and disseminate information about e-governance, the person must have the right tools. In the South-East and virtually every part of Nigeria, access to data is either unavailable or provided at exorbitant rates. In a country where a media practitioner battling with meagre salary is saddled with the task of buying data bundle to power his devices, e-participation would remain a mirage.

Table 3 sought to ascertain what media practitioners saw as impeding the application of e-governance. Many of the respondents agreed that literacy, infrastructure, interest and accessibility contribute largely to hinder the application of e-governance. The story would have been different if e-governance was not driven by ICT, which requires high level literacy, varieties of infrastructures; and is largely dependent on the ability of citizens to access it. Also, the literacy level in Nigeria today is low with still a large population grappling with comprehension of innovations such as e-governance.

Nchuchuwe and Ojo (2015) agree that the challenges of e-governance in Nigeria are the same in many other developing countries. Thus, there appears to be a consensus among scholars that the major problem of e-governance implementation in Nigeria is poor internet and telecommunications infrastructures. Fatile (2012) aptly accepts that the enabling technological frameworks of e-governance are still insufficient or substandard. Coleman (2005) identifies the following three major barriers which African countries, such as Nigeria, must overcome while adopting e-governance:

- Adopting technologies without developing human skills and capacities to manage, integrate and sustain them;
- Centralising the use of technologies by national government departments without devolving the benefits of technology to intermediary institutions such as local government, parliament, parties, civil society organisation and the independent media;
- Failing to link better governance to broader and more inclusive democracy which gives voice to those who cannot afford technologies but have needs and ideas to express.

Omeire and Omeire (2014) identify some challenges facing e-governance implementation in Nigeria. These include low ICT literacy rate, lack of necessary regulatory/legal framework, and poor ICT infrastructure. Perhaps, if the challenges posed by these impediments are tackled consciously, the South-East region and Nigeria in general would make appreciable progress in the application of e-governance.

Conclusion and Recommendations

From the findings of this study, it is concluded that there was low level of knowledge on operations of e-governance among media practitioners. There were positive perceptions with commensurate attitude in terms of accessing and reporting e-governance. There was no significant relationship between media practitioners' knowledge of e-governance and their attitude to the initiative. Again, it is concluded that media practitioners

in Nigeria's South-East region, despite being confronted by devastating effects of low literacy, poor infrastructure, limited accessibility and low interest, still have positive perceptions and commendable ideas towards the application of e-governance in their day-to-day businesses.

Based on the conclusion, the following recommendations are made:

1. Media practitioners in the South-East and their counterparts in other regions should periodically upgrade their knowledge through attending seminars, conferences and workshops that would school them in the rudiments of e-governance applications.
2. Media practitioners should be encouraged and willing to play more active roles in the e-governance initiatives such as accessing government information on the internet, covering/reporting e-governance in order to ensure mass awareness on e-governance in Nigeria and the South-East.
3. Media practitioners should canvas that the legislative vacuum between policy formulation and implementation on e-governance be properly closed by National Assembly and State Houses of Assembly for easy accessibility and implementation of ICT centres in various ministries, departments and agencies (MDAs).
4. Media practitioners should effectively play their roles as social mobilisers and change agents through framing of reports on the roles expected of MDAs and security agencies in order to awaken them to full consciousness of their responsibilities.

References

- ADEYEMO, A.B. E-government implementation in Nigeria: An assessment of Nigeria's e-governance ranking. *Journal of Internet and Information System*, v.2, n.1, p.11-19, 2011.
- AJAYI, G.O. E-governance in Nigeria's e-strategy. A paper presented at the 5th Annual African Computing and Telecommunications Summit, Abuja, Nigeria, 2003.
- AMAEFULE, E. Nigeria ranks 143 in e-government index. Retrieved from www.punchng.com, 2019.
- AWOLEYE, F. Talking telecommunication in Nigeria, dynamic export. Retrieved from www.dynamicexport.com, 2008.

- BOENINGER, M. E-governance and developing societies: Introduction and examples. *IICD Research Report*, v. 3, n.1, p.69-81, 1992.
- COLEMAN, S. African e-governance: Opportunities and challenges. Oxford: University of Oxford, 2005.
- COMREY, A.L. & LEE, H.B. A first course in factor analysis (2nd Ed.). New Jersey: Lawrence Erlbaum, 1992.
- DOMATOB, P. & HALL, C. From old public administration to new public management public money and management. *Journal of Management and New Marketing*, v.2, n.1, p.43-51, 1983.
- EKEH, E.O. A model of e-governance system for Nigeria. Awka: Nnamdi Azikiwe University Press, 2007.
- FANG, Z. E-governance in digital era: Concept, practice and development. *International Journal of the Computer, the Internet and Management*, v.10, n.2, p.60-89, 2002.
- FATILE J.O. Electronic-governance: Myth or opportunity for Nigerian administration. *International Journal of Academic Research and Social Sciences*, v.2, n.9, p.122-140, 2012.
- FOLARIN, B. Theories of mass communication: An introductory text. Ibadan: Stirling Publications, 1998.
- GODSE, V. & GARG, A. From e-governance to e-governance. New Delhi: Computer Society of India, 2009.
- HOLDER, D. & TRENO, A. Media advocacy in community prevention: Policy change addiction. *Journal of International Communications*, n.92, p.5189-5199, 1997.
- HU, G., PAN, W., LU, M. & WANG, J. The widely shared definition of e-government: An exploratory study. *The Electronic Library*, 2009.
- HOLDER, E.F. & TRENO, A. Social media, audience participation and emerging issues. *Journal of British School of Development*, v.3, n.1, 20-36, 1997.
- IFINEDO, P. Measuring Africa's e-readiness in the global networked economy: A nine-country data analysis. *International Journal of Education and Development*, v.1, n.1, p.60-89, 2004.
- KUMAR, G. "e-governance.employment" *News Weekly*, v.28, n.52, p.20-34, 2004.
- MCQUAIL, D. Communication models: For the study of mass communication. NY: Longman, 1987.
- MOON, M.J. The evolution of e-governance among municipalities: Rhetoric or reality? *Public Administration Review*, v.62, n.4, p.70-105, 2002.
- MUHAMMED, S. E-governance in Nigeria: A catalyst for national development. A paper presented at the 4th International Conference on Development Studies, University of Abuja, p.105-134, April 14-15, 2010.
- MUNDI, A. & MUSA, S. Information and communication technologies and Nigeria's development. *Development Quarterly*, v.5, n.6, p.71-89, 2010.
- MCBRIDE, S. Many voices, one world. Paris: UNESCO, 1980.
- MOYER, E. E-Governance and social development. In W. SCRAPPS (Ed.), *E-Governance and topical issues*. NY: Wadsworth, 1995.

- NCHUCHUWE, F.F. & OJO, A.D. Challenges and prospects of implementing e-governance in Nigeria. Retrieved from www.eprints.covenantuniversity.edu.ng, 2015.
- NIGERIAN COMMUNICATIONS COMMISSION. Industry statistics. Retrieved from <https://ncc.gov.ng>stakeholder>, 2019.
- NITDA. National Information Technology Development Agency (NITDA) Act. Retrieved from <https://www.nitda.gov.ng>, 2007.
- NKANGA, A. Nigeria's e-governance progress report. *Development Quarterly*, v.6, n.1, p.7-27, 2014.
- NWAHURUNANYA, C.I. & AKANGWA, U.N. *A practical guide to research & project writing*. Owerri: Springfield, 2008.
- NWANA, O.C. (1981). *Educational statistics and research*. Enugu: Layman Press.
- NWOGU, A. ICT and economic development in Africa digital space. *Journal of Development Studies*, v.2, n.1, p.20-31, 2014.
- OKUGO, C.U & ONWUKWE, D.C. Unveiling the shrouds of secrecy: A study of South- Eastern Nigeria media practitioners' awareness of the Freedom of Information Act. *Africa Media and Dormancy Journal*, v.1, n.1, p.120-134, 2012.
- OLATOKUN, A. & ADEBAYO, R. E-governance practice in Nigeria: The experiences & lessons. *Development Quarterly*, v.2, n.1, p.70-156, 2012.
- OLUFEMI, A.J. Electronic governance: Myth or opportunity for Nigerian public administration? *International Journal of Academic Research in Business and Social Science*, v.2, n.9, p.290-384, 2012.
- OMEIRE, E. & OMERIE, C. New wine in old wine skin: An exploration of major constraints to e-government implementation in Nigeria. *European Scientific Journal*, v.10, n.14, p.481-487, 2014.
- UBABUKOH, O. Nigeria ranks 141 in UN e-government indices. *The Punch Newspaper*, p.20, June 28, 2014.
- UNITED NATIONS. Global e-government readiness report: From e-government to connected governance. London: UN Department Press, 2008.
- UNESCO. E-government report. Retrieved from www.unesco.org/webworld/en, 2011.
- UWAJEH, A. ICTs and economic development in South-East Nigeria. *Journal of Social Sciences*, v.2, n.1, p.31-48, 1999.
- WIMMER, R.D. & DOMINICK, J.R. *Mass media research*. NY: Wadsworth, 2000.
- WILSON, J. Adoption of ICT for development in Kenya. *Journal of Kenyan Communication Studies*, n.3, p.60-31, 1997.
- YUSUF, M. Information and communication technology, and education: An analysis of the Nigerian national policy for information technology. *Int'l Education Journal*, v.6, n.3, 2005.

About the authors

Patrick Ene Okon – Ph.D. in Mass Communication by the University of Uyo, Nigeria. Teaches Journalism, Public Relations and Advertising in the Department of Mass Communication, University of Calabar, Calabar, Nigeria. In the current article, the author participated in research design conception, in the development of the theoretical discussion, in data interpretation, in the manuscript writing and in the text revision.

Cosmos Chukwudi Ndukwe – Ph.D. in Mass Communication from the Abia State University, Nigeria. In the current article, the author participated in research design conception, in the development of the theoretical discussion, in data interpretation, and in the manuscript writing.

Chidinma Joan Nweke – Master's degree in Mass Communication from the Abia State University, Uburu; and is a Lecturer in the Department of Mass Communication, University of Calabar, Nigeria. In the current article, the author participated in data interpretation and in the manuscript writing.

Uzoma Chukwuemeka Okugo – Ph.D in Mass Communication from the University of Uyo, Nigeria. Professor of Mass Communication and lecturers in the Department of Mass Communication, University of Calabar, Nigeria. In the current article, the author participated in research design conception, in the development of the theoretical discussion, in data interpretation, and in the text revision.

Data de submissão: 30/11/2019

Data de aceite: 06/03/2020

Questões metodológicas da pesquisa de campo em comunicação organizacional: um olhar a partir da microsociologia de Goffman

Methodological questions of fieldwork in organizational communication research: an approach from Goffman's microsociology

*Luis Mauro Sá Martino*¹

Resumo: *Este artigo discute aspectos metodológicos de uma pesquisa de campo realizada de agosto de 2018 a fevereiro de 2019, como parte de um estudo sobre a comunicação face a face em uma empresa. Foram estudados episódios interacionais durante 12 reuniões de um comitê de projeto, focalizando as interações em microescala. Durante o período de observação, no entanto, surgiram várias questões metodológicas, discutidas aqui a partir dos trabalhos de Erving Goffman, uma das referências da pesquisa: (a) existe um método “goffmaniano” para micro-observação? (b) Como observar os eventos de microescala quando se faz parte dela? (c) Como elaborar uma descrição válida do que foi visto? Estas questões são pensadas como parte de uma discussão epistemológica sobre métodos de pesquisa em comunicação.*

Palavras-chave: *comunicação organizacional; metodologia; pesquisa de campo; Goffman.*

Abstract: *This paper discusses some methodological aspects of a field research conducted from August 2018 to February 2019, as part of a broader study about face to face communication in a company. It studied interactional episodes during 12 meetings of a project board, focusing on the micro-scale interactions. However, during the study, several methodological issues have arisen, some of them stirred*

1 Faculdade Cásper Líbero (FCL). São Paulo, SP, Brasil.
<https://orcid.org/0000-0002-5099-1741>. E-mail: lmsamartino@gmail.com

by the works of Erving Goffman, which had provided some initial insights for field research: (a) is there a 'goffmanian' method for micro-observation? (b) How to observe the micro-scale events and simultaneously being part of it? (c) How to register the observation findings' in a valid description of what have been seen? This paper addresses these questions as part of a epistemological discussion on communication research methods.

Keywords: *organizational communication; research methods; fieldwork; Goffman.*

Introdução

Este artigo nasce de uma questão prática de pesquisa, surgida ainda durante os primeiros estágios de seu planejamento e realização. Trata-se de uma pesquisa de pós-graduação sobre comunicação organizacional, focalizando nas interações face a face em reuniões e encontros sociais no ambiente de trabalho. O objetivo era observar as modalidades de comunicação no ambiente organizacional a partir das interações face a face entre funcionários de uma empresa do setor elétrico, discutida em outros momentos – por exemplo, em Santos (2018).

Dentre as várias autoras e autores que poderiam ser acionados para um estudo desse tipo, e entendendo, com Braga (2011), o processo de pesquisa como “tomada de decisões”, optou-se desde o início por uma aproximação com os estudos de Erving Goffman, sobretudo pela perspectiva metodológica adotada, a observação em escala micro. Essa opção, se por um lado parecia ser coerente em termos da dimensão do objeto de pesquisa, por outro lado levantava uma série de questionamentos sobre os aspectos práticos da pesquisa.

A pesquisa de campo, realizada entre agosto de 2018 e fevereiro de 2019, provocou alguns tensionamentos entre o cotidiano das observações e as questões metodológicas estudadas, que podem ser expressas na forma de três questões: (1) existe um método “goffmaniano” para observação em escala micro? (2) Como observar os eventos de microescala e fazer parte dela? (3) Como registrar os achados da observação em uma descrição válida do que foi visto? No que se segue, este texto procura delinear essas perguntas – mais do que indicar qualquer resposta fechada – articulando os problemas práticos que surgiram durante a pesquisa de campo com indicações metodológicas pensadas a partir da obra de Goffman.

Valem, de saída, algumas notas.

Há vários trabalhos relacionados à observação e à pesquisa participante, como Brandão (1999), Lüdke e André (1986), Gajardo (1986) e Vianna (2003), entre outros, que dimensionam pontos importantes sobre práticas metodológicas, oferecendo um suporte conceitual e

prático acerca dos procedimentos desse tipo de pesquisa sem endereçar, no entanto, questões voltadas para o aspecto comunicacional das microinterações. Este texto não procura fazer uma discussão desse tipo de método em si, mas apenas na medida em que se aproxima da pesquisa realizada.

Não há pretensão de ineditismo ao trazer as análises de Goffman para o estudo da comunicação em contextos organizacionais, algo já feito por outros trabalhos. Como indica Maria Gabriela Gama (2005, p. 1885), “tal como a sociedade, as empresas são realidades socialmente construídas. Por isso, elas podem ser entendidas como microsociedades onde podem ser estudados os processos de interação social”. A título de exemplo, pensando Goffman no contexto organizacional, Flecha e Machado (2008) mostram como a interação entre empresário e consultor se desenvolve em uma postura de representação e autorrepresentação altamente ritualizada. Por seu turno, Ferreira (2017, p. 9) indica que esse tipo de abordagem “para o entendimento dos processos de comunicação no contexto organizacional é possível e viável por meio do viés microsociológico” de Goffman, “caracterizados pela sua análise das infinitas interações construtoras da vida cotidiana”, desenvolvido em outro texto de Ferreira (2018), analisando uma publicação feita pelos funcionários de uma empresa.

A visada aqui, no entanto, procura se concentrar na questão metodológica que, embora tangenciada pelas pesquisas mencionadas, não parece ser diretamente endereçada.

Do mesmo modo, não é o objetivo aqui fazer uma interpretação dos textos de Goffman ou mesmo um estudo sobre suas questões metodológicas. É um esboço tentativo de compreender e encaminhar algumas questões nascidas da prática cotidiana de pesquisa em conjunto com alguns aspectos de sua obra.

Finalmente, o texto procura colocar um método em discussão, empregado em uma pesquisa de alcance limitado, e não propor uma prática metodológica ou, menos ainda, um “como fazer”. É como participantes

do campo, em uma preocupação dialógica com as questões de método, que se compartilham estas questões.

O método em escala micro

Até que ponto é possível falar em uma “metodologia” a partir das obras de Goffman? A apreensão de seus conceitos na pesquisa em Comunicação parece estar relativamente consolidada, como indicam Gastaldo (2004), Ytreberg (2004) e Leeds-Hurwitz (2004). No entanto, a essa apropriação conceitual de Goffman não parece se seguir, na mesma proporção, uma discussão propriamente metodológica de sua obra, que permitisse acionar alguns de seus procedimentos nas práticas de pesquisa.

Mesmo um comentarista da produção de Goffman, como Winkin (1999), considera o que parece ser um paradoxo de sua obra: apesar da sua relevância, disseminação e mesmo popularidade – se esse termo pode ser usado – nas ciências sociais, há poucos continuadores de seu trabalho, ou mesmo pesquisas que se pautem em seus métodos.

Se, por um lado, pode certamente estar relacionado com certa postura do próprio Goffman (segundo comentaristas como Winkin (2004), um ótimo professor, mas não exatamente interessado em formar pesquisadoras e pesquisadores de acordo com seus métodos), parece ser excessivo creditar a uma questão de estilo pessoal a ausência de continuadores diretos.

Vale, nesse ponto, adiantar as inquietações de origem deste trabalho: em que medida é possível acionar um ponto de vista metodológico a partir de Goffman em uma pesquisa em Comunicação? Isso remete a outra pergunta: até que ponto faz sentido falar em um “método” ou “metodologia” de Goffman (ou, em um jogo de palavras talvez mais problemático, uma metodologia “goffmaniana”?). Em termos práticos, como trabalhar com Goffman em uma pesquisa em Comunicação? Qual é seu modo de abordagem do real para a articulação com a prática de pesquisa? Finalmente, uma pergunta de base: quais seriam as metodologias do próprio Goffman?

A resposta para esta última questão apresenta uma dificuldade adicional: a ausência de escritos metodológicos de Goffman. Ao que tudo indica, não há, em sua produção, obras de reflexão e comentário sobre seus procedimentos, indicações sobre metodologia ou considerações teórico-epistemológicas mais extensas. Assim, falar sobre uma “metodologia” de Goffman significa também fazer um exercício de abstração e reconstrução metodológica a partir de sua obra publicada.

Ou, no caso, de “metodologias”, no plural: se é possível observar a presença de alguns temas ao longo de sua obra, em particular uma preocupação com o “infinitamente pequeno”, como recorda Bourdieu (2004), as técnicas de pesquisa variam desde a observação de campo (em “A representação do Eu na vida cotidiana”, “Comportamento em lugares públicos” e “Rituais de Interação”) passando pela imersão institucional (“Manicômios, prisões e conventos”) e pela análise de documentos (“Os quadros da experiência cotidiana”, “Gender advertising” e alguns trechos de “Forms of Talk”).

Portanto, seguindo algumas das questões metodológicas levantadas por Braga (2010; 2011), no sentido de tomar a comunicação como “disciplina indiciária”, podemos procurar “indícios goffmanianos” na reflexão sobre uma prática de pesquisa orientada – talvez a expressão fosse “inspirada”, menos precisa, porém mais realista – por algumas de suas proposições. Trata-se, aqui, de uma reflexão sobre procedimentos metodológicos feitos durante e imediatamente depois de um período de pesquisa de campo, entretecida nas relações de pesquisa e orientação. É um olhar para o que Bourdieu (1983, p. 128) denomina a “cozinha das ciências” – no caso, se vale a metáfora, durante a “preparação” da pesquisa, com a pesquisa em ação.

Observador e participar da cena: o choque entre personas

Em agosto de 2018, questões metodológicas eram uma dúvida que rodeava a formulação de um estudo de caso sobre as interações realizadas

entre os funcionários de uma organização do setor elétrico. Naquele ano, a empresa iniciou um processo de mudança no modelo de gestão, aqui intitulado “Programa”. A iniciativa, segundo a companhia, procurava reformular processos, instaurar novas práticas e transformar a cultura organizacional, mudando a maneira de as pessoas trabalharem e se relacionarem dentro e fora da instituição, com o objetivo de tornar a atuação da empresa mais orientada às necessidades dos clientes externos.

Esse processo seria implementado a partir de uma série de reuniões, conduzidas preferencialmente pelo líder do projeto, com sua equipe principal, secundada por participações adjacentes. O sucesso do projeto estava, portanto, ligado às condições, momentos e contradições existentes em vários momentos, mas focados principalmente durante as reuniões – daí a escolha metodológica de observar essa interação e algumas outras que gravitam em torno dessa, como momentos de descontração (“pausa para um café”) e encontros de corredor.

Enquanto as comunicações mediadas pelas tecnologias contam com um diversificado aparato teórico-metodológico para suportar investigação dos fenômenos, o que temos em mãos para apreender o processo comunicacional quando a face de um humano encontra a face do outro?

Goffman parece ser, sobretudo, um pesquisador da interação face a face. Dentro dos procedimentos comuns de orientação, quando se definiu a proposta de pesquisa como sendo “o lugar da comunicação face a face” em situações do universo da Comunicação Organizacional, a própria escolha do vocabulário parecia remeter a Goffman.

Como observa Winkin (1999), em um curioso arco, a produção de Goffman começa e termina com textos intitulados “Interação Social”. A expressão aparece em um capítulo de sua tese de doutorado sobre as ilhas Hébridas, na Escócia, e é também o título do que seria a conferência inaugural como presidente da Associação Norte-Americana de Sociologia – Goffman faleceu antes de proferi-la. O conceito reaparece sistematicamente em vários momentos de sua obra, seja de maneira explícita, como no livro *Ritual de Interação*, seja como fundamento

ARTIGO

implícito de seus procedimentos, como em *Comportamento em lugares públicos*, *Relations in public* ou *Encounters*. O conceito de “interação social” parece se revestir, portanto, de toda uma importância para Goffman, interessado em compreender, em termos mínimos, os elementos presentes em cada uma dessas situações.

Metodologicamente, esse tipo de preocupação poderia ser traduzido na observação e análise de diversos ambientes onde se processam interações e, aparentemente, não há efetivamente uma necessidade de se optar por uma escala “micro” em termos quantitativos. A sociologia dos grupos e das instituições, desenvolvida na época por vários outros sociólogos e sociólogos a partir das matrizes mais diversas, da psicologia social à sociologia quantitativa, poderia dar conta de objetos semelhantes se a questão fosse a dimensão do grupo ou da situação.

O estudo de caso se propôs responder à seguinte pergunta: quando há um movimento de mudança no modelo de gestão de uma organização, como acontecem as interações entre os indivíduos daquele meio? E mais especificamente: quais são os objetivos, estratégias, relações estabelecidas entre os participantes, redes de poder, embates, negociações e táticas de ajuste; e como os discursos ganham força a partir dessas interações?

Em *A Representação do Eu na Vida Cotidiana*, Goffman (1985) apresenta os resultados de uma pesquisa etnográfica que realizou para sua tese de doutorado na década de 1950, em que analisou as interações face a face de membros de uma comunidade agrícola nas ilhas Shetland, no Reino Unido.

Goffman cria uma série de conceitos a partir das metáforas teatrais para estudar a vida social cotidiana, jogando luz nos detalhes das interações entre indivíduos e suas dinâmicas. “O relacionamento comum é montado tal como uma cena teatral, resultado da troca de ações, oposições e respostas conclusivas dramaticamente distendidas”, explica Goffman (1985, p. 71).

Com Goffman em mãos, escolhemos o procedimento metodológico etnográfico de observação participante para realizar o estudo de caso.

A opção se mostrou absolutamente necessária, uma vez que esta pesquisadora trabalha na Empresa e faz parte do programa, atuando como analista de comunicação institucional.

Schegloff (1988, p. 101) indica também essa proximidade entre sujeito e objeto no centro da própria metodologia de Goffman, sobretudo no sentido de permitir invocar, durante sua leitura, nossas próprias experiências. Essa pergunta metodológica também é feita por Blitvich (2013, p. 9) em um estudo sobre face e identidade, destacando não o aspecto de “método”, mas uma “prática” das teorias de Goffman.

O momento da observação e a imersão no campo parecem se apresentar para Goffman como oportunidades de encontrar sentidos inicialmente invisíveis nas trocas e interações, mas que se mostram fundamentais na elaboração das relações cotidianas como marcadores de sentidos, posições e ações no mundo social.

A identificação de significados desvela o que o cotidiano encobre – todo um jogo de sinalizações, indicações, ancoragens, elaboração e reelaboração de argumentos, estratégias para construir as percepções desejadas a respeito de si (e evitar qualquer elemento que rompa com esse “*script*” previamente definido), delimitação de territórios, atribuições e autoatribuições de valor e importância expressos nos mínimos gestos e atitudes.

Dessa maneira, dentro de uma perspectiva de Goffman, seria possível, a título de exemplo, encontrar expressões de poder – ou de resistência a ele – no ato de cruzar os braços e recostar-se na cadeira durante uma reunião, respirar mais fundo durante um diálogo ou sistematicamente dirigir o olhar para outros pontos que não seu interlocutor ao longo de uma conversa.

O primeiro passo foi obter o consentimento formal do responsável legal da organização, o presidente do Conselho de Administração da Empresa; do líder do programa a ser observado, o gerente executivo de Atendimento; e da gerente executiva de Comunicação. Todos assinaram um termo de autorização.

Na sequência foi enviado um e-mail para os participantes do encontro informando sobre a observação participante. Nesta comunicação, foi solicitada a manifestação daqueles que eventualmente não se sentissem confortáveis com o procedimento. Não houve nenhum tipo de objeção. Ao contrário, a maior parte realizou comentários amistosos, colocando-se à disposição para auxiliar no que fosse necessário.

Em todas as solicitações, foi enviado anexo um resumo do projeto com os objetivos da pesquisa, para que os envolvidos soubessem mais sobre o estudo de caso e quais seus propósitos.

À primeira vista, o fato de uma das autoras deste texto trabalhar na empresa pareceu-nos uma condição facilitadora e, ao mesmo tempo, dificultadora da observação participante. O fato de ser funcionária da organização há mais de uma década pode ter facilitado o consentimento, por possíveis laços de confiança resultantes do relacionamento profissional que ela possui com os executivos que autorizaram o estudo; e também porque outros funcionários da instituição realizaram anteriormente pesquisas envolvendo a Empresa em dissertações de mestrado e teses doutorado. Já havia, portanto, uma disposição em permitir que funcionários realizassem esse tipo de atividade.

Por outro lado, isso implicava uma questão de distanciamento em relação ao objeto, problema aparentemente bastante explorado em textos sobre metodologia – por exemplo, Corazza (1996), Martinelli (1999), Martino e Marques (2018), Martino (2018) – a respeito da dupla abordagem do pesquisador como sujeito da situação que busca investigar. No caso, ter uma função dupla nos encontros, de observadora de campo e ao mesmo tempo de analista de comunicação da Empresa, pode ter dificultado em certa medida a própria observação, já que a pesquisadora precisou, ao mesmo tempo, observar a cena e atuar profissionalmente, dividindo a sua atenção. Deparamo-nos, ironicamente, com um dilema goffmaniano dado pelo cruzamento das personas acadêmica e profissional.

As estratégias de observação: pensando com Goffman

Uma estratégia para lidar com esta questão foi elaborar um instrumento de coleta que direcionasse o olhar para as questões a serem investigadas. A necessidade de um instrumento específico também se deu pelo desafio de observar os fluxos comunicacionais nas interações face a face. Há uma multiplicidade de fenômenos simultâneos que ocorrem na comunicação direta, desde a configuração espacial, os objetos, as roupas, os gestos, as posturas, os humores, o tom das vozes e tantos outros elementos e interditos. É fácil se perder, daí a importância de saber para onde olhar.

Não perder de vista os propósitos investigativos do estudo de caso também foi uma preocupação. Antes de entrar em cada reunião, escrevamos no caderno as perguntas norteadoras da pesquisa. Na infinidade dos microacontecimentos, não se podia esquecer o objetivo de apreender o papel de cada participante na interação e suas táticas comunicacionais; se foram bem-sucedidas ou não; como a reação de um afetava ou mudava a tática do outro; quais eram os momentos de tensão e, finalmente, que vínculos se formavam ao final de uma dinâmica interacional.

A opção pela observação de uma situação fechada procura levar em consideração a delimitação de uma situação específica, definida de maneira semelhante pelas pessoas que participam dela, daí a opção por estudar interações relativamente limitadas no tempo e no espaço, procurando ver como, no fragmento da interação, emergem mudanças, significados, expectativas, os turnos de interação, reelaboração de representações, revelação de bastidores ou compartilhamento de inferências entre os participantes – e estas afirmações pautam-se parcialmente em Sanders (2012). Como indica Marta Dynel (2011, p. 463), Goffman se concentra no todo das situações sociais, procurando ver o conjunto como uma composição de detalhes.

A observação conduzida por Goffman em suas análises parece envolver, em primeiro lugar, um longo período de campo, com uma imersão parcial, quando não inteira, em seu universo de pesquisa. Trata-se de observações minuciosas de longo prazo, procurando encontrar as formas

de interação nas situações mais cotidianas, deixando-se levar pela dinâmica de seu objeto de pesquisa naquele momento.

Um problema epistemológico na definição do que poderia ser uma metodologia de Goffman (ou, mais ainda, “goffmaniana”) implica o que parece ser uma constante recusa em fazer uma preparação metodológica prévia para o tempo da pesquisa de campo. Antes, ele parece, em cada uma de suas pesquisas, se deixar envolver pelas condições específicas de cada espaço de pesquisa, revendo suas categorias de análise de maneira a não tentar apreender o objeto em interpretações anteriores – porque construídas e dirigidas a outros objetos. A especificidade de suas pesquisas, ao que parece, tinha implicações metodológicas diretas na medida em que a compreensão das interações sociais em cada situação correspondia à formulação de categorias próprias que dessem conta do que estava sendo observado.

Não por acaso, como também assinalam Winkin (1999), Winkin e Leeds-Hurwitz (2013) ou Nizet e Rigaux (2016), raramente Goffman transpõe conceitos de um livro para outro, o que não significa, por outro lado, a ausência de coerência em suas análises: Goffman parece se recusar a encontrar “propriedades gerais” das situações – no sentido em que Bourdieu (1983, p. 89) fala em “propriedades gerais dos campos” –, mas encontrar elementos comuns que se repetem em interações sociais diversas e que podem, por isso mesmo, ser transpostos, mas não “aplicados” em qualquer situação.

Essas interações ocorrem no momento dos encontros intermediados por situações diversas: não por acaso, ao longo de sua trajetória intelectual, Goffman conseguirá trazer essa mirada metodológica para o estudo de situações muito diversas, como reuniões sociais, o comportamento de pessoas internadas em instituições ou mesmo anúncios publicitários.

O “micro” ao qual Goffman dirige seu olhar não parece ser efetivamente a delimitação de um espaço ou grupo, mas o foco nas interações que acontecem dentro de uma situação delimitada – um encontro na mesa de um bar em público ou uma atividade em uma instituição.

“Micro” não é o tamanho do campo, mas do recorte do olhar sobre o objeto – as interações sociais – em uma dada situação.

Assim, as categorias de Goffman foram essenciais na construção desse instrumento de coleta, no qual combinamos conceitos que o autor apresentou nas obras *A Representação do Eu na Vida Cotidiana* (1985) e *Comportamentos em Lugares Públicos* (2010).

Foram adicionados ainda alguns elementos específicos para apreender as relações de poder e como o espaço físico influenciava as dinâmicas – uma parte do instrumento que não tinha relação direta com Goffman, mas que entendemos importantes para investigar as questões formuladas.

Usamos o quadro 1 abaixo para sugerir o caminho da observação em cada encontro e conduzir as anotações que, juntas, formaram o diário de campo deste estudo:

Quadro 1 - Proposições de observação metodológica das interações

Momento	Objetivo	Interações a observar
Preparatório Forma	01: Conhecer as condições formais de realização da interação do grupo.	Data: Tipo de interação: () Reunião () Evento () <i>Workshop</i> () Café Descrição: Objetivo comunicacional declarado da interação:
Preparatório Ambiente, cenário e participantes	02: Situar a “cena” imediata na qual se desenvolverão as interações.	Dados do ambiente (cenário): Participantes e sua posição corporativa/ nível hierárquico (fachadas sociais): Nível de formalismo: 1- muito informal / 2- informal / 3- meio-termo / 4- formal / 5- muito formal
Início da interação	Observar os lances iniciais definidores das interações.	Jogada de abertura Lideranças e dianteiras Níveis de plateia Divergências e negociações

Desenvolvimento da situação	Compreender as dinâmicas do momento a partir das interações entre participantes.	Comportamento gestual/postural dos participantes Padrões ritualísticos Falhas de cenário, fachada e representação (revelação de bastidores ou outros ruídos) Tentativa da interação (intencionalidades declaradas e tácitas, se for possível apreender) Estratégias comunicacionais escolhidas pela equipe/ator que conduz a interação Relações de poder entre os participantes da interação <i>Ethos</i> do grupo (nível de interesse da plateia, desempenho dos atores, dinâmicas predominantes, atmosfera formada)
Fechamento da situação de interação	As dinâmicas do encerramento e as aberturas de sentido resultantes.	Resultados da interação: as estratégias foram bem-sucedidas? O objetivo foi cumprido? Força do ambiente físico e suas configurações (como concretizam a tentativa comunicacional?) Outras observações

Fonte: elaborado pelos autores

De certa maneira, a densidade dos escritos de Goffman talvez possa ser creditada a essa recusa sistemática pela conceitualização prévia e que busca elaborar uma trama conceitual ao mesmo tempo em que descreve as situações de interação. Daí, dentro de uma chave de leitura, uma característica de seus textos: à primeira vista, trata-se de nada além da descrição de situações corriqueiras, comuns, sem interesse, descritas de maneira aparentemente simples.

Da experiência em campo vale ressaltar que, apesar de ter havido um instrumento de coleta, as anotações foram feitas de maneira livre, sem a amarra do formulário. Durante a observação de um episódio, registrávamos o que julgássemos relevante no caderno: na verdade, o que era possível anotar naqueles momentos, já que a pesquisadora também exercia um papel profissional na interação e não tinha total disponibilidade para fazer os registros. Somente depois da observação

passávamos as informações para o instrumento, exercício que nos provocava a lembrar de mais detalhes, complementando os dados não anotados primeiramente.

As características das situações de interação

Entre os meses de agosto de 2018 e fevereiro de 2019, observamos ao todo 12 episódios de interação entre os participantes, realizados no âmbito do Programa, distribuídos da seguinte maneira: três reuniões do “Comitê da Mudança”, uma reunião do grupo de gestão, uma conversa no café, um *workshop* para gestores e funcionários-chave envolvidos com o projeto, uma reunião de trabalho com a consultoria, três eventos internos para toda a organização, uma participação em reunião com a alta direção e uma apresentação para funcionários de um departamento.

Alguns itens foram mais fáceis de captar do que outros, como os padrões ritualísticos, bem marcados em organizações do tipo empresarial. As reuniões, os eventos e os *workshops* observados, por exemplo, sempre começavam de maneira parecida, com um participante realizando uma apresentação. O mesmo ocorreu na captação das fachadas: as posições hierárquicas e os papéis dos integrantes são bem estabelecidos neste tipo de ambiente social. Foi possível notar, assim, uma repetição intensa nas interações.

Já outros elementos, geralmente ligados à micro-observação, foram difíceis de captar. É o caso do comportamento gestual e postural dos participantes: apesar desta pesquisadora ter registrado algumas manifestações e tal captação ter auxiliado as análises posteriores, houve a sensação de que boa parte dessas expressões não verbais passou despercebida. Como mencionado, acreditamos que a dificuldade resulta da dupla função: a observadora que ao mesmo tempo faz parte daquela organização e desempenha um papel ativo na interação.

Ainda que tenhamos realizado as anotações livremente no caderno, ao final da pesquisa de campo ficamos com a sensação de que o instrumento de coleta foi de grande auxílio para guiar o olhar, mas ao mesmo tempo um limitador: diversos movimentos dos participantes e detalhes

da interação podem ter sido ignorados por conta deste direcionador, que possivelmente pré-moldurou o exercício de apreensão.

Também vale ressaltar o esforço contínuo para, na medida do possível, se afastar e observar a cena, ainda que estivéssemos nela. No diário de campo, registramo-nos como participante, anotando as próprias manifestações e papéis assumidos ao longo da interação. É como se a persona “observadora” estivesse registrando os movimentos da persona “analista de comunicação”: essa foi a tentativa.

Certamente, em suas obras, Goffman reserva um considerável espaço dedicado à descrição de situações, interações, atitudes e comportamentos. Esse procedimento parece estar quase sempre ligado à possibilidade de apreensão crítica imediata para, a partir daí, construir uma análise: talvez não seja de todo errado observar nisso certa herança fenomenológica, ainda que indireta, relacionada à condição de pensar a descrição do fenômeno como primeira etapa de sua apreensão, partindo em seguida para a reflexão crítica sobre o empírico.

Esse procedimento parece ocupar um considerável espaço em todas as obras de Goffman: com exceção de *Os quadros da experiência cotidiana*, Goffman raramente desenvolve uma obra a partir de uma elaboração conceitual mais filigranada, preferindo, na maior parte das vezes, construir uma trama conceitual a partir do que mostra uma situação analisada. A perspectiva metodológica de Goffman parece se ancorar, entre outros fatores, na percepção dos fenômenos mediada, o tempo todo, pelo trabalho analítico de abstração a partir do qual são construídos os conceitos que, por sua vez, contribuem para a interpretação do objeto.

No entanto, à medida que Goffman se dirige ao detalhamento dessas situações, o descritivo reveste-se de caráter analítico e, mais para frente, conceitual, revelando nuances desconhecidas, ou mesmo deixadas de lado, no momento inicial ou na observação assistemática. Isso leva a ver outros ângulos do objeto, retrabalhado à exaustão em cada uma de suas pesquisas até que sua apreensão compreensiva seja completa.

A produção de sentidos comunicacionais, em Goffman, parece se desenvolver em termos de uma apreensão global de situações a partir da costura dos mínimos elementos presentes em uma situação de interação, o que não exclui a interação de leitura – além do prefácio mencionado, esse tipo de microleitura da produção de sentidos acontece também em *Gender Advertising* ou em *Forms of Talk*.

A descrição, nesses casos, é problematizada em relação ao conjunto maior no qual estão inseridos – isto é, a pesquisa desenvolvida por Goffman em determinado momento, seja no espaço delimitado de um hospital, seja na delimitação de um tipo específico de interação.

Observando um episódio de interação face a face, foi surpreendente perceber como as categorias de Goffman funcionam bem como instrumento de observação. A separação entre a equipe de atores e a plateia, os elementos do espaço físico configurados em um cenário, as pessoas assumindo fachadas, os níveis de interação da plateia (ativa ou espectadora), os engajamentos de face e o *ethos* que se forma no grupo; todos esses conceitos emolduram o que está sendo observado na cena.

Pelas fachadas conseguimos apreender as relações de poder entre os participantes e como cada comportamento é, de certa forma, dado pelo papel que se assume. Por exemplo: enquanto os gestores se sentiam mais confortáveis para falar, divergir e negociar, os analistas atuavam como “coro” de seus chefes, complementando seus pontos de vista. Como afirma Velho (2008, p. 146), “os indivíduos desempenhando papéis estão sempre procurando expressar-se e, para que isso tenha sucesso sociopsicológico, é necessário que os atores com quem estejam interagindo se impressionem com o que está sendo transmitido”.

Por fim, a análise conjunta das cenas nos possibilitou identificar algumas regularidades, no sentido indicado por Bourdieu (1990), que, não sem algo de paradoxal, singularizavam o conjunto de interações. O quadro 2 procura identificar essas observações:

Quadro 2 - Percepções metodológicas das interações observadas

Momento	Característica Interacional
Ritual	Há um procedimento ritualístico bem definido em cada tipo de interação, que se repete nas interações.
Espaço físico regula o nível de interação	Na sala de reunião a conversa/diálogo é mais intensa do que nos espaços organizados em auditório.
Hierarquia dosa a expressão	Regra social implícita determina quem pode se expressar mais (presidente/gestores) e quem pode se expressar menos (demais funcionários).
<i>Ethos</i>	Cada episódio interacional forma um <i>ethos</i> ou espírito único. Ainda que o cenário e os atores sejam os mesmos, uma interação jamais é igual à outra.
Estratégia	Apesar de haver uma jogada de abertura ritualística, as estratégias comunicacionais acionadas pelos participantes são singulares em cada episódio, pois são formuladas e aplicadas a partir da reação dos outros.

Fonte: elaborado pelos autores

Isso permite talvez retomar o que foi dito acima a respeito de sua elaboração conceitual: se há o que parece ser uma unidade no olhar metodológico, que busca incidir sobre as interações sociais, a especificidade de cada uma delas desafia a formulação de uma teoria geral ao mesmo tempo que permite a observação, em cada nova pesquisa, de novas nuances do que está sendo visto. Utilizando uma definição epistemológica formulada por Vera França (2014), seria possível dizer que o olhar de Goffman incide sobre diversos objetos empíricos – comunidades, instituições, locais públicos – no sentido de aperfeiçoar e filigranar aspectos de seu objeto de conhecimento, as interações sociais.

Conceitos como o de “palco” e “bastidor”, “enquadramento” ou “instituição total”, empregados em algumas de suas obras principais, retornam esporadicamente, mas não se constituem como um repertório conceitual e hermenêutico apto a ser aperfeiçoado na medida em que se tornam presentes, ou ao menos visíveis, em situações específicas.

Ao que parecem, em Goffman os conceitos estão em constante choque com uma realidade que se mostra inapreensível em sua generalidade, mas que, ao mesmo tempo, revela algumas repetições, semelhanças e mesmo “padrões” – palavra usada aqui com cuidado, referente a uma herança da antropologia de origem em Goffman – em sua escala de observação, o espaço microssocial.

Considerações finais

A microssociologia de Goffman não parece se referir propriamente ao tamanho das situações analisadas, mas ao olhar metodológico dirigido aos momentos de interação, sublinhando cada uma de suas filigranas, nuances e detalhes responsáveis pela construção dos sentidos – a comunicação – na relação com os outros. Em Goffman parece haver todo um mundo a desvelar no insignificante – categoria, por sua vez, que aparentemente deixa de existir dentro de sua perspectiva metodológica, uma vez que os detalhes se tornam, muitas vezes, protagonistas das situações de interação.

Isso leva a outra questão: em que se constitui, efetivamente, a delimitação do espaço de observação em Goffman? É relativamente comum ver o nome de Goffman associado à ideia de “microssociologia”, da qual ele seria o criador e, por considerável tempo, único representante. É possível questionar, em termos metodológicos, o que pode existir efetivamente de “micro” em suas análises. Para tanto, vale retomar alguns aspectos de suas elaborações e interesses teóricos.

Na medida em que estes conceitos nascem da pesquisa de campo sistemática, e são por ela informados, retomados e corrigidos, poderia existir, em uma leitura inicial, a tentativa de classificar Goffman como um empirista pouco interessado na elaboração de um repertório teórico-crítico em relação à realidade observada. No entanto, essa sua busca pelo empírico não o encerra em termos do que poderia ser considerado um relato do momento ou do material observado.

A observação das questões metodológicas envolvidas na observação das microinterações não deixa de se apresentar dentro de uma

perspectiva mais ampla que se revela nessa escala, como ressalta Maria Teresa S. Garraza (2001). Em sentido semelhante, Camila P. Castro (2012, p. 204) assinala algumas perguntas como perguntas motivadoras do trabalho elaborado a partir de Goffman: “que princípios estruturais informam contatos rituais nas interações? Ou ainda, como as características da ordem da interação podem ser conectadas a estruturas sociais?”.

A análise das interações em escala micro no contexto organizacional, na perspectiva de Goffman, parece requerer uma discussão metodológica sempre renovada, sobretudo na medida em que o método, como recorda Lucrecia D’A. Ferrara (1996), não se constitui como conjunto de técnicas ou receituário, mas a composição de indagações elaboradas no enfrentamento do real que se procura estudar. Dessa maneira, não se fala aqui do “método em Goffman” ou em uma “metodologia” a partir do autor, mas procurar pensar “com” algumas de suas perspectivas.

Carlos B. Martins (2008, p. 140) ressalta que “tais relações que os indivíduos travam entre si em situações sociais concretas constituem um domínio de investigação analiticamente distinguível – a ordem de interação –, que possui estruturas, processos e regularidades específicas, não podendo ser reduzida a situações macrosociais e cujo método adequado de investigação repousa na microanálise”.

A prática metodológica de Goffman parece oferecer uma perspectiva metodológica na qual o conhecimento é construído a partir do respeito às características próprias de cada situação, articuladas com sua proposta de ver, aí, os procedimentos de interação social.

Não há, portanto, o que poderia ser visto como uma espécie de solipsismo do objeto empírico na análise de Goffman, algo que impediria qualquer desenvolvimento posterior, mas a busca por um cuidado metodológico que respeite as características das interações presentes em cada situação de pesquisa ao mesmo tempo que permite observar, em contraste e tensionamento, alguns dos elementos já apontados por ele em suas pesquisas: assim, não parece ser possível “aplicar Goffman”, algo que nem ele mesmo fazia, como sugere sua recusa em transpor conceitos entre obras, mas construir um olhar metodológico “a partir de

Goffman” como procedimento epistemológico na prática de pesquisa em Comunicação.

Referências

- BLITVICH, P. G-C. Face, identity and im/politeness. *Journal of Politeness Research*, v. 9, n. 1, p. 1-33, 2013.
- BOURDIEU, P. Erving Goffman, descobridor do infinitamente pequeno. In: GASTALDO, E. (Org.). *Erving Goffman, desbravador do cotidiano*. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2004.
- BOURDIEU, P. *Questões de Sociologia*. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.
- BRAGA, J. L. Dispositivos Interacionais. Trabalho apresentado no 20º Encontro da Compós. *Anais...* Porto Alegre: UFRGS, junho de 2011.
- BRAGA, J. L. A prática da pesquisa em Comunicação: abordagem metodológica como tomada de decisões. *E-Compós*, v. 14, n. 1, jan.-abr., 2011.
- BRANDÃO, C. R. *Pesquisa Participante*. São Paulo: Brasiliense, 1999.
- CASTRO, C. P. Ordem da interação, embaraço e agência do self na obra de Erving Goffman. *Teoria e Sociedade*, v. 1, n. 20, p. 198-207, jan.-jun., 2012.
- CORAZZA, S. M. Labirintos da pesquisa, diante dos ferrolhos. In: COSTA, M. V. *Caminhos investigativos*. Porto Alegre: Ed. Mediação, 1996.
- DYNEL, M. Revisiting Goffman’s postulates on participant statuses in verbal interaction. *Language and Linguistics Compass* 5/7 (2011): 454-465
- FERRARA, L. D’A. *Olhar periférico*. São Paulo: Edusp, 1996.
- FERREIRA, D. A. Ator sincero e ator cínico: a análise das interações comunicacionais no contexto organizacional a partir da perspectiva dramaturgica de Erving Goffman. *Dispositiva*, v. 7, n. 11, p. 123-137.
- FERREIRA, D. A. Os estudos de representações sociais e suas contribuições para o entendimento das estratégias de interação no contexto das organizações. Trabalho Apresentado no 11º Abrapcorp. Belo Horizonte: *Anais...* 15 a 19 de maio de 2017.
- FLECHA, V. O.; MACHADO, M. N. M. Organização, controle e representação: estudo de um processo de interação entre consultor e empresário. Trabalho apresentado no XXXII Encontro da Anpad. *Anais...* Rio de Janeiro: 6 a 10 de setembro de 2008.
- GAJARDO, M. *Pesquisa participante na América Latina*. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- GAMA, M. G. A fabricação da imagem social da empresa. *Atas do IV SOPCOM*. MInho: Sopcom, 2005.
- GARRAZA, M. T. S. Origen, aplicación y limites de la “Teoria del encuadre” en comunicación. *Comunicación y Sociedad*, v. XIV, n. 2, p. 143-175, 2001.
- GASTALDO, E. Goffman e as relações de poder na vida cotidiana. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 23, n. 68, p. 149-153, out. 2008.
- _____. Introdução. In: _____. (Org.). *Erving Goffman, desbravador do cotidiano*. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2004.
- GOFFMAN, E. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 1985.
- _____. *Comportamento em lugares públicos*. Petrópolis: Vozes, 2014.
- _____. *Os quadros da experiência social*. Petrópolis: Vozes, 2010.

- _____. *Rituais de interação*. Petrópolis: Vozes, 2011.
- LEEDS-HURWITZ, W. Erving Goffman as communication theorist. Trabalho apresentado no Encontro Anual da Associação Internacional de Comunicação. Nova Orleans: *Anais...* Nova Orleans, 2004.
- LÜDKE, M.; ANDRÉ, M. L. L. *Pesquisa em Educação: abordagens qualitativas*. São Paulo: E.P.U., 1996.
- MARTINELLI, M. L. O uso de abordagens qualitativas em serviço social. In: _____ *Pesquisa Qualitativa: um instigante desafio*. São Paulo: Veras, 1999.
- MARTINO, L. M. S.; MARQUES, A. C. S. A afetividade do conhecimento na epistemologia. *Matrizes*, v. 12, n. 2, p. 217-234, maio-ago. 2018.
- MARTINO, L. M. S. *Métodos de Pesquisa em Comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2018.
- MARTINS, C. B. Notas sobre o sentimento de embaraço em Erving Goffman. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 23, n. 68, p. 137-143, out. 2008.
- NIZET, J.; RIGAUX, N. *A sociologia de Erving Goffman*. Petrópolis: Vozes, 2016.
- SANDERS, R. The representation of self through the dialogic properties of talk and conduct. *Language and Dialogue* 2:1 (2012), 28-40.
- SANTOS, A. P. Dispositivos interacionais no ambiente organizacional. Trabalho apresentado no III Seminário Internacional Mídiação e Processos Sociais. São Leopoldo: Unisinos, 6 a 11 de maio de 2019.
- SCHEGLOFF, E. A. Goffman and the analysis of conversation. DREW, P.; WOOTTON, T. *Erving Goffman: exploring the interaction order*. Cambridge: Polity, 1988, p. 79-93.
- VELHO, G. Goffman, mal-entendidos e riscos internacionais. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 23, n. 68, p. 144-148, out. 2008, p. 144-148.
- VIANNA, H. M. *Pesquisa em educação: a observação*. Brasília: Aeroplano, 2003.
- WINKIN, Y. *A nova comunicação*. Campinas: Papyrus, 2004.
- _____. Apresentação. In: _____ (Org.). *Os momentos e seus homens*. Lisboa: Relógio D'Água, 1999.
- WINKIN, Y.; LEEDS-HURWITZ, W. *Erving Goffman*. Londres: Peter Lang, 2012.
- YTREBERG, I. Goffman as media theorist. *Critical Studies in Media Communication*, v. 19, n. 4, p. 481-497, dez. 2002.

Sobre o autor

Luis Mauro Sá Martino – Formado em Jornalismo pela Cásper Líbero, fez Mestrado e Doutorado em Ciências Sociais na PUC-SP, com pós-doutorado na Universidade de East Anglia (Norwich, UK) em 2008. Na Cásper Líbero,

é professor de Comunicação Comparada no Curso de Jornalismo desde o ano 2000. É professor e pesquisador do Mestrado, vinculado à Linha de Pesquisa “Processos Midiáticos: Tecnologia e Mercado”, e lidera o Grupo de Pesquisa “Teorias e Processos da Comunicação”.

Data de submissão: 28/06/2019

Data de aceite: 03/03/2020

Diversitywashing: as marcas e suas (in)coerências expressivas

Diversitywashing: brands and their expressive (in)coherences

Fernanda Carrera¹

Chalini Torquato²

Resumo: *Na problemática sobre discursos midiaticizados e representação de corpos e sujeitos diversos, é perceptível a necessidade de aprofundamento do debate sobre os impactos e os limites das iniciativas publicitárias. Este trabalho busca, portanto, debruçar-se sobre o conceito de diversitywashing, entendendo que muitas estratégias de marca camuflam práticas inconsistentes, sobretudo em relação às rotinas produtivas da publicidade e aos rastros de estereótipos imagéticos e textuais, que revelam uma contradição daquilo que expõem discursivamente. Assim, propõe-se aqui discutir sobre as demandas contemporâneas acerca da relação entre mídia e diversidade, conceitualizando a noção de diversitywashing e apontando para seis traços comuns desta prática (representações inadequadas; atribuição de neutralidade; bastidores contraditórios; diversidade limitada; comportamentos incoerentes; e vida passada) à luz de pressupostos teóricos sobre performatização de si, gerenciamento de impressões e coerência expressiva.*

Palavras-chave: *diversitywashing; diversidade; publicidade; marca; coerência expressiva.*

Abstract: *In the problem of media discourses and representation of diverse bodies and subjects, the need to deepen the debate on the impacts and limits of advertising initiatives is perceptible. This work seeks, therefore, to focus on the*

1 Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

<https://orcid.org/0000-0001-5024-0860>. E-mail: fernanda.carrera@eco.ufrj.br

2 Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

<https://orcid.org/0000-0003-2021-7795>. E-mail: chalinibarros@gmail.com

concept of diversitywashing, understanding that many brand strategies camouflage inconsistent practices, especially in relation to the productive routines of advertising and the traces of image and textual stereotypes, which reveal a contradiction of what they discursively expose. Thus, it is proposed here to discuss the contemporary demands on the relationship between media and diversity, conceptualizing the notion of diversitywashing and pointing to six common features of this practice (inadequate representations; attribution of neutrality; contradictory backstage; limited diversity; incoherent behaviors; and past life) in light of theoretical assumptions about self-performatization, management of impressions and expressive coherence.

Keywords: *diversitywashing; diversity; advertising; brand; expressive coherence.*

Introdução

No final da década de 1990 e início dos anos 2000, enquanto os impactos ambientais do aquecimento global e os desequilíbrios ecológicos provenientes da crise do petróleo eram discutidos nos âmbitos político e econômico, o conceito de *greenwashing* se fortalecia em meio aos estudos de comunicação, marcas e sociedade (ATHANASIOU, 1996). Aos esforços científicos em comunicação, o termo era e ainda é relevante, porque envolve a construção de uma camada discursiva dissimulada sobre as práticas comerciais, reconhecendo que os apelos da sustentabilidade são estímulos potentes ao consumo.

Se as estratégias de *greenwashing*, portanto, surgem no contexto da emergência de demandas de mercado por empresas ambientalmente responsáveis, vive-se na conjuntura contemporânea fenômeno semelhante: na tentativa de chamar a atenção de público consumidor ávido por representações mais acuradas da realidade social, marcas constroem discursos publicitários repletos do signo da diversidade. No entanto, enquanto algumas propostas são bem recebidas, uma vez que parecem representar um avanço na construção discursiva do imaginário sobre os corpos e as identidades sociais, muitas fazem emergir a dúvida: há mesmo a construção de uma cultura da diversidade no ambiente empresarial ou apenas iniciativas superficiais que maquiagem a realidade nada diversa da marca? Isto é, há, de fato, preocupação marcária com a diversidade ou apenas *diversitywashing*?

Entende-se que, embora a temática da diversidade esteja em pauta (HOFF, 2009; SILVA; GONÇALVES, 2017), possibilitando que, por exemplo, indivíduos negros estejam mais frequentes nas imagens publicitárias (SACCHITIELLO, 2018), na verdade esta iniciativa não avança da superfície discursiva, uma vez que apenas 4,7% dos cargos executivos das 500 maiores empresas brasileiras são ocupados por pessoas negras e somente 3,9% das empresas oferecem alguma forma de ação afirmativa para aumentar a presença negra no ambiente de trabalho (SCRIVANO,

2016). Essa realidade é repetida na conjuntura de outras minorias³, como mulheres (BOCCIA, 2018), idosos (LAPORTA; CAVALLINI, 2018) e pessoas com deficiência (LISBOA, 2018).

Ao compreender, entretanto, a importância da identificação destas discrepâncias para a localização da estratégia discursiva no plano das táticas de *diversitywashing*, propõe-se aqui um aprofundamento da discussão e do domínio conceitual do termo, ainda carente de problematização científica. Parte-se do pressuposto de que não somente a maquiagem da diversidade se manifesta nesta discrepância, como ela pode ser inscrita no próprio domínio textual e imagético da estratégia publicitária. Entende-se que a perspectiva da diversidade se tornou uma dimensão da *performance* marcária de si, na qual estão impressas dinâmicas interacionais que dão à audiência o poder sobre, especialmente, suas percepções. Nesse sentido, a marca é inserida no plano das interações sociais, no qual não basta reconhecer-se em uma identidade, mas gerenciar as impressões identitárias que causa no outro (GOFFMAN, 1985).

Sendo assim, este trabalho busca problematizar o conceito de *diversitywashing*, compreendendo suas dimensões complexas e dependentes dos efeitos de sentido de suas estratégias dentro das percepções da audiência. Inserindo a marca no campo interacional, propõe-se aqui um olhar conceitual sobre estas táticas sob a égide da noção de “coerência expressiva” (SÁ; POLIVANOV, 2012), compreendendo que a identidade de marca “diversa” se constitui enquanto projeto de si (GIDDENS, 2002), em um constante e flexível gerenciamento das impressões que causa nos seus públicos (GOFFMAN, 1985).

3 Entende-se minorias aqui sob a luz sociológica, que pressupõe “coletividades que são discriminadas e estigmatizadas, consubstanciando um quadro de subordinação cultural, política ou socioeconômica a um grupo de domínio, independentemente do número de sujeitos que a compõem em relação à totalidade populacional” (RONDON FILHO, 2013, p. 269), isto é, grupos que ocupam lugares inferiores nas relações de poder cotidianas.

Mídia e diversidade

Na esteira de ativismos sociais de mídia livre e de alterglobalização – a exemplo da Cúpula Mundial pela Sociedade da Informação de Genebra (2003) e Tunísia (2005) e, mais recentemente, Primavera Árabe e o Occupy Wall Street (2011), – movimentos sociais contemporâneos, fortalecidos pelas novas ferramentas, erguem suas barricadas contra racismo, xenofobia, estereótipos, sexismo, homofobia e outras violações, reivindicando estruturas sociais mais democráticas. São dinâmicas que desconfiam das estruturas políticas institucionalizadas, mas também fazem um forte questionamento à mídia, buscando construir novas versões dos fenômenos sociais. Nesse sentido, afirma Castells (2012, p. 23), “[...] a disputa de poder fundamental é a batalha pela construção de significados nas mentes”, ou seja, uma disputa de narrativa voltada para, segundo o autor, reprogramar as instituições sociais para valores mais democráticos.

No que se refere à mídia tradicional como instituição, é necessário ter em mente o potencial de sua estrutura na normatização cotidiana de valores sociais. Entendida como a profissional da construção narrativa da verdade social pública, a grande responsável pela massificação de informações nas sociedades populosas contemporâneas, torna-se fundamental colocá-la sob a lente analítica de como ela conduz a construção de um inconsciente coletivo. Na medida em que o desconhecido sobre a alteridade é mediado pelos discursos midiáticos, portanto, é fundamental exercitar o olhar crítico atento sobre o condicionamento ou a legitimação de visões de mundo e qual seu impacto na estruturação de sociabilidades contemporâneas – pacíficas, mediadoras de tolerância ou conflitivas, promotoras de exclusão social. Isso é importante, por exemplo, no que se refere aos estereótipos, supergeneralizações construídas socialmente e que são colocadas como arquétipos de determinados grupos sociais, limitando seu significado e a interpretação social sobre o outro (MERSKIN, 2011).

A construção própria de mensagens destinadas ao público massivo dialoga com uma normatização de percepções, reforçando cotidianamente

o que é compreendido como “normal” ou “desejável”, numa relação muito mais negociada e sedutora, do que impositiva. Trata-se da força reprodutora da violência simbólica de padrões ideais (BOURDIEU, 1989) que, na mesma medida em que estabelece o que é normal, estabelece também o que não é. Assim, discutir estereótipos de mídia é entender as maneiras com que a visão das pessoas é construída sobre os Outros e como a sua marginalização se torna imperceptível ou banalizada no ambiente da mídia. Esses construtos sociais, transmitidos como sendo a “verdade”, são concedidos socialmente e reproduzidos institucionalmente em várias esferas, de modo que as percepções de mundo da cultura dominante se vendem como algo natural, óbvio, unanimemente acordado, definindo, assim, as crenças, rituais e os atos numa ordem social.

É através da reprodução de padrões limitados, por exemplo, sobre gênero, raça, classe, sexualidade e religião que arquétipos (visões multidimensionais, símbolos fluidos de personalidade) são transformados em estereótipos (signos unidimensionais e concretizados sobre a Alteridade), sendo potencialmente capazes de difundir valores que justifiquem o ódio coletivo, a perseguição e atrocidades políticas contra determinados grupos (MERSKIN, 2011). Assim, o contato cotidiano com mensagens midiáticas estereotipadas reproduz e reforça socialmente preconceitos – uma antipatia baseada numa generalização distorcida e inflexível, uma atitude avessa ou hostil a uma pessoa que pertence a um grupo simplesmente por ela pertencer a este grupo – e discriminação – o comportamento que resulta do preconceito, envolvendo tratamento injusto aos indivíduos, baseado em algumas características estigmatizadas, como raça, classe, gênero, idade, etnia, religião, naturalidade, orientação sexual, visões políticas, possuir deficiência, etc.

Por se tratar de um sistema excludente e perpetuador de conflitos sociais, iniciativas que indicam sua superação costumam ser comemoradas pelos ativistas ávidos por uma transformação social. Por isso que, conteúdos disruptivos, alternativos e questionadores podem ser infinitamente compartilhados, apropriados e utilizados como uma luz de

representação mais verdadeira em meio a uma estereotipagem normatizada. São ideias que, atreladas a um consumo contemporâneo de mídia marcado pela complementaridade de informações entre os diversos tipos de meios, se reforçam o suficiente para conquistar poder de disputar narrativas com os valores normativos das mídias tradicionais.

Estas iniciativas, no entanto, fazem emergir vieses críticos de análise que tentam compreender de que maneira a apropriação mercadológica de pautas sociais pode interferir em sua coerência essencial. Ou seja, é indispensável se ter em mente que a estrutura produtiva é dinâmica e força os atores ali presentes a se adaptarem, como uma lógica própria da competitividade. Utilizar-se da causa da diversidade para aproximar-se do público consumidor pode não ser o suficiente para disfarçar a ausência desta representatividade também na mão de obra que é empregada para a produção deste conteúdo.

Afinal, poderia o subalterno falar? A ele é de fato autorizada a escuta? (SPIVAK, 2010). Quem são essas alteridades tão invisíveis ou preconcebidas historicamente ao conteúdo midiático e que agora parecem curiosamente interessantes ao olhar dominante? Haveria, segundo Stuart Hall, um fascínio do pós-modernismo global para com o exótico da diferença: sejam elas sexuais, raciais, culturais e, sobretudo, étnicas. E ele se pergunta se estaria essa reaparição da “proliferação da diferença” relacionada com a fascinação ocidental com os corpos de mulheres e homens negros de outras etnias (HALL, 2003, p. 150). Ainda que nutra esse fascínio pelo exótico, e a busca pelo atendimento à demanda dos consumidores, é possível se perceber uma negociação com os valores dominantes que, volta e meia, se rearticulam numa resistência agressiva à diferença e a possibilidade do risco ao seu privilégio exclusivista. A apropriação pela normatividade tende a integrar a diversidade por via de sua adaptação, correção e ajuste, especialmente quando essa produção passa pelas mãos dos mesmos grupos sociais que sempre dominaram esses conteúdos.

Autenticidade percebida e as (in)coerências expressivas da marca

Uma das chaves de observação relevantes para avançar na presente análise é a percepção de autenticidade das construções subjetivas e os processos de validação identitária que são continuamente mobilizados no contexto interacional e podem auxiliar na compreensão das interações comunicacionais entre públicos e marcas. Parte-se do pressuposto de que, mesmo ao construir discursos empresariais e mercadológicos, estes sujeitos marcários estariam subordinados a aparatos relacionais semelhantes àqueles aos quais os indivíduos seriam submetidos, abrangendo táticas de construção de si, negociações identitárias, percepções de alteridade e legitimação, assim como as problemáticas que emergem das relações de poder.

Sob a perspectiva sociológica, a autenticidade seria um construto negociado, em um processo de autorreflexão (GIDDENS, 2002) assujeitado aos trâmites interacionais. Não seria, portanto, a autenticidade um fenômeno concreto, mas uma abstração dependente do retorno social, isto é, “o conceito de autenticidade deve ser entendido não enquanto verdade ontológica, mas como uma ‘história partilhada’”, construída pelo ator e negociada com os outros (SÁ; POLIVANOV, 2012, p. 581), em um sistema contínuo de legitimação e deslegitimação.

A esta percepção de autenticidade identitária, Sá e Polivanov (2012) dão o nome de “coerência expressiva”, ou seja, a constância subjetiva que os indivíduos buscam nos outros e em si mesmos para a validação de quem são e de quem são seus interagentes. Contradições comportamentais e intensas transformações poderiam produzir efeitos deslegitimadores, definindo para os indivíduos maior ou menor “competência social como agentes da interação” (SMITH, 2006, p. 97-98). Sendo assim, o objetivo final da construção identitária seria, portanto, “saber se será acreditado ou desacreditado” (GOFFMAN, 1985, p. 231).

Constituinte de processos interacionais elementares, este regime de validação da autenticidade é reforçado pelas dinâmicas da cultura digital e das materialidades contemporâneas. Boyd (2008) aponta para quatro

propriedades fundamentais do contexto digital que podem modular os limites e as potencialidades das interações que ali se inserem: persistência, buscabilidade, replicabilidade e audiências invisíveis. A persistência seria a marcação do prolongamento dos atos de fala, em contraposição à efemeridade dos contatos face a face, uma vez que nestes ambientes o registro do discurso é facilitado (POLIVANOV; CARRERA, 2019); a buscabilidade seria um desdobramento da persistência, uma vez que à medida que as mensagens podem ser registradas, elas também podem ser acessadas com agilidade em pequenos cliques de busca; a replicabilidade, por sua vez, seria a facilidade da reprodução da mensagem em contextos e públicos diferenciados; chegando ao pressuposto das audiências invisíveis, conceito que admite a impossibilidade, no ambiente digital, de controlar e mensurar qual é o alcance e a audiência daquilo que se diz. A mediação da materialidade digital, portanto, é contundente para os sistemas interacionais nestes ambientes, sobretudo em comparação com espaços de conversação face a face.

Sendo assim, esse contexto digital contemporâneo permitiria mais recursos materiais para a validação identitária e comunicacional dos indivíduos e, como se quer discutir aqui, inclusive das marcas. Se, portanto, no contexto dos indivíduos, podem ser chamados de “rupturas performáticas” (POLIVANOV; CARRERA, 2019) os desencaixes entre a comunicação de si e os comportamentos sociais ou as fissuras localizadas entre as intenções identitárias e aquelas que as circunstâncias interacionais e materiais permitem, na conjuntura marcária os efeitos dessas lacunas são intensificados pelo cinismo já previsto e solidificado nas relações entre consumidor e comunicação empresarial.

Nesse sentido, se no contexto dos indivíduos, as rupturas performáticas implicam em gerenciamentos de si e das situações, em um processo de tentativa de controle do que se mostra e do que se esconde, isto é, do cenário teatral dos papéis sociais, no qual se define o que é exposto ao público e o que deve ser mantido nos bastidores (GOFFMAN, 1985); se nestes processos interacionais, o que está em jogo é a reputação identitária dos sujeitos, implicando em manutenção da autoestima

social, do pertencimento e da saúde psicológica; no caso da conjuntura das marcas, o que está em jogo é sua imagem corporativa, que implica em gerenciamento de uma identidade em prol da permanência mercadológica e da fuga constante dos penosos gerenciamentos de crise. Dessa forma, a percepção das rupturas performáticas se manifesta, na conjuntura das marcas, em percepção de “*washing*”, ou seja, em dissimulação percebida ou evidente incoerência expressiva. Nesse sentido, todo o aparato discursivo e operacional que envolve o funcionamento da empresa (por ex., publicidade, pontos de venda, embalagens, produtos, parceiros, fornecedores, funcionários e processos de contratação) pode ser utilizado como reforço ou empecilho para a manutenção da sua coerência expressiva.

Para avançar neste debate, portanto, são discutidos aqui os seis traços mais comuns de incoerência expressiva, no contexto do atributo da diversidade, que podem fazer a marca cair na percepção de “*diversitywashing*”.

Os seis traços do Diversitywashing no contexto das marcas

A percepção de *diversitywashing* se dá enquanto efeito de sentido, isto é, depende diretamente não somente das intencionalidades da marca, mas das decodificações que emergem das suas audiências. Não se intenta aqui, portanto, discutir sobre a suposta veracidade das mensagens ou muito menos sobre qual seria a “real” intenção das empresas ao adotarem o discurso da diversidade, mas perceber quais os rastros comunicacionais e comportamentais que as marcas oferecem ao público para que este as localize como atuantes desta prática. Assim, são elencados aqui seis traços comuns de *diversitywashing*: representações inadequadas, atribuição de neutralidade, bastidores contraditórios, diversidade limitada, comportamentos incoerentes e vida passada.

Representações inadequadas

Uma vez que a comunicação publicitária é um dos modos de construção de identidade marcária que menos implicam em transformações estruturais da empresa, manifestar apoio a causas da diversidade parece um simples empreendimento. No entanto, a falta de compreensão das narrativas diversas que compõem cada corpo ali utilizado para fins comerciais, além do pouco esforço em busca desse discernimento crítico a respeito das suas ideias criativas, contribui para a construção de discursos publicitários muitas vezes superficiais e, sobretudo, problemáticos e estereotipados.

É o caso da campanha “Somos Todos Paralímpicos” desenvolvida pela agência de publicidade Africa para a *Vogue*, mostrando os atores Paulo Vilhena e Cléo Pires como atletas amputados. O contrassenso na ideia de representatividade desta peça foi alvo de críticas na internet alcançando o topo dos *Trending Topics* na época (agosto de 2016),⁴ pois ela optou por “dar visibilidade” a atletas com deficiência, retirando exatamente estes sujeitos das peças publicitárias e colocando em seus lugares dois corpos padronizados com “deficiências” construídas via edição de imagens.

Outro exemplo é a campanha “*Be true to your pleasure*” da Magnum protagonizada por transexuais, travestis e *drag queens*. Ao associar o sorvete e o ato de comê-lo aos rituais de sensualidade impressos nos corpos ali expostos, a marca recai sobre o desconhecimento das diferenciadas narrativas vivenciadas por estes corpos (PELÚCIO, 2005); sobre uma hipersexualização já cristalizada, que impede o acesso destas pessoas a outros espaços profissionais senão à prostituição (JIMENEZ; ADORNO, 2009).

Estes exemplos, portanto, demonstram a problemática comum das representações inadequadas nas propostas publicitárias e fazem emergir debates relevantes sobre os limites possíveis da compreensão sobre as narrativas de sujeitos que não fazem parte da produção criativa e da

4 Informação disponível em: <https://oglobo.globo.com/esportes/campanha-com-atores-paralimpicos-gera-polemica-cleo-pires-se-defende-19987262>. Acesso em: 30 abr. 2019.

aprovação das peças. Se há no contexto da criação publicitária e na gestão das agências de publicidade uma predominância de homens heterossexuais, de classe média alta (SACCHITIELLO; LEMOS, 2016; MAIA, 2018) e brancos (DOURADO, 2015), assim como é a mesma a realidade dos cargos de chefia das empresas brasileiras (IBGE, 2014, 2016; GOMES, 2018), a iniciativa pelo aprofundamento da compreensão sobre aquele que se representa sob a égide da diversidade deveria ser um esforço amplificado.

Atribuição de neutralidade

A atribuição de neutralidade a corpos específicos se manifesta na escolha de alguns sujeitos para representarem o padrão, compondo um pano de fundo supostamente invisível para a marcação dos corpos que seriam “diferentes”. Esse tipo de traço é comum nas campanhas publicitárias que propõem uma representação racial “diversa”. Em anúncios que intentam representar indivíduos diferentes e sugerem estar cientes da pluralidade de raças na conjuntura brasileira, deixam escapar que a diversidade se materializa no não branco e o branco se torna invisível em sua racialização. Ou seja, em geral, quando permitem a existência de indivíduos de outras raças em suas campanhas, essa permissão se manifesta em um ou dois modelos em meio a uma maioria branca, corroborando para a aceção de que há uma “certeza intemporal” (FRANKENBERG, 2004, p. 310) e uma “visibilidade não-marcada” (MACHADO, 2018) da branquitude.

Em dezembro de 2016, a modelo negra Deddeh Howard expôs, em projeto intitulado Black Mirror,⁵ a realidade das campanhas de grandes marcas e sua associação com agências de modelo. Recriando diversas fotografias de campanhas famosas em que modelos brancas protagonizavam, Deddeh desejava mostrar os modos do racismo publicitário e as problemáticas da visão desracializada da branquitude: “*Even though I was told by those agencies that I have an amazing look and wish they*

5 Ver: <http://secretofdd.com/?p=2703>.

could represent me, they already have a black model. Besides having an abundance of white models” (HOWARD, 2016).⁶ Com a denúncia, a modelo descortinou a rotina produtiva da publicidade e realçou de forma contundente a “suposta neutralidade da identidade racial branca que faz com que grande parcela da sociedade tenha privilégios, mas não os perceba” (SHUCMAN, 2014, p. 92). Essa neutralidade pode ainda ser percebida nos anúncios abaixo:

Figura 1 - Atribuição de neutralidade racial.



Fonte: Coleta em ambiente digital marcário (sites e mídias sociais, como Facebook e Instagram, da Quem Disse Berenice, Arezzo, Hering Kids, Itaú, Dove, Natura e Renner)

Embora a concepção de neutralidade nasça deste contexto racial, ela pode se manifestar na concepção de que há corpos neutros e outros não, deixando evidente que o diferente é aquele que não corresponde ao padrão normativo de existência da contemporaneidade: branco, magro, heteronormativo, jovem e sem deficiências. Nesse sentido, se não há equivalência representacional e alguns corpos se arvoram em

6 “Mesmo me dizendo que eu tinha um visual incrível e que adorariam poder me contratar, estas agências diziam que já tinham uma modelo negra. Embora tivessem uma abundância de modelos brancas” (tradução nossa).

invisibilidade, pouco se realiza em torno da suposta transformação enunciativa da publicidade em torno da diversidade, e o que se vê é mais uma manifestação de incoerência expressiva, uma vez que se constrói uma maquiagem discursiva diversa em primeiro plano que é desvelada em sua padronização em um olhar mais atento; ou seja: *diversitywashing*.

Bastidores contraditórios

Em maio de 2019, a loja Três, empresa de moda com lojas no Rio de Janeiro e em São Paulo, que se apresenta sob o *slogan* “Por trás de peças, pessoas”, exibe em suas etiquetas o rosto da costureira de cada peça e tem em seu quadro de vendedoras mulheres negras de cabelo crespo, teve que explicar por que esse discurso não se manifestava em suas práticas cotidianas (GONZALEZ, 2019). De acordo com o apurado pelo Portal Universa, o cotidiano na empresa, na verdade, era repleto de racismo, gordofobia e assédio moral dos donos e sócios da empresa. Após a rápida repercussão negativa em redes sociais, a marca publicou uma nota afirmando: “Nosso apreço pela diversidade nunca foi de fachada, como agora nos acusam”.

O termo “fachada”, empregado pela nota da Loja Três, admite a compreensão dos trâmites que regem o *diversitywashing*, ou seja, pressupõe uma construção identitária da marca que se apresenta para apreciação do público e outra que a deslegitima se for descoberta. Nesse sentido, a teoria goffmaniana a respeito das interações sociais cotidianas propõe a metáfora do teatro, dividindo a vida social em palco e bastidores, isto é, em espaço de exposição de si e em espaço de ocultamento. Analista das interações face a face, Goffman postulou que todo ator social tem como ponto de partida a representação que se apresenta à sua frente, mas a compreensão e os comportamentos se dão não somente pelo conteúdo do que se diz, mas a partir daquilo que se deixa escapar (GOFFMAN, 1985).

A quebra deste sistema de montagem encenada por aquele que assiste a representação é chamada de “intromissão inoportuna” (GOFFMAN, 1985, p. 192), isto é, quando a plateia entra nos bastidores da

representação e desmascara o ator por conhecer os elementos da sua vida que podem prejudicar a manutenção do teatro da vida social. Nesse sentido, manter a coerência expressiva seria gerenciar estes elementos para que sejam apenas legitimadores do processo identitário ou evitar que a plateia acesse os elementos contraditórios.

A Loja Três manifestou um traço comum de incoerência expressiva porque, obviamente não apresentava, em seu cotidiano laboral, aquilo que comunicava em prol de lucro e posicionamento mercadológico. Usando o valor simbólico da diversidade, a marca pareceu praticar apenas *diversitywashing*.

Diversidade limitada

Este traço dialoga com as noções de expressões transmitidas e expressões emitidas, da perspectiva goffmaniana, uma vez que são ações significantes do processo de gerenciamento de si relevantes para a manutenção do quadro representativo que se deseja. De acordo com Goffman (1985), as primeiras são aquelas de caráter proposital que, por meio de signos conhecidos por sua plateia, fazem eficiente a ação comunicativa. As segundas, por sua vez, incluem movimentos que parecem sintomáticos, não intencionais do ator, e que podem trazer a impressão de que há outros sentidos para aquela informação que fora assim transmitida.

A C&A e a marca estadunidense Plus Size Baby protagonizaram casos de diversidade limitada recentemente. Em 2017, a loja de departamento brasileira lançou uma campanha com o objetivo de “promover empoderamento” (IZQUIERDO, 2016), com textos que diziam “sou negra, sou loira”, “sou menina, sou menino” e “sou gorda, sou sexy”. Este último texto acompanhava uma fotografia da modelo Malu Mendes, autodenominada de “*curvy model*”. No entanto, a repercussão da campanha foi negativa pela escolha de uma modelo curvilínea, mas não representativa das mulheres, de fato, gordas. Já a Plus Size Baby, em abril de 2019, fez um post no Twitter com o texto “#bigsize #curvygirls Sexy Lace Panties for Plus Size Women”, com uma fotografia de um corpo magro que esticava a peça para mostrar seu tamanho. Nesses casos,

portanto, o discurso da diversidade e da valorização dos corpos diversos se dá no plano das expressões intencionais. No entanto, deixam escapar, isto é, “emitem” exatamente o contrário do que desejavam, com um movimento significativo que revela uma proposta de diversidade muito limitada.

No contexto dos sujeitos negros, esse traço da diversidade limitada já é bem conhecido. Marcas preferem ilustrar a negritude em suas campanhas com corpos de negros de pele clara e traços pouco negroides (GOMES, 2006). Há, comumente, uma tentativa de embranquecimento do negro como modo de tornar palatável sua existência nesse espaço discursivo de poder. Assim, é o corpo miscigenado (preferencialmente mais branco do que preto) que interessa à publicidade, aquele representante perfeito das dinâmicas do colorismo (NORWOOD; FOREMAN, 2014) e representado pela figura da “mulata”: aquela mulher que preserva algumas características negras, mas está “a um passo da branquitude” (CRAVEIRO; CARVALHO, 2017, p. 65). Nesse sentido, embora envelopadas por um aparente enaltecimento do discurso da diversidade, estas escolhas denunciam a incoerência expressiva destas marcas, que emitem como efeito de sentido de si a ideia de praticantes de *diverstywashing*.

Comportamentos incoerentes

Em março de 2016, a C&A lançou a coleção “Tudo lindo & misturado” em um vídeo publicitário que apresentava um modelo masculino colocando um vestido, numa intenção discursiva *genderless*. No entanto, embora a campanha tenha causado furor pela proposta de vanguarda, rapidamente foi deslegitimada pelo público, que expôs a contradição da marca no seu próprio aparato comunicacional e de *marketing*: a divisão de gênero feminino e masculino continuava em todos os outros espaços da empresa, como no site e nas lojas, assim como a nova coleção não considerava em seus tamanhos a possibilidade de, realmente, as peças serem misturadas, como afirmava o *slogan* (GIUSTI; PAUL, 2016).

Diferente do traço de *diverstywashing* que pressupõe a entrada nos bastidores da representação (bastidores contraditórios), aqui a

incoerência expressiva se fundamenta no próprio comportamento empresarial que se coloca em evidência, isto é, não há uma intromissão inoportuna da plateia, mas uma discrepância na representação de si que a marca apresenta em seus aparatos comunicacionais (como ponto de venda, site e publicidade). São comportamentos intencionais que, por si mesmos, contradizem e deslegitimam a representação identitária desejada, produzindo a percepção de inautenticidade: “A campanha chama Tudo Lindo & Misturado, mas quando você vai comprar as peças vê que são belas roupas, masculinas e femininas. Só. O próprio anúncio sugere essa troca mais como uma diversão” (CORRÊA, 2016).

Desse modo, a C&A manifesta prática de *diversitywashing*, uma vez que não assume “narrativas biográficas coerentes” (GIDDENS, 2002) nem mantém escolhas discursivas que evidenciem uma coerência expressiva em prol de uma rotina identitária, isto é, uma continuidade da proposta de representação que demonstre certa estabilidade na construção de si (SÁ; POLIVANOV, 2012). Essa coerência é um construto de planejamento minucioso e anterior à representação, isto é, os atores devem ser “prudentes e circunspectos ao representar o espetáculo, preparando-se antecipadamente para prováveis contingências e explorando as oportunidades restantes” (GOFFMAN, 1985, p. 223). Esse pressuposto não foi considerado pela C&A, que continuou apresentando campanha com a proposta de moda sem gênero, como no anúncio para o Dia dos Namorados do mesmo ano, mas em suas lojas perpetuava e ainda perpetua a separação bem definida entre masculino e feminino.

Vida passada

Em março de 2017, no contexto brasileiro, a Skol apresenta sua campanha *Reposter*,⁷ que marcaria o reposicionamento da marca de cerveja em prol, agora, de narrativas publicitárias mais inclusivas e diversas. Reconhecendo seu passado machista, que impregnava seus anúncios de mensagens de hipersexualização feminina, a Skol propõe neste

7 Ver vídeo publicitário Reposter: https://www.youtube.com/watch?v=g_8fnMtbds0.

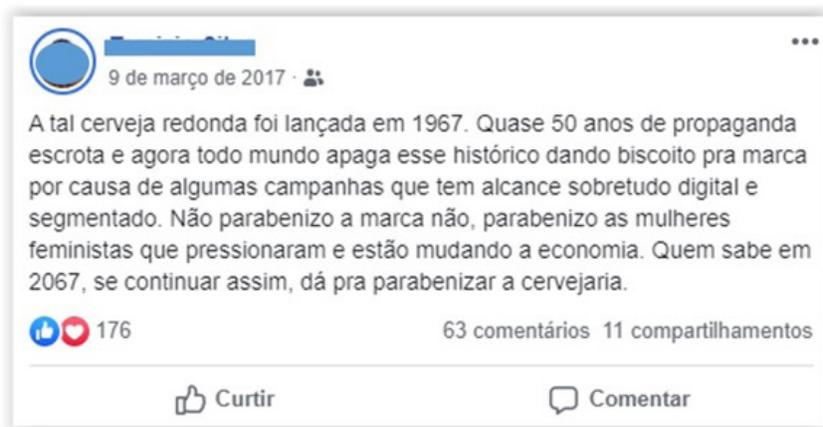
momento a reformulação dos seus antigos cartazes por ilustradoras feministas. Pouco tempo depois, a marca lança a campanha *Skolors*, que apresentava uma edição limitada de embalagens com “as cores de nossa pele”,⁸ trazendo latas de cores diferentes para simbolizar a diversidade racial do Brasil.

Com uma repercussão majoritariamente positiva, sobretudo no ambiente digital (SILVA e GONÇALVES, 2017), a marca de cerveja, então, se “apropria do social” numa tentativa de apagamento do seu passado discursivo, que, fundamentalmente, reforçava padrões de opressão, sobretudo em relação à objetificação feminina (BRAGAGLIA, 2019, p. 86). Nesse sentido, optando agora por essa “ideologia de consumo” (BRAGAGLIA, 2019, p. 95) que enaltece corpos, sujeitos e narrativas de existências diversas, a Skol conseguiria, de fato, dissipar do imaginário do seu público a associação da marca a discursos discriminatórios ou seria constantemente lembrada, em um processo de contínua verificação da autenticidade das suas novas iniciativas?

No âmbito do gerenciamento das situações sociais e das representações de si, pode-se dizer que “a vida passada e o curso habitual das atividades de determinado ator contêm [...] fatos que, se fossem introduzidos durante a representação, desacreditariam ou, no mínimo, enfraqueceriam as pretensões relativas a sua personalidade” (GOFFMAN, 1985, p. 192). Esse resgate de comportamentos anteriores pode ser continuamente mobilizado, como forma de deslegitimar alguma estratégia identitária vigente, como pode ser visto no comentário abaixo feito por um usuário do Facebook:

8 Ver vídeo publicitário Skolors: https://www.youtube.com/watch?v=mQx_VmCQu5w.

Figura 2 - Usuário do Facebook relembra passado contraditório da Skol e atesta a necessidade de coerência expressiva duradoura a partir do reposicionamento da marca.



Fonte: Facebook.

Considerando que as práticas de *diversitywashing* se manifestam no plano das percepções, a brusca transformação identitária da marca pode demandar um tempo para que o público assimile sua nova construção de si. Este público pode recorrer, sempre que possível, como fruto de sua desconfiança e com o intuito de deslegitimar a representação marcária vigente, à “vida passada” da marca. Nesse sentido, o contexto digital ainda favorece esse movimento, uma vez que deixa registrado cada comportamento anterior do sujeito marcário, pelas facilidades do atributo da “buscabilidade” (BOYD, 2008). Dessa forma, até que a marca traga consistência comportamental, estabelecendo novas rotinas identitária e narrativas biográficas coerentes com esta nova performatização de si, a qualquer momento pode ser lembrada de fatos da sua vida passada, causando constrangimentos pelo efeito de sentido do *diversitywashing*.

Considerações finais

Ao aproximar a realidade identitária da marca às dinâmicas de construção de si dos indivíduos, a discussão aqui proposta expõe um olhar

alternativo àqueles que em geral buscam compreender as estratégias de marca apenas sob o viés dos seus objetivos de mercado. Nesse sentido, noções como autenticidade e coerência expressiva, comuns nos estudos sobre interações sociais, podem ser importantes operadores analíticos para o entendimento das relações muitas vezes conflituosas entre intenção comunicativa de marca, expectativas da audiência e efeitos de sentido que emergem destas conexões.

Entende-se aqui que o conceito de *diversitywashing* dialoga com pressupostos sociológicos já estabelecidos para o estudo da vida social dos indivíduos, uma vez que insere disputas simbólicas entre os efeitos do que se diz e os efeitos do que se pratica, em um jogo constante de legitimação e deslegitimação dos discursos de marca, assim como nas negociações interacionais cotidianas. Dessa forma, a proposta aqui apresentada visa articular conceitualmente a noção de *diversitywashing* sob esse aparato teórico-metodológico, construindo um mapeamento primário para a compreensão das suas manifestações.

No contexto da comunicação midiática em relação ao conceito de diversidade, é importante reconhecer, ainda, que quando o processo de mercadorização tem como objetivo tão somente a venda e o lucro, o pressuposto essencial tende a ser esvaziado e os cidadãos poderão ter seus valores instrumentalizados, bem como suas histórias de vida expropriadas. A estrutura produtiva faz atores individuais normativos terem que se adaptar, isso pode ser visto como um primeiro avanço, mas apenas quando de fato esses espaços forem ocupados pelos corpos diversos, narrativas podem ser disputadas, e novas histórias contadas.

Referências

ATHANASIOU, T. The age of greenwashing. *Capitalism Nature Socialism*, v. 7, n. 1, p. 1-36, 1996.

BATISTA, L; LEITE, F (Org.). *O negro nos espaços publicitários brasileiros: perspectivas contemporâneas em diálogo*. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes/USP: Coordenadoria dos Assuntos da População Negra, 2011.

BOCCIA, S. IBGE: número de mulheres em cargos de liderança caiu nos últimos 4 anos. *Época Negócios*, 2018. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/colunas/>

- Bolsa-de-Valores/noticia/2018/09/ibge-numero-de-mulheres-em-cargos-de-lideranca-caiu-nos-ultimos-4-anos.html. Acesso em 16 abr. 2019.
- BOURDIEU, P. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand, 1989.
- BOYD, D. Why Youth Love Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life. In: BUCKINGHAM, D (Ed.). *Youth, identity, and digital media*. Cambridge: The MIT Press, 2008. p. 119-142.
- BRAGAGLIA, A. P. A apropriação do social pela publicidade: Skol Reposter e suas ideologias de consumo. *Signos do Consumo*, v. 11, n. 1, 2019.
- CASTELLS, M. *Redes de Indignación y esperanza*. Madrid: Alianza, 2012.
- CORRÊA, F. Moda sem gênero? *Estadão*, 24 de março de 2016. Disponível em: <https://emails.estadao.com.br/blogs/moda-na-pratica/moda-sem-genero/>. Acesso em: 25 mai. 2019.
- CRAVEIRO, C.; CARVALHO, C. A um passo da branquitude: o que dizem os corpos das mulatas brasileiras? *Interfaces Científicas-Humanas e Sociais*, v. 6, n. 2, p. 65-76, 2017.
- DOURADO, D. *A presença dos negros nas agências de publicidade: um olhar para a liderança das agências do Brasil*. Disponível em: <https://daniladourado.com.br/2015/10/25/a-presenca-dos-negros-nas-agencias-de-publicidade/>. Acesso em: 2 abr. 2019.
- FRANKENBERG, R. A miragem de uma branquitude não marcada. In: WARE, V. (Org.), *Branquidade, identidade branca e multiculturalismo*. Tradução de V. Ribeiro. Rio de Janeiro: Garamond 2004, p. 307-338.
- GIDDENS, A. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.
- GIUSTI, I.; PAUL, F. Tentamos criar looks sem gênero com a nova coleção da C&A. Buzzfeed. Disponível em: <https://www.buzzfeed.com/br/irangiusti/testamos-roupas-cea>. Acesso em: 25 mai. 2019.
- GOFFMAN, E. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 1985.
- GOMES, A. P. *O negro em propagandas televisivas de produtos de higiene e beleza: reformulações da imagem e transformações sociais*. Caxambu: Anpocs, 2006.
- GOMES, E. Brancos são maioria em empregos de elite e negros ocupam vagas sem qualificação. G1. 14 de maio de 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/brancos-sao-maioria-em-empregos-de-elite-e-negros-ocupam-vagas-sem-qualificacao.ghtml>. Acesso em: 25 mai. 2019.
- GONZALEZ, M. *Racismo, gordofobia e assédio moral: funcionários denunciam marca carioca*. Portal Universa, 20 mai. 2019. Disponível em: <https://universa.uol.com.br/noticias/redacao/2019/05/20/racismo-gordofobia-e-assedio-moral-funcionarios-denunciam-marca-carioca.htm>. Acesso em: 25 mai. 2019.
- HALL, S. *Que “negro” é esse da cultura popular negra?* In: HALL, S. *Da Diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.
- HOFF, T. M. C. *et al.* O corpo imaginado na publicidade. *Cadernos de Pesquisa*, v. 1, n. 1, p. 9-64, 2009.

IBGE. *Demografia das empresas*. Estudos e pesquisas. Informação econômica, IBGE, Coordenação de Metodologia das Estatísticas de Empresas, Cadastros e Classificações. Rio de Janeiro: IBGE, 2014.

_____. *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD)*, 2016. In: SILVEIRA, D. Cai a participação de mulheres em cargos gerenciais no Brasil em 2016, aponta IBGE. G1. 7 mar. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/concursos-e-emprego/noticia/cai-a-participacao-de-mulheres-em-cargos-gerenciais-no-brasil-em-2016-aponta-ibge.ghtml>. Acesso em: 25 mai. 2019.

IZQUIERDO, T. C&A se envolve em polêmica em campanha com modelo *plus size*. *Veja SP*. 7 de setembro de 2016. Disponível em: <https://vejasp.abril.com.br/blog/beleza-de-blog/c-038-a-se-envolve-em-polemica-em-campanha-com-modelo-plus-size>. Acesso em: 26 mai. 2019.

LAPORTA, T.; CAVALLINI, M. Idosos ampliam espaço no mercado de trabalho, mas só 1/4 tem carteira assinada. *G1*, 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/concursos-e-emprego/noticia/2018/11/18/idosos-ampliam-espaco-no-mercado-de-trabalho-mas-so-14-tem-carreira-assinada.ghtml>. Acesso em: 16 abr. 2019.

LISBOA, A. P. Deficiência x Mercado trabalho. *Correio Braziliense*, 2018. Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/eu-estudante/tf_carreira/2018/04/01/tf_carreira_interna,670201/deficiencia-x-mercado-trabalho.shtml. Acesso em: 16 abr. 2019.

MACHADO, E. S. Visibilidade não marcada da branquitude: discursos de mulheres brancas acadêmicas. *Revista da Associação Brasileira de Pesquisadores/as Negros/as (ABPN)*, v. 10, p. 375-398, 2018.

MAIA, F. Entrevista concedida a Cláudia Penteadó: *Baixa presença de negros na publicidade é uma questão histórica e social*. Disponível em: <http://propmark.com.br/mercado/baixa-presenca-de-negros-na-publicidade-e-uma-questao-historica-e-social>. Acesso em: 25 mai. 2019.

MERSKIN, D. *Media, minorities and meaning*. New York: Peter Lang Publishing, 2011.

NORWOOD, K. J.; FOREMAN, V. S. The ubiquitousness of colorism. In: *Color matters: Skin tone bias and the myth of a postracial America*, p. 9-28, 2014.

POLIVANOV, B.; CARRERA, F. Rupturas performáticas em sites de redes sociais: um olhar sobre fissuras no processo de apresentação de si a partir de e para além de Goffman. *Intexto*, Porto Alegre, UFRGS, n. 44, p. 74-98, jan./abr. 2019.

RONDON FILHO, E. B. Polícia e minorias: Estigmatização, desvio e discriminação. *Dilemas – Revista de Estudos de Conflito e Controle Social*, v. 6, n. 2, p. 269-293, 2013.

SÁ, S.; POLIVANOV, B. Auto-reflexividade, coerência expressiva e performance como categorias para análise dos sites de redes sociais. *Contemporânea – Revista de Comunicação e Cultura*, v. 10, n. 3, p. 574-596, 2012.

SACCHITIELLO, B. Cresce o número de protagonistas negros em comerciais. *Meio e Mensagem*, 2018. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/>

comunicacao/2018/12/13/cresce-o-numero-de-protagonistas-negras-nos-comerciais.html. Acesso em: 16 abr. 2019.

____; LEMOS, A. Mulheres são 20% da criação das agências. *Meio e Mensagem*. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/2016/01/12/mulheres-sao-20-porcento-da-criacao-das-agencias.html>. 12 jan. 2016. Acesso em: 25 mai. 2019.

SCRIVANO, R. Negros e mulheres ocupam menos de 20% dos cargos altos das empresas. *O Globo*, 2016. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/negros-mulheres-ocupam-menos-de-20-dos-cargos-altos-das-empresas-19277091>. Acesso em: 16 abr. 2019.

SILVA, T.; GONÇALVES, E. Diversidade de corpos na publicidade: o contexto interpretativo nas campanhas Skolors e Reposter da Skol no Facebook. *Tríade: Comunicação, Cultura e Mídia*, SP, v. 5, n. 10, p. 95-112, dez. 2017.

SMITH, G. *Erving Goffman*. New York: Routledge, 2006.

SPIVAK, G. *Pode o subalterno falar?* Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010, 133 p.

Sobre as autoras

Fernanda Carrera – Professora da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (UFF) e do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM/UFRN). Líder do grupo de pesquisa LIDD – Laboratório de Identidades Digitais e Diversidade (UFRJ). Doutora em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). No presente artigo, a autora participou da concepção do desenho da pesquisa, do desenvolvimento da discussão teórica, da coleta e interpretação dos dados, da redação do manuscrito e da revisão do texto.

Chalini Torquato – Professora Adjunta na Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro – ECO/UFRJ. Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia (PósCom/UFBA), onde também concluiu seu mestrado. É integrante do Grupo de Pesquisa em Políticas e Economia da Informação e da Comunicação (PEIC/UFRJ), do Grupo de Estudos Formas de Habitar o Presente. É coordenadora geral do projeto de extensão Semana da Diversidade da

UFRJ. No presente artigo, a autora participou do desenvolvimento da discussão teórica, da coleta e interpretação dos dados, da redação do manuscrito e da revisão do texto.

Data de submissão: 15/06/2019

Data de aceite: 15/12/2019

Crítica da inspiração nos processos comunicacionais do capitalismo cool¹

Critique of inspiration in the communications processes of cool capitalism

Vander Casaqui²

Resumo: *Este artigo tem como objetivo tratar da inspiração, como elemento que identifica os processos comunicacionais relacionados com a cultura empreendedora. Nesse sentido, a publicização dos ideais, valores, prescrições dos agentes identificados com o empreendedorismo parte de um modelo comunicacional bem delimitado, cuja função principal é inspirar, ou seja, transformar o outro, que compõe seu auditório social (BAKHTIN, 1997). Essa transformação desejada seria, em última instância, a promoção do engajamento no capitalismo contemporâneo em sua face mais sedutora, que McGuigan (2009) define como cool capitalism. Em síntese, procuramos discutir as intersecções entre inspiração, empreendedorismo e o capitalismo neoliberal, ou sociedade neoliberal (conforme DARDOT; LAVAL, 2016).*

Palavras-chave: *comunicação e consumo; cultura empreendedora; discurso social; inspiração; sociedade neoliberal.*

Abstract: *This article aims to deal with inspiration as an element that identifies the communicational processes related to the entrepreneurial culture. In this sense, the publicity of the ideals, values, prescriptions of agents identified with entrepreneurship starts from a well-delimited communicational model whose*

1 Versão modificada, atualizada e expandida de trabalho apresentado no GP Publicidade e Propaganda do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX INTERCOM – Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado em setembro de 2016.

Pesquisa financiada com Auxílio à Pesquisa FAPESP – processo n. 2019/14365-7.

2 Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). São Paulo, SP, Brasil.
<https://orcid.org/0000-0001-7823-9861>. E-mail: vander_casaqui@yahoo.com.br

main function is to inspire, that is, to transform the other, that composes its social auditorium (BAKHTIN, 1997). This desired transformation would ultimately be the promotion of engagement in contemporary capitalism in its most seductive face, which McGuigan (2009) defines as cool capitalism. In summary, we try to discuss the intersections between inspiration, entrepreneurship and neoliberal capitalism, or neoliberal society (according to DARDOT; LAVAL, 2016).

Keywords: *communication and consumption; entrepreneurial culture; social discourse; inspiration; neoliberal society.*

Introdução

A inspiração se tornou um termo recorrente em nosso tempo. Sua presença é tão frequente, e ao mesmo tempo tão banalizada, que temos a impressão de que todo mundo pensa em si mesmo como uma possível narrativa inspiracional, como uma trajetória de vida a ser replicada pelo outro. O compartilhamento na mídia digital de frases emblemáticas, de imagens emocionantes, de exemplos de gestos humanos dos mais diversos, em comunidades como o *Facebook*, é outra face dessa verdadeira cultura da inspiração. Diante dessa miríade de discursos que assumem o objetivo de inspirar, as perguntas a serem respondidas no âmbito deste trabalho são: *como compreender a inspiração como expressão da cultura empreendedora de nosso tempo? Qual o papel da inspiração na disseminação da ideologia do neoliberalismo? Como o ato de inspirar se molda a modelos comunicacionais bem delimitados, tomando parte de estratégias de agentes identificados com o campo do empreendedorismo?* Para o desenvolvimento desse estudo, nos apoiamos nos preceitos teórico-metodológicos do *discurso social*, propostos por Marc Angenot (2010): de acordo com o autor, os discursos podem constituir hegemonias, quando se configuram como um paradigma demarcado em termos sociais, culturais e históricos. Ou seja: o discurso social corresponde ao horizonte do que é pensável, dizível em dado momento histórico, e se concretiza em certas regularidades discursivas, em certos padrões que são repetidos, atualizados, mas que mantêm uma identidade em relação a essa hegemonia.

A concepção do discurso social é interdependente da perspectiva dialógica da linguagem, no sentido bakhtiniano. Dessa forma, “ao construir discursos que explicam, organizam e classificam o mundo, o locutor estabelece relações e dependências, expressa valores e visões de mundo, *dialoga* com enunciados anteriores e posteriores” (PISTORI; BANKS-LEITE, 2010, p. 131). Nesse processo social de interação é que se constituem o locutor e o seu interlocutor. O auditório social é esse outro projetado a partir da enunciação; o dizível e o pensável são demarcados historicamente, e essa delimitação corresponde ao auditório

social imaginado no contexto em que os enunciados se estabelecem dialogicamente. Os agentes da cultura empreendedora e seus discursos, que caracterizam nosso objeto de pesquisa, evidenciam esse processo interacional da linguagem, ao conceberem a si próprios como seres *inspiradores* e ao seu auditório social como um conjunto de indivíduos a serem *inspirados*. Para esse estudo, selecionamos expoentes notórios da cultura da inspiração no Brasil contemporâneo, que tanto representam agentes que constituem suas narrativas biográficas em chave motivacional, quanto demonstram institucionalidades que estabelecem como missão organizacional o objetivo de inspirar. Essa diversidade de casos está a serviço do objetivo de evidenciar a amplitude e as nuances correspondentes ao estudo da cultura da inspiração, em sua relação com o espírito do capitalismo contemporâneo.

Em um cenário de flexibilização e precarização do trabalho, como aponta Sennett (2007), como vivemos atualmente, em tons dramáticos, especialmente nas economias em desenvolvimento – como é o cenário latino-americano –, emergem simultaneamente os discursos que promovem e positivam a cultura empreendedora, como antídoto a esse estado de coisas. Dessa forma, diante de uma situação de desemprego, de desamparo em relação às políticas sociais de Estado, de crise em sentido amplo, essa cultura se coloca como solução que, em última instância, atribui ao indivíduo a responsabilidade por transformar o próprio destino, o fracasso em sucesso, a atitude de sujeito “comum” em atitude empreendedora. A proposta de análise crítica do discurso social de Angenot, mais do que uma metodologia com procedimentos bem delimitados, é aplicada nesta pesquisa como a análise do *espírito do tempo concretizado em teias discursivas complexas*, que correspondem a um momento histórico e a uma sociedade específicos. Este trabalho entende o empreendedorismo como discurso social, e procura identificar a amplitude e a difusão de seus preceitos pela tomada de voz de uma multiplicidade de agentes que falam em nome da cultura empreendedora – simultaneamente atualizando-a e reiterando sua ideologia.

No decorrer de nossa pesquisa sobre o empreendedorismo social e sobre a cultura empreendedora, a partir dos objetos que estudamos, encontramos inúmeras vezes o uso do termo *inspiração*, que, em nossa leitura, representa a face mais sedutora do capitalismo “cool”, como define McGuigan (2009). O conceito de capitalismo *cool* é baseado na capacidade de “absorção do desafeto no próprio capitalismo” (MCGUIGAN, 2013, p. 13). Segundo o autor, esse processo de absorção caracteriza o papel do “cool”, voltado a “transformar o desafeto em aceitação e consentimento” (idem, p. 14). Uma forma mais densa de compreensão desse processo está baseada na teoria do novo espírito do capitalismo de Boltanski e Chiapello (2009), que destaca a capacidade do sistema capitalista de se repropor como nova retórica, ciclicamente, a partir da incorporação dos argumentos e embates promovidos por seus críticos. Dessa forma, se o enfrentamento juvenil da geração de maio de 68 levantava bandeiras antissistema, imaginando “um outro mundo possível”, hoje encontramos o discurso revolucionário, de transformação do mundo, de autonomia e liberdade, incorporados no interior do próprio sistema capitalista, a partir dos significados atribuídos à atividade empreendedora, ao empreendedorismo social, entre outras vertentes que são interdependentes do modo de operação do mercado neoliberal.

Nesse espectro, a “aceitação e consentimento” descritos por McGuigan são entendidos, por Boltanski e Chiapello, como formas de promover engajamento dos sujeitos no sistema capitalista, especialmente os mais jovens, que vão renovar seus quadros e cuidar de seu futuro. Sendo assim, o projeto de sociedade empreendedora defendido por autores como Drucker (2011) propõe, em tese, um “mesmo mundo possível”, uma ideologia ao mesmo tempo reformista e preservacionista dos princípios do capitalismo, rechaçando toda e qualquer forma revolucionária de transformação social. O sujeito modelar desse projeto é uma versão atualizada do *destruidor criativo*, discutido por Schumpeter (1942); o espírito empreendedor independe da concepção de um empreendimento no sentido clássico, de gerar um novo negócio, de transformar um mercado por meio de um produto ou serviço inovador. A atitude empreendedora

– as características psicológicas e morais atribuídas a esse sujeito –, sobrepe-se à sua habilitação técnica para realizar um empreendimento. Diante de um cenário social que Sennett (2007) define como *capitalismo flexível*, em que os sujeitos estariam à deriva diante das mudanças constantes, dos riscos contínuos, da flexibilidade como exigência primordial e como modelo paradigmático para o mundo do trabalho, dos fluxos de curto prazo, dos valores efêmeros, “a instabilidade pretende ser normal, o empresário de Schumpeter aparecendo como o Homem Comum Ideal” (SENNETT, 2007, p. 33).

O principal empreendimento em nosso tempo é conceber a própria vida como algo a ser gerenciado, otimizado, performatizado, em compatibilidade com o cenário dinâmico, flexível e competitivo, como bem aponta o Blog Geração de Valor, um dos agentes dessa cultura da inspiração que atua no Brasil. Em uma de suas publicações que mais evidenciam esse cenário, temos a imagem em close de um casal, homem e mulher, mirando-se, olhos nos olhos, caracterizando um momento romântico, iluminado pelos reflexos da luz solar. A imagem afetiva do par é ressignificada pela sobreposição de uma frase, uma máxima assinada acompanhada pelo logotipo do blog: “Sua vida, seu maior empreendimento”. Dessa forma, os próprios relacionamentos amorosos são passíveis de gerenciamento. Illouz (2009), ao tratar da utopia romântica no contexto contemporâneo, explicita a relação dessa utopia com a cultura gerencial correspondente ao capitalismo neoliberal. O casamento bem-sucedido, por exemplo, é um ideal propagado na sociedade, que corresponde a um mercado bastante vigoroso, ou seja, promove o consumo e mobiliza uma série de agentes que trabalham em função dessa utopia, tornada mercadoria. O casamento também é uma empresa, uma vez que os sujeitos envolvidos na relação podem utilizar a sua *inteligência emocional*, definir metas, procedimentos, promover a divisão social do trabalho na própria casa para atingirem seus objetivos de felicidade. Essas medidas e procedimentos, propagadas por gurus, *coachs* especializados no tema, são derivados diretamente da cultura gerencial que constitui uma hegemonia articulada ao capitalismo de nosso

tempo. O sonho, no âmbito do capitalismo *cool*, serve como forma de engajamento no sistema, num sentido de totalidade: nenhuma faceta da existência parece escapar à possibilidade de ser gerenciável, administrável, planejada e executada nos termos da racionalidade promovida pelo sistema.

Mas, enfim, como entendemos a noção de capitalismo *cool* no âmbito deste trabalho? Identificamos que a linha de frente desse sistema na contemporaneidade está baseada nos discursos que, derivados de uma estética publicitária, publicizam o sonho, estimulam a autonomia, a liberdade, a força motivacional para mudar o mundo, associando essas forças motrizes com a atividade empreendedora. A produção de narrativas inspiracionais se concebe, nesse espectro, como uma economia e como um mercado. A noção de economia, etimologicamente, está baseada na administração, na gestão. Entendemos o mercado como dinâmica do sistema capitalista, em que a forma – mercadoria é central para a cadeia de produção – circulação – consumo. Dessa forma, a produção de narrativas inspiracionais que interessa a esse estudo se baseia nessa lógica capitalista de gestão e da produção de mercadorias, bem como na inserção dessa produção em um mercado de ideias (ANGENOT, 2010). São diversos os agentes que disputam simbolicamente o poder de inspirar: grandes corporações e suas comunicações publicitárias; agentes capitalistas que personalizam e dão voz ao sistema em fóruns mundiais e outros eventos globalizados, transmitidos online para audiências maciças ao redor do mundo; palestrantes que encontraram na atividade de inspiração uma forma de produzir lucro e notoriedade; ativistas e “mobilizadores” (para usar o jargão corrente nesse meio) ligados ao campo do empreendedorismo e do empreendedorismo social.

A cultura empreendedora contemporânea e as narrativas inspiracionais

Como apontamos anteriormente, a noção de empreendedorismo se dissemina em nossos dias, tornando-se a *panaceia* de nosso tempo, ou

seja, a cura de todos os males, a solução de qualquer problema, no âmbito macro ao micros social, da falência do Estado à vida interior dos indivíduos. É preciso frisar: essa é a *macroproposição* (VAN DIJK, 1978, p. 62-63) derivada da cultura empreendedora, que é defendida e divulgada por uma gama bastante diversa de agentes. Dessa forma, a abordagem comunicacional do empreendedorismo que corresponde ao nosso estudo escapa a uma visão restrita do empreendedor, como um agente econômico que concebe um negócio, que desenvolve um projeto, uma mercadoria, que produz inovação para atender e transformar as demandas do mercado. Entendemos que, sob a noção ampliada da cultura empreendedora, que é publicizada por suportes midiáticos, os indivíduos de nosso tempo são convocados a serem empreendedores de si mesmos, em qualquer esfera da vida cotidiana. É essa perspectiva do empreendedor, como signo construído midiaticamente, que se conecta com a cultura da inspiração. No âmbito deste trabalho, o empreendedorismo é tratado em perspectiva crítica, ou seja, é visto em suas tramas discursivas como um tema a ser desconstruído, observado com distanciamento, discutido à luz das teorias sociais, que problematizam as questões do mundo do trabalho, os sentidos do empreendedorismo e seus desdobramentos na vida cotidiana.

“Eu tenho visto muitas entrevistas e matérias sobre empreendedores na mídia em geral”. Essa afirmação, com a qual concordaram 56% dos entrevistados na pesquisa da Endeavor Brasil, intitulada “Cultura empreendedora no Brasil” (ENDEAVOR, 2014, p. 9), oferece pistas para compreender que o empreendedorismo é um tema onipresente em nosso tempo. O “espírito empreendedor” se tornou um traço comportamental positivo de qualquer trabalhador, quando consideramos os modelos ideais difundidos atualmente. Sua presença midiática, bem como sua percepção como algo recorrente no cotidiano, são sintomas de um problema de delimitação do que significa empreender atualmente. Como diz Foucault (2008), o empreendedor é também um empreendedor de si mesmo; para além do clássico *self-made man*, o modelo mítico da cultura norte-americana, o empreendedor de si é o sujeito que incorpora as

convocações biopolíticas (PRADO, 2013) para transformar-se continuamente, para ser um gestor eficaz de seu *capital humano*. Um exemplo recente dessa perspectiva de ver a si mesmo como empreendimento, que implica um processo de autotransformação, é a produção discursiva de Bel Pesce, que se tornou uma celebridade empreendedora, principalmente por conta de seus livros, que combinam autobiografia e lições sobre como empreender em todos os aspectos da vida. Suas obras são identificadas como inspiracionais, como defende Flávio Augusto da Silva, criador do Instituto Geração de Valor (que, entre outras coisas, é responsável por um blog motivacional, que tem o objetivo de inspirar pessoas), em seu prefácio do livro de Bel Pesce, o *best-seller A menina do vale* (PESCE, 2015a). O texto de Flávio Augusto, intitulado “A realidade que inspira”, diz que:

A história de Bel não é uma ficção. É uma história real que pode inspirá-lo a protagonizar seu próprio roteiro. As experiências no Vale do Silício aqui descritas poderão servir de matéria-prima para a construção de ideias a fim de lhe encorajar a seguir adiante com garra, acreditando ainda mais em seu futuro (SILVA, 2015, p.13-14, *grifo nosso*).

Na citação acima, identificamos uma série de ideias que discutimos até o momento. A produção de narrativas com o objetivo de inspirar, de gerar uma nova trajetória de vida no outro, no caso, o jovem brasileiro, a ser engajado a partir do modelo do Vale do Silício – a Meca do capitalismo mais exuberante de nosso tempo, associado às novas tecnologias, à efervescência inovadora, à concepção de negócios milionários e mercadorias tão sedutoras quanto materializadoras de ideais de futuro, resumidos aos processos de consumo. E, como síntese, o paralelismo entre trajetória de vida e *aventura empreendedora*, como fica explícito nas palavras de Bel Pesce: “Tenho plena consciência de que ainda há muito mais a aprender e de que estarei nessa *aventura empreendedora* por anos e anos à frente” (PESCE, 2015a, p. 25, *grifo nosso*). A trajetória de Bel Pesce, para além de sua autobiografia, demonstra as fragilidades da narrativização da vida, que alça seres “comuns” à dimensão heroica. A “Menina do Vale”, que surgiu como celebridade empreendedora, por

ocupar espaços na mídia para contar sua história de sucesso no Vale do Silício e reiterar sua condição de garota prodígio – autorizada para assumir o discurso competente sobre empreendedorismo e a gestão do próprio capital humano – foi confrontada com a desconstrução de seus “feitos” narrados e sofreu duras críticas nas redes sociais. A evidência desse choque entre a narrativa heroica e a apuração dos fatos está registrada na cobertura do site de notícias e variedades UOL: Pesce, em 2012, contou sua história em duas entrevistas feitas pelo site. Em 2016, vieram à tona as inconsistências de seu relato, que foi corrigido por erratas, como se pode ver no trecho:

A empreendedora Bel Pesce tem duas graduações no MIT, e não cinco. Ela se formou em “administração” e “engenharia elétrica e ciências da computação” (este último é um curso só, e não dois, como dava a entender). [...] Ela não foi a única nem a principal fundadora da empresa dos EUA Lemon (aplicativo de finanças pessoais), como dava a entender a reportagem. Ela foi membro da equipe fundadora, à qual se juntou pouco depois de formada a equipe original. (GAMA, 2016).

Em sua obra de 2015, *A sua melhor versão te leva além* (PESCE, 2015b), a autora compartilha suas técnicas para desenvolver uma versão melhor de si a cada dia. Nas palavras de Bel Pesce: “grandes transformações são totalmente aceitáveis se te levarem mais perto de fazer o seu melhor e ser a sua melhor versão” (p. 76). Empreender a si mesmo, nesse cenário, representa uma forma de convocação biopolítica, em que o corpo e a mente devem ser passíveis da gestão para um melhor desempenho, de forma contínua, sem linha de chegada. Estamos no território do culto à *performance*, como define Ehrenberg (2010). Byung-Chul Han, em diálogo com as ideias de Foucault (sociedade de controle) e de Ehrenberg, problematiza o sujeito do desempenho, que

(...) está livre da instância externa de domínio que o obriga a trabalhar ou que poderia explorá-lo. É senhor e soberano de si mesmo. Assim, não está submisso a ninguém ou está submisso apenas a si mesmo. É nisso que ele se distingue do sujeito da obediência. (BYUNG-CHUL, 2015, p. 29-30).

Observemos como essa convocação biopolítica (PRADO, 2013) do sujeito do desempenho se traduz numa forma comunicativa em chave motivacional, em outra comunicação do já citado blog Geração de Valor com o título “A inspiração é o que faz a sua transpiração valer a pena”, o *banner* traz a imagem de uma mulher, vista em tomada em *plongée*, ou seja, de cima para baixo, escalando uma montanha e tendo ao fundo um vale, que representa o risco da queda, do fracasso, enfim. No entanto, a expressão da mulher é de superação do desafio, da escalada bem-sucedida ao topo. O sucesso ali representado é identificado com a resiliência, com a perseverança – atributos identificados de forma recorrente à imagem paradigmática do empreendedor, e que na comunicação do blog são sintetizados pela palavra “transpiração”.

A relação entre inspiração e transpiração, apresentada normalmente no senso comum sobre o processo criativo – que, em última instância, valoriza os “95% de transpiração” e não os “5% de inspiração”, ou o trabalho árduo em contraponto à criação com contornos artísticos – aqui é revista para dar ênfase à inspiração como guia, como iluminação a ser materializada pelo esforço da transpiração; sem inspiração, o esforço seria inútil. A imagem do esportista, que escala uma montanha e supera riscos para chegar ao cume, é um clichê, uma alegoria óbvia da alta *performance*, da superação contínua e sem limites do sujeito do desempenho. Esse recurso de mobilizar já ditos, imagens e ideias bastante codificados na cultura tanto serve como reafirmação do que está naturalizado em dado contexto, ganhando uma “aura” de verdade, quanto se apoia, em termos comunicacionais, na identificação e na familiaridade da audiência com esse dizer, como estratégia retórica para produzir afetos – para, enfim, inspirar. Mas que inspiração seria essa capaz de municiar o sujeito do desempenho? Talvez o modelo a promover e dar sentido à inspiração promovida pelo *banner* esteja colocado no próprio blog, quando o seu idealizador, Flávio Augusto, oferece sua trajetória de vida como inspiradora. Diz o texto de apresentação do *podcast* sobre a biografia de Flávio Augusto: “Reconhecido várias vezes como um dos líderes mais inspiradores e admirados pelos jovens brasileiros, Flávio

Augusto da Silva tem uma trajetória bastante conhecida. Seus passos, seus desafios, suas histórias. Mas será que você já conhece tudo?”

Flávio Augusto, por meio de seu blog Geração de Valor, projeta sua narrativa de vida como modelar, como líder de uma geração, o exemplo do sucesso a ser seguido, o modelo para os aspirantes a sujeitos de alta *performance*. Empresário bem-sucedido, dono de uma rede de escolas de línguas, a Wise Up, seu sucesso só pode ser compreendido no paradigma do mercado capitalista, ou seja, a partir dos lucros obtidos, da participação significativa em um mercado concorrido, dos resultados quantificados como forma de legitimar o valor das conquistas. No entanto, sua atuação a partir do blog o projeta como líder inspirador e visionário, como alguém que seria traduzido por uma *narrativa de vida exemplar*, de acordo com as ideias de Buonanno (2011). Não à toa, Bel Pesce e Flávio Augusto foram identificados como expoentes da cultura empreendedora no Brasil em tempos recentes, por sua entrada na cena midiática, por terem se tornado celebridades empreendedoras, ou empreendedores-celebridades.

A positividade dos modelos comunicacionais baseados na inspiração

Como discutimos anteriormente, a inspiração, no contexto da cultura empreendedora, tem relação direta com modelos comunicacionais projetados por seus agentes, em suas estratégias – o que muitas vezes configura a maneira como se desenha o negócio, o empreendimento. A observação desse aspecto nos permite problematizar alguns aspectos relacionados ao empreendedorismo como objeto do campo da comunicação, bem como permite avançar na compreensão dos projetos de sociedade em jogo nessa cena.

O modelo mais simples, e mais frequente, é o que discutimos até o momento, pelos exemplos das narrativas de vida inspiracionais: o espaço biográfico, que, de acordo com Arfuch (2010), engloba tanto biografias quanto autobiografias, nesta pesquisa tem como pressuposto a produção

ARTIGO

da vida como narrativa em chave motivacional. Essa produção, por sua vez, está inserida na cadeia que também inclui a circulação e o consumo dessas mensagens. Ou seja, os agentes que assumem o lugar dessa produção estabelecem para si a missão de propagar uma mensagem, de disseminar a “boa nova”: tanto no caso de Bel Pesce quanto no de Flávio Augusto, trata-se de uma espécie de *evangelização*, para utilizarmos um termo que é recorrente nos eventos promovidos pelo Google ao redor do mundo. Em sua obra *A corrosão do caráter* (2007), Sennett discute os paradoxos gerados pelo contexto do capitalismo flexível, que resulta, entre outras coisas, num conflito essencialmente de produção narrativa de cada sujeito. Como diz Sennett, “o problema que enfrentamos é como organizar as histórias de nossa vida agora, num capitalismo que nos deixa à deriva” (2007, p. 140).

O cenário anterior, de um capitalismo que alimentava a noção de carreira, de continuidade, de certa estabilidade, por mais que promovesse a exploração da força de trabalho no sentido clássico (como aborda a teoria marxista), em contrapartida oferecia ao trabalhador a possibilidade de constituir uma narrativa identitária coerente, construída ao longo do tempo, o que tem implicações diretas com a formação do caráter: “o termo caráter concentra-se sobretudo no aspecto a longo prazo de nossa experiência emocional. (...) Caráter são os traços pessoais a que damos valor em nós mesmos, e pelos quais buscamos que os outros nos valorizem” (SENNETT, 2007, p. 10). A corrosão do caráter corresponde à fragmentação do tempo narrativo no capitalismo flexível, à deriva dos sujeitos diante do imperativo “não há longo prazo”, da mudança contínua, da descontinuidade e do distanciamento dos laços laborais. As dificuldades apresentadas a partir do personagem Rico, presente no livro de Sennett, demonstram que os impedimentos de uma produção narrativa satisfatória, baseada em laços fortes, produzem consequências na vida emocional, principalmente nas transposições da ética do trabalho para a ética familiar, ou, de maneira mais ampla, para a vida cotidiana, para além da atividade laboral.

A busca da cura da narrativa, da solução para esse impasse, parece resultar no ato de voltar para a sua própria interioridade, de encontrar em si mesmo o sentido da coerência. No âmbito da cultura da inspiração, isso passa pela incorporação de modelos narrativos a seguir, das histórias de vida exemplares a replicar em nossas vidas. Em última instância, esse é um processo de produção e consumo de narrativas, que implica transformação do sujeito consumidor para se adequar ao modelo de sucesso. Nesse ponto, o empreendedorismo e o mercado da autoajuda, no sentido de Illouz (2011), estão alinhados. A tarefa de empreender a si mesmo pode ser desencadeada pela inspiração gerada pela história do outro, que traz algo de coerente, de heroico, de épico, baseado na força interior que se sobrepõe aos obstáculos do mundo, quaisquer que sejam – basta haver vontade e fé para a superação. Há algo de místico, tanto mágico quanto terapêutico, nesse processo comunicativo da inspiração, no espectro do empreendedorismo de si mesmo.

De acordo com Gallouj, na apresentação do curioso *Journal of Inspiration Economy*, editado pela *University of Bahrain* desde 2014, a inspiração é um fenômeno complexo, difícil de definir, que “descreve uma dinâmica psicológica particular, um estalo criativo casual” (2014, p. 4, *tradução nossa*), entre outros significados usualmente atribuídos ao termo. O autor aponta que, etimologicamente, o termo está baseado no latim “*in spiritum*”, que significa “ter o Espírito (quer dizer, Deus) em você” (Gallouj, 2014); essa noção tem correspondência com o entendimento da inspiração na Grécia Antiga, onde os artistas eram inspirados pelas Musas, filhas de Zeus e Mnemosine.

Gallouj (2014) discute as relações entre a tradição artística e religiosa da noção de inspiração, e seus usos na esfera econômica. Ao passo que a primeira tradição tem uma natureza transcendente, a economia da inspiração é de caráter relacional, interacional, em que os níveis individuais, corporativos, municipais, regionais, nacional de dada sociedade são articulados em “recíprocas relações de inspiração” (2014, p. 5, *tradução nossa*). Nesse sentido, “mesmo num ambiente competitivo, os produtores inspiram uns aos outros, os consumidores inspiram

os produtores e vice-versa” (Gallouj, 2014). Essa visão mercadológica da inspiração, no entanto, necessita de um contraponto crítico, uma vez que as relações competitivas promovidas pelo neoliberalismo, ou mesmo as relações entre produtores e consumidores, não são tão harmônicas como nesse desenho de um ecossistema de múltiplas inspirações, de lado a lado. A dimensão relacional da inspiração, ou a economia da inspiração, de acordo com a visão de Gallouj, corresponde, em nossa leitura, ao desenho da *sociedade positiva*, que é abordada criticamente por Byung-Chul Han (2013, p. 11-12, *tradução nossa*):

As coisas se tornam transparentes quando abandonam qualquer negatividade, quando se alisam e se aplainam, quando são inseridas sem resistência no fluxo suave do capital, a comunicação e a informação. As ações se tornam transparentes quando se fazem operacionais, quando são submetidas aos processos de cálculo, gestão e controle.

Nesse cenário, alerta o autor, a negatividade, a resistência do outro, o estranho a esses fluxos, gera a perturbação da “lisa comunicação do igual” (Gallouj, 2014). A comunicação identificada com a sociedade positiva, por outro lado, “estabiliza e acelera o sistema, pelo fato de eliminar o outro, o estranho” (Gallouj, 2014). Nesse aspecto, há uma coação sistêmica, que promove uma sociedade uniformizada. Essa é a expressão de uma monocultura empreendedora, o projeto ideal dos agentes mais combativos dessa cena.

O modelo comunicacional da Endeavor, organização global que incentiva o empreendedorismo, e que conta com uma filial no Brasil, representa seu sistema produtivo e as cadeias que derivam de sua atividade, num processo sintetizado pela frase: “acreditamos que a força do exemplo é o caminho para multiplicar empreendedores que transformam o Brasil”. No modelo gráfico que representa a sua atuação, a sua “missão”, a Endeavor estabelece dois fins básicos: “inspirar e capacitar os atuais e futuros empreendedores” e “provocar mudanças no ambiente empreendedor”, com vistas à construção de um Brasil empreendedor – identificado pelo mapa do país preenchido pela imagem estilizada e padronizada de homens, ladeados, associados ao termo empreendedor.

“Inspirar e capacitar” é um objetivo resultante da atividade de compartilhamento de “histórias e aprendizados práticos” de empreendedores de alto impacto, que “trocam conhecimento” com os mentores da rede Endeavor – os mediadores desse saber prático que deve ser replicado para cumprir a missão de inspirar e capacitar novos empreendedores associados ao mundo construído pela organização. Por outro lado, o estímulo às mudanças é baseado na “visão de quem está na linha de frente do empreendedorismo”; a adesão à ideologia empreendedora é evidente, bem como a visão hierárquica, “de cima para baixo”, ou seja, dos líderes de um campo, daqueles empreendedores bem-sucedidos alinhados com o projeto de sociedade empreendedora capitaneado pela Endeavor.

Aparentemente mais complexo que o modelo de produção de narrativas inspiracionais de agentes individuais e seus efeitos ambicionados, o gráfico da Endeavor reitera esse modelo unidirecional, com vistas à construção de um Brasil empreendedor. A Endeavor compartilha “histórias e aprendizados práticos” para inspirar e capacitar empreendedores; do universo de empreendedores brasileiros, implicitamente produzidos por sua ação, seleciona e “potencializa” aqueles que serão reconhecidos como “empreendedores de alto impacto” – novos líderes inspiradores, que terão suas histórias compartilhadas para inspirar futuros empreendedores. Ao mesmo tempo, esse corpo de notáveis, de sujeitos de alta *performance*, são posicionados como mentores na linha de frente da ação de “provocar mudanças no ambiente empreendedor”. Sendo assim, “inspirar e capacitar” por um lado, e “provocar mudanças” por outro, são ações com um objetivo comum: produzir uma sociedade empreendedora, uma nação de empreendedores que se alinham aos fluxos e lógicas da sociedade positiva, conforme problematiza Byung-Chul (2013). A rede Endeavor, representada na imagem dos homens ao centro do gráfico, configura uma hierarquia, baseada na centralidade do empreendedor de alto impacto – que é demonstrado visualmente como irradiador e como líder legítimo de uma “nova economia”, baseada na utopia pragmática da sociedade empreendedora.

Considerações finais

Na (in)conclusão deste artigo, retomamos os três questionamentos lançados no início, a fim de, mesmo que parcialmente, respondê-los. Em relação ao primeiro (*como compreender a inspiração como expressão da cultura empreendedora de nosso tempo?*), procuramos discutir como a inspiração, no contexto atual, corresponde a estratégias comunicacionais que interpelam os sujeitos, como forma de convocação biopolítica, para que se transformem continuamente, sejam sempre mais sujeitos do desempenho, gestores eficazes de si mesmos.

Buonanno (2011), ao discutir sobre o fenômeno contemporâneo da profusão de *heróis de todos os dias*, ou seja, da possibilidade de qualquer um se reconhecer e ser reconhecido como tal, conclui que numa era em que todos podem ser heróis, ninguém efetivamente é herói. Em nosso estudo, identificamos que os heróis de nosso tempo são sujeitos capazes de produzir a si mesmos como narrativas inspiradoras. Num mundo onde todo mundo pode ser inspirador, há dúvidas sobre quem inspira quem, quem é inspirador e quem efetivamente é inspirado. Bel Pesce e Flávio Augusto são exemplos desse processo da produção de si como líder inspirador, mobilizador, transformador, entre outras denominações atribuídas a esses sujeitos modelares da cultura empreendedora. Eis um mercado que, analisado criticamente, tem muito a dizer sobre o espírito do tempo.

Sobre a segunda questão (*qual o papel da inspiração na disseminação da ideologia do neoliberalismo?*), podemos afirmar que a ideologia neoliberal permeia todo o fenômeno da inspiração, no recorte delimitado por esse estudo. A noção de capitalismo “cool” corresponde à forma sedutora com que as lógicas dessa ideologia são transmitidas, como mensagens inspiradoras. A lógica da concorrência, a transformação do sujeito em empreendimento, a vida como objeto da gestão, os modelos de negócios aplicados a processos comunicacionais, e, principalmente, o projeto de sociedade empreendedora materializado pelos exemplos analisados – todos esses elementos são publicizados, por meio da estratégia comunicacional da inspiração. O capitalismo contemporâneo sonha, inspira,

mobiliza, transforma – e quando produz lucro, soma a ele o *propósito*, que é a expressão-coringa do idealismo que redime o capitalista de sua ambição de reprodução ilimitada do capital. A concepção do empreendedorismo como discurso social (ANGENOT, 2010) é a tradução e atualização dos preceitos capitalistas a um universo de possibilidades de transformação abertas pelos meios técnicos disponíveis, como as redes digitais, mas que vivem esse movimento ambíguo de representar a expansão do sistema para a gestão das mentalidades. As plataformas digitais, que são o suporte para diversos discursos aqui analisados e tantos outros, têm se configurado como um braço simbólico importante para a difusão dos ideais e imperativos neoliberais.

Por fim, tratamos da terceira questão (*como o ato de inspirar se molda a modelos comunicacionais bem delimitados, tomando parte de estratégias de agentes identificados com o campo do empreendedorismo?*). Por meio de duas categorias de exemplos, os agentes empreendedores individuais (Bel Pesce e Flávio Augusto) e o agente corporativo (representado pela Endeavor Brasil), discutimos como o trabalho de ambos se baseia em processos comunicacionais, em que a inspiração é o efeito produzido por suas ações e discursos. Dessa forma, há uma estratégia implícita de autolegitimação, de produção do próprio agente como líder de uma sociedade supostamente utópica, que ele imagina ser a melhor para o futuro de todos – a expressão do “bem comum”, o resultado dos esforços e da devoção da “gente de bem”.

O capitalismo “cool” é a face sedutora de um projeto de sociedade positiva em que o outro, o estranho, aquele que atrapalha os acelerados fluxos comunicacionais, estabelecidos entre iguais, sem ruídos previstos, deve ser excluído. A teia social baseada na rede de inspirações mútuas, como defende Galouj (2014), é uma leitura fundada nessa versão positiva do mundo. Uma leitura derivada do projeto de sociedade empreendedora, que, apesar de se autoproclamar defensora do bem comum, parece ter acima desse ideal abstrato o objetivo de construir um mundo baseado no pensamento único. Uma monocultura empreendedora – que, obviamente, exclui de seus fluxos comunicacionais aqueles

que não se ajustam a seus modelos. A ideia da diversidade cultural, do princípio democrático no sentido mais profundo, faz-se absolutamente necessária para problematizar esses projetos de sociedade, para além de sua face “cool”, inspiradora e motivacional. Diante dos princípios da sociedade positiva, o negativismo é a perspectiva crítica necessária para se repensar o humanismo, em tempos da cultura empreendedora.

Referências

- ANGENOT, M. *El discurso social: los limites históricos de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2010.
- ARFUCH, L. *O espaço biográfico: dilemas da subjetividade contemporânea*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2010.
- BAKHTIN, M. (*Voloshinov*). *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1997.
- BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, È. *O novo espírito do capitalismo*. São Paulo: Martins Fontes, 2009.
- BUONANNO, M. *Histórias de vida exemplares. Biografias*. MATRIZES, ano 5, n. 1, p. 63-84, 2011.
- BYUNG-CHUL, H. *Sociedade do cansaço*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.
- _____. *La sociedad de la transparencia*. Herder Editorial: Barcelona, 2013.
- DARDOT, P.; LAVAL, C. *A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal*. São Paulo: Boitempo, 2016.
- DRUCKER, P. F. *Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios*. São Paulo: Cengage Learning, 2011.
- ENDEAVOR. *Cultura empreendedora no Brasil, 2014*. Disponível em: <http://info.endeavor.org.br/os-perfis-dos-empresendedores-brasileiros>. Acesso em: 11 abr. 2019.
- EHRENBERG, A. *O culto da performance: da aventura empreendedora à depressão nervosa*. Aparecida – SP: Idéias & Letras, 2010.
- FOUCAULT, M. *Birth of biopolitics*. New York: Palgrave Macmillan, 2008.
- GALOUJ, F. “Inspiration Economy”: A New Journal. *Journal of Inspiration Economy: an International Journal*, vol. 1, issue 1, sept 2014, p. 7-13. Disponível em: <http://journals.uob.edu.bh/JIE/contents/volume-39/articles/article-838>. Acesso em: 15 ago. 2018.
- GAMA, R. *Empreendedora Bel Pesce dá 10 dicas para sucesso na carreira*. UOL, São Paulo, 1 jun. 2012 – atualizada em 5 set, 2016. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2012/06/01/talento-brasileiro-nos-eua-bel-pesce-da-10-dicas-para-empresender-com-sucesso.htm>. Acesso em: 18 nov. 2019.
- ILLOUZ, E. *O amor nos tempos do capitalismo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- _____. *El consumo de la utopía romántica: el amor y las contradicciones culturales del capitalismo*. Espanha: Katz, 2009.

- MCGUIGAN, J. Do populismo cultural ao capitalismo legal. *Revista Contracampo*, v. 28, n. 3, dez.-mar. Niterói: Contracampo, p. 5-25, 2013.
- _____. *Cool capitalism*. New York: Pluto Press, 2009.
- PESCE, B. *A menina do vale: como o empreendedorismo pode mudar sua vida*. São Paulo: Enkla, 2015a.
- _____. *A sua melhor versão te leva além*. São Paulo: Enkla, 2015b.
- PISTORI, M. H. C.; BANKS-LEITE, L. *Argumentação e construção de conhecimento: uma abordagem bakhtiniana*. *Bakhtiniana*, São Paulo, v. 1, n. 4, p. 129-144, 2. sem. 2010.
- PRADO, J. L. A. *Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais*. São Paulo: Educ/Fapesp, 2013.
- SCHUMPETER, J. *Capitalism, socialism, and democracy*. New York: Harper & Bros, 1942.
- SENNETT, R. *A corrosão do caráter: consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo*. Rio de Janeiro: Record, 2007.
- SILVA, F. A. A realidade que inspira. In: Pesca, B. *A menina do vale: como o empreendedorismo pode mudar sua vida*. São Paulo: Enkla, 2015. p. 11-14
- VAN DIJK, T. A. *La ciencia del texto*. Barcelona: Paidós, 1978.

Sobre o autor

Vander Casaqui – Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo. Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo, com Pós-Doutoramento pela Universidade Nova de Lisboa.

Data de submissão: 11/04/2019

Data de aceite: 15/12/2019

Sobre infância, saúde e gênero: discursos biomédicos na mídia impressa de 1990

On childhood, health and gender: biomedical discourses in the printed media of 1990

*Heloísa Derkoski Dalla Nora*¹

*Eliane Cadoná*²

Resumo: *Apresentamos, aqui, a análise das sessões saúde do jornal Zero Hora do ano de 1990 – ano de publicação das leis nº 8.080/90 e nº 13.257/90 –, buscando evidenciar sentidos de Gênero, Saúde e Infância ali veiculados. Utilizamos como instrumentos teórico-metodológicos o Construcionismo Social e as Teorias de Gênero Pós-Estruturalistas, com foco na Análise de Discurso. A partir de eixos temáticos, refletimos sobre as (des)articulações discursivas veiculadas no jornal com os princípios do ECA e do SUS, no intuito de compreender os sentidos dados às temáticas evidenciadas naquele cenário.*

Palavras-chave: *infância; mídia; gênero; saúde; políticas públicas.*

Abstract: *Here, we present, an analysis of the health sessions of the Zero Hora newspaper of the year 1990 – year of publication of laws 8.080/90 and 13.257/90 – seeking what meanings of Gender, Health and Childhood are communicated there. We use as theoretical-methodological instruments the Social Constructionism and post-structural Gender theories, focusing on Discourse Analysis. From thematic axes, we reflect on how the discursive (dis) articulations conveyed in the newspaper with principles of ECA and SUS, in intention to understand the meanings of some discussions evidenced by that scenario.*

Keywords: *childhood; media; gender; health; public policies.*

1 Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões (URI). Erechim, RS, Brasil. <https://0000-0002-5980-6119>. E-mail: heloisadallanora@yahoo.com.br

2 Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões (URI). Erechim, RS, Brasil. <https://orcid.org/0000-0003-3988-9786>. E-mail: cadonaeliane@gmail.com

Introdução e aportes teóricos

Objetivamos, com esta pesquisa, evidenciar os possíveis processos de subjetivação envolvidos na construção de conceitos de Infância, Gênero e Saúde no ano de 1990, por intermédio da análise da Mídia Impressa. Um dos mais influentes meios de comunicação da Modernidade, o jornal ainda ocupa lugar nas discussões sobre produção de subjetividade e na maneira como nossa sociedade se organiza e, conseqüentemente, produz sentidos no cotidiano (THOMPSON, 2014; SPINK; SPINK, 2006).

Os primeiros passos da investigação consistiram em analisar como aconteceu a veiculação dos conceitos de Gênero, Saúde e Infância nas sessões saúde do jornal *Zero Hora*, do ano de 1990, até a data de publicação da Lei Federal nº 8.069 (BRASIL, 1990a), dia 13 de julho do mesmo ano, que regulamenta o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA). Neste mesmo ano também foram aprovadas as Leis Federais nº 8.080 e nº 8.142 (BRASIL, 1990b; BRASIL, 1990c), que versam sobre os princípios e diretrizes do Sistema Único de Saúde (SUS) e controle social. Dessa forma, abordaremos aqui como eram discutidos e veiculados conceitos-chaves para o entendimento de Leis, em iminência de serem aprovadas, com visões de sujeito tão diferentes das em vigência até então.

O ano de 1990 foi importante e contraditório para o País no que diz respeito à publicação de políticas públicas e à fase de redemocratização pela qual passava. Isso porque as Leis acima referidas são aprovadas em um contexto de adoção de inúmeras políticas de Estado neoliberais. Mesmo com a mudança legislativa para um modelo democrático, a cosmovisão do liberalismo imperava não somente nas práticas de Estado, mas também na visão de sujeito da sociedade como um todo.

Souza (2016) entende que a aprovação do Estatuto da Criança e do Adolescente e das Leis Orgânicas da Saúde só foi possível devido ao processo de redemocratização que o Brasil vivia. A retomada da democracia aconteceu em um momento em que uma pequena parcela da população detinha muito mais da metade dos meios de produção. No cenário

em questão, ocorria um reordenamento das políticas públicas, devido a uma crise socioeconômica que o País passava. A alta taxa de mortalidade infantil e a epidemia de AIDS, que acontecem na década de 1980 são resultados, também, da extrema pobreza e da falha na atenção à saúde (RODRIGUES, 1992).

Em 1988, com a aprovação da Constituição Cidadã (BRASIL, 1988) diversos direitos são concedidos aos/às cidadãos/ãs, junto à garantia da democracia e com a possibilidade de interferência do povo no poder legislativo, através das várias estratégias de controle social previstas em Lei. Concomitante a esse cenário, o presidente Fernando Collor assume, em 1990, com uma agenda neoliberal, que incluía a abertura ao mercado externo, a privatização de empresas estatais e demissões em massa (RODRIGUES, 1992). Segundo Bueno (2012), fatos indicam que alguns direitos cidadãos, como a greve, não eram respeitados, mesmo após a aprovação da nova Constituição.

Um exemplo das dificuldades causadas por essa contradição política é o fato de que, ainda em 1990, o presidente Collor vetou todos os artigos que tratavam sobre o controle social, parte da Lei que falava sobre a participação da comunidade na gestão, através dos Conselhos de Saúde. A Lei nº 8.142 (BRASIL, 1990c), que inclui essas decisões, só é aprovada em dezembro desse mesmo ano. Por todos esses motivos, entendemos que 1990 é um marco no que diz respeito a políticas públicas e, por isso, deve ser alvo de pesquisas não só da área da história, mas também de outros campos que estejam dispostos a procurar nela problematizações vivenciadas na contemporaneidade.

Abordaremos aqui, também, a problematização dos sentidos de Cuidado e Família veiculados pelo jornal, procurando entender como eles se relacionam entre si e com o tema da pesquisa. Não esquecendo nossos documentos base, o ECA e o SUS, iremos nos voltar para a mídia e procurar entender como os atravessamentos de gênero ocupam espaço na produção de subjetividade (GUATTARI; ROLNIK, 1996) no que diz respeito à Família e ao Cuidado na infância.

Como referencial teórico para discutir esse assunto escolhemos o Construcionismo Social (GERGEN, 2009; IÑIGUEZ, 2002; SPINK, 2013; SPINK, 2013) e os Estudos de Gênero de abordagem pós-estruturalista (BUTLER apud SALIH, 2013; LOURO, 2003; STREY; CADONÁ, 2012). Com essa visão de mundo, entendemos que o sujeito se constrói nas relações que estabelece e no modo como dá sentido a elas, sendo o papel da ciência investigar na história como determinados conceitos foram investidos por diversos mecanismos de produção de subjetividade. A partir dessa base epistemológica, entendemos a importância do estudo do Tempo Presente (PADRÓS, 2004), com fins de propor novos olhares para como damos sentido às nossas relações e conceituações.

Como norte da pesquisa, a fim de compreender os objetos de estudo, fazemos uso do Construcionismo Social (GERGEN, 2009; IÑIGUEZ, 2002). Essa escolha se deu por entendermos que os temas estudados aqui precisam ser vistos como construções sociais, originadas através de um longo e dialógico processo que envolve a relação dos sujeitos com o mundo, estando marcada por tempos e lugares. Dessa forma, essa teoria nos dá suporte para discutirmos a produção de subjetividade que envolve e é consequência dessa construção, tendo influência no modo como vivemos hoje e como as pessoas se relacionam consigo mesmas e com o mundo.

Um dos principais autores que escrevem sobre a construção da infância, bem como da família, é Philippe Ariès. Em suas pesquisas, ele destaca a estreita conexão entre esse processo de descoberta das crianças com o cristianismo e a arte. Através da análise das obras de arte medievais, Ariès (1981) retrata a evolução na representação da infância. Segundo Souza (2016) é indispensável que se volte na história para entender o presente, sendo que este é também fruto de uma sociedade hierarquizada, não só na esfera federal, mas também em uma perspectiva global.

Até o fim do século XIII, ainda não existia uma imagem que representasse a criança. Isso não quer dizer que essa figura estivesse ausente

nessa época, mas que era diferente do que conhecemos hoje, pois estava estreitamente ligada ao adulto, sendo percebida como uma miniatura dele. Existe um lento processo até a diferenciação dessas fases do desenvolvimento, que foi retardado pelas condições demográficas da época, onde a taxa de mortalidade infantil era extremamente alta. É só no século XVIII que essas condições começam a mudar. Com a adoção de alguns métodos contraceptivos e uma melhora nas condições de vida, a indiferença em relação à infância começa a se transformar em uma valorização dessa etapa como algo puro. Durante esse processo, podemos citar a imagem dos anjos e do menino Jesus como contribuições para tal consequência (ARIÈS, 1981).

No cenário nacional de políticas públicas, devemos voltar à roda dos expostos, uma herança do Brasil colonial que teve fim apenas em 1950. Dispositivo que permitia o abandono das crianças para casas de misericórdias assumirem seus cuidados, a roda pode ser considerada como a primeira iniciativa de juntar o público com o privado, já que, através de uma lei, os municípios puderam se eximir da obrigação de cuidar dessas crianças, que ficaram sob a responsabilidade de tais instituições (CRUZ; HILLESHEIN; GUARESCHI, 2005).

Outro fator importante a ser destacado é a formulação do conceito de trabalho como enobrecedor. Trazida com a imigração europeia, a institucionalização desse conceito foi o começo da reserva de mão de obra, e resultou em muitas crianças e adolescentes nas ruas. Esse movimento foi considerado a causa do aumento da criminalidade e, sendo assim, com uma lógica higienista, o governo direcionou esses jovens para Casas de Correção, iniciando, dessa forma, o sequestro da subjetividade desse público, com a proposta de prevenção, visando educá-los para o trabalho. Nesse momento já é possível entender que existiu a criação de duas infâncias distintas. O primeiro Código de Menores, de 1927, reforça isso quando faz uma distinção entre os menores em situação irregular, caracterizados por abandonados, **delinquentes** e **viciados**. É nessa época que o termo **menor** é adotado como sinônimo de infância. Não podemos esquecer o papel que a escola exerceu como produtora de

subjetividades docilizadas nesse cenário, já que ela incorpora discursos científicos, como os da Psicologia, no intuito de medir, testar e quantificar os/as alunos/as. É no período de 1931 a 1934 que ela se insere definitivamente nas escolas brasileiras e, através das testagens, também auxilia nesse processo, cumprindo um papel de separar os aptos dos não aptos, acentuando ainda mais essas diferenças (CRUZ; HILLESHEIN; GUARESCHI, 2005).

Segundo Guareschi e Hilleshein (2007) é necessário que entendamos que a imagem da infância até hoje é narrada por adultos. Já a origem latina da palavra **Infância** está relacionada à **ausência de linguagem**. Na história da construção da infância, podemos encontrar a ideia de criança como um ser incompleto, que apenas será concluído quando alcançar a vida adulta (SOUZA, 2016). Destacamos a contradição desse pensamento com a proposta liberal que incentiva a meritocracia e, assim, a ideia de que o sujeito é fruto de seus próprios esforços desde a infância para sua ascensão econômica e social. Lembramos que, em uma sociedade marcada pela desigualdade, que não oferece, através da efetivação de políticas públicas, subsídios para que isso aconteça, essa crença acaba responsabilizando o indivíduo pelo próprio fracasso.

Nesse sentido, entendemos que o ECA vem como uma forma de igualar infâncias desiguais. Não podemos negar que o Estatuto possui vários avanços em relação às políticas sociais antes dele publicadas, como reconhecer crianças e adolescentes como pessoas de direito e substituir o termo **menor**, na tentativa de descriminalizar a infância pobre. Porém, ele não deixa de ser uma forma compensatória de resolver a dicotomia Infância Normal *versus* Infância de Risco, reforçando essas diferenças (BRASIL, 1990a; CRUZ; HILLESHEIN; GUARESCHI, 2005).

Instrumentalizar crianças e adolescentes sobre os próprios direitos é uma das maneiras mais efetivas de pôr o Estatuto em prática (VIANA, 2016). É assim, através da produção da autonomia, que políticas públicas como o ECA e o SUS encontraram ferramentas para serem legislações mais funcionais. Destacamos também que, a partir de mecanismos semelhantes aos já discutidos aqui, com a Modernidade também

foi instituída uma visão de mundo e de sujeito universal, pautada no biologicismo, onde conceitos como **saudável** e **doente** tinham apenas uma definição, e tudo o que escapasse dela era patologizado e/ou discriminado, ficando às margens da sociedade.

O conceito de gênero também foi construído em um contexto parecido. Tido como sinônimo de sexo biológico por muito tempo é por nós aqui entendido como um processo, um devir, construído por atos discursivos, sendo algo que fazemos e não algo que somos. O sistema de verdades absolutas que transitam neste campo de saberes é um veículo que oprime certos grupos, o que acontece com mulheres e LGBT (lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais e transgêneros), além de outros. A identidade de gênero não é algo que somos totalmente livres para escolher. Podemos apenas interpretar as normas existentes de gênero, as reorganizando. Ou seja, adequamo-nos de uma maneira ou outra dentro das opções que nos são apresentadas desde pequenos. Por outro lado, não negamos a existência de modos de vivenciar o gênero que são subversivos, escapando da esperada normatividade (BUTLER 1987; 2008; SALIH, 2012).

Viana (2016 apud FREIRE, 1981, p. 30) destaca, quando fala sobre a emancipação do sujeito através da educação e da influência dela na construção da infância e do ECA, que não devemos encarar as condições de desigualdades como destino dado, mas sim como resultado de uma configuração social injusta que gera violência e opressão. A importância de o sujeito ter consciência do inacabamento e do não determinismo histórico de sua subjetividade, para poder se libertar das amarras do condicionamento social é, portanto, primordial para reinventarmos práticas em nosso cotidiano.

Método

A referida pesquisa tem natureza qualitativa, com um delineamento documental. Para a sua realização, foram investigados, nas sessões saúde do jornal *Zero Hora* do ano de 1990, os sentidos de Gênero, Saúde e Infância ali veiculados. Todo o acervo contendo essas publicações está

disponível para o público no Museu de Comunicação Hipólito José da Costa, em Porto Alegre, Rio Grande do Sul, local onde foram fotografadas as páginas do jornal que, posteriormente, compuseram o *corpus* desta investigação.

Para a coleta, adotamos palavras-chave para nos auxiliar nos critérios de inclusão das reportagens, escolhidas a partir dos aportes teóricos usados e do que preconiza o próprio ECA, sendo elas: Família; Criança; Infância; Pré-Natal; Gestação e Bebê. A única exceção, que não está de acordo com o ECA, mas que foi incluída como critério, é a palavra **Menor**, pois, como já existe uma familiarização das pesquisadoras com os materiais e sendo este um termo muito utilizado quando se fala em infância, entende-se que sua exclusão acarretaria na perda de dados importantes.

Ainda, escolhemos fazer a pesquisa com os meses que antecedem a publicação do ECA. Dessa forma, foram inclusos os meses de janeiro a julho do ano de 1990. A Sessão Saúde dos jornais se divide entre as notícias do dia e a coluna **Viva Melhor**, onde um profissional da saúde responde perguntas aos/as leitores/as. No domingo, além da Sessão Saúde, também existe a editoria “Ciência e Saúde”.

A análise das práticas discursivas para a compreensão dos sentidos cotidianos dados à infância, à família e às questões de gênero no ano de 1990 foi inspirada em autores/as que articulam a análise de discurso com a perspectiva construcionista (SPINK, 2013a; SPINK, 2013 b; SPINK *et al.*, 2014; SPINK *et al.*, 2013).

A seleção e posterior análise do material foi feita, primeiramente, por cada um dos cinco membros do grupo de pesquisa, individualmente. Posteriormente, as seleções foram compartilhadas e, então, em conjunto, selecionados os 33 textos a serem analisados.

Para análise dos materiais elaboramos uma tabela levando em consideração os objetivos que constavam no projeto de pesquisa (Quadro 1). Além de dados de identificação, como **título**, **data** e **palavra-chave**, incluímos nela espaço para identificação de quais discursos de gênero, saúde e infância apareciam na reportagem, quais as (des)articulações

com o SUS e com o ECA e como abordava-se a relação do cuidado e da família.

Quadro 1 – Instrumento para análise do *corpus*

Título:			
Data:	Palavra-chave:	Página:	Editoria:
O que fala:			
Discursos de gênero/saúde/infância:			
Articulação com ECA/SUS:			
Como aborda o cuidado e a família:			

Fonte: Elaborado pelas autoras (2018)

A construção do instrumento de coleta de dados se deu com base em pressupostos clássicos da Análise de Discurso, tais como **atos de linguagem, prática discursiva, enunciador, legitimação discursiva, atos de fala, sentido e texto** (IÑIGUEZ *et al.*, 2004) e nas explanações de autores/as da Análise do Discurso e do Construcionismo Social que porpõem a construção de Mapas Dialógicos como forma de elaborar a leitura de um *corpus*, a partir das perspectivas epistemológicas deste estudo (SPINK *et al.*, 2014).

A elaboração do mapa se dá por intermédio de uma imersão do/a pesquisador/a no documento em análise, a partir de conhecimentos prévios em pressupostos da Análise do Discurso, das visões de sujeito e de mundo que carrega consigo, dos objetivos do estudo e dos processos macropolíticos que transversalizam o material. A partir daí, constrói-se um caminho para a análise, o qual não se tem a pretensão de ser replicado, dentro de um ideal de ciência neutra e objetiva. Contudo, o método é construído com base em conhecimento científico, e a articulação entre teoria, ferramentas de análise, leitura do campo social, articulada ao material e discussão entre os membros do grupo de pesquisa evidenciam a seriedade e minuciosidade da análise.

Spink (2013) destaca o cuidado necessário com a pesquisa com materiais de domínio público, descrevendo a importância de não se adotar

um pensamento linear ao analisar um contexto histórico, já que a realidade não se faz apenas por acontecimentos e datas, mas também pelo sentido que o sujeito dá aos mesmos. O cotidiano não é algo dado, algo natural na vida do humano, mas sim construído através das significações. Para Hennigen (2006), o sujeito dá sentido ao seu cotidiano através de discursos, que usa para conhecer a si e ao mundo. Nesse processo, toma-os como verdade e, ao se reconhecer neles, (des)constrói o mundo e a si mesmo.

A mídia faz parte desse processo, na medida em que é um dos mais importantes veículos de produção de subjetividade. Também conhecemos o mundo através do que lemos nos jornais e assistimos nas novelas. Apesar de não ser possível uma comunicação com o/a interlocutor/a (no caso da mídia impressa), o sujeito que lê um jornal tem a possibilidade de significar seu conteúdo de diferentes formas. Por isso, destacamos que não somos passivos/as diante das relações midiáticas, sendo sempre possível um movimento de resistência e questionamentos das verdades ali postas (THOMPSON, 2014).

A partir da construção dos quadros, foram elaborados três eixos temáticos, com base nas propostas de Spink *et al.* (2013). Em meio a eles, escolhemos um para ser apresentado neste artigo. Destacamos que, para facilitar a leitura e compreensão do texto, elegemos uma pequena quantidade de notícias e propagandas para aqui exemplificar o universo em análise, sendo elas as mais representativas para a discussão e que possibilitavam a articulação entre o todo e as partes analisadas.

(In)visibilidades e o discurso biomédico da psicologia do desenvolvimento

Em meio às análises, pudemos constatar que a década de 1990 do século XX é marcada pelo discurso positivista e biologicista, no que tange às práticas de saúde. As questões discutidas na área da infância, em sua grande maioria, falam sobre temas relacionados ao desenvolvimento humano, o que é compreensível, sabendo que analisamos apenas artigos

relacionados a crianças. Entretanto, perguntamos: quais assuntos são enfatizados pelos/as autores/as dessas reportagens e pelos/as profissionais da saúde que falavam através delas? Quais sentidos sobre os processos vividos pelas crianças foram veiculados nesses jornais? De que crianças estavam falando?

Primeiramente, chamou-nos atenção que boa parte das reportagens falava da primeira infância, mais especificamente dos/as recém-nascidos/as. Sobre a educação e a saúde dessas crianças, o discurso de como cuidar cai em dicotomias muito comuns do biologicismo: saudável *versus* não saudável, certo *versus* errado, etc. Na tentativa de classificar e enquadrar sujeitos em discursos e modos de agir, a ciência positivista acabou criando dicotomias como essas, que, ao longo do século XX – e no que já vivemos do XXI – vem excluindo sujeitos que não se encaixam nelas (GERGEN, 2009; BUTLER apud SALIH, 2013).

Nos jornais, o “auxílio” às famílias para cuidarem dos/as filhos/as é extremamente prescritivo, ou seja, mostra-se um jeito “correto” e as consequências caso essas prescrições não sejam seguidas. Em algumas reportagens é possível ver rechaço a novas configurações familiares da época, como ao divórcio e ao distanciamento da família de origem.

Por exemplo, em uma das reportagens, intitulada “Filhos problemáticos: a saída é o psiquiatra” (ZERO HORA, 1990, p. 23) é possível ver algumas dessas questões presentes no discurso do jornal, que veiculou a matéria, e dos/as profissionais que são entrevistados/as e dão informações sobre o assunto. Trata-se de um texto sobre o crescente número de procura por atendimento psiquiátrico infantil e adolescente e sobre a causa de tais atendimentos.

Ao descrever esses fenômenos, o jornal usa repetidamente palavras como doença, distúrbio e problemas (ZERO HORA, 1990, p. 23), descrevendo o que parece ser o desvio de algo que só apresenta duas possibilidades: a norma ou a patologia. Além disso, também é feita uma relação desse aumento na procura por psiquiatras com a educação e com o momento que as crianças da época estavam vivendo. O jornal, por meio do discurso dos/as profissionais convidados/as a falar, critica as

novas configurações familiares e a educação que “em nome da liberdade se faz licenciosidade com as crianças” (ZERO HORA, 1990, p. 23).

Há, em meio ao jornal, um rechaço a novos modos de viver, e uma tentativa de adequar as famílias à norma, destacando as consequências caso se opte pelo contrário. Vale destacar que, seguindo a lógica positivista, o jornal autoriza apenas algumas pessoas a falarem sobre esses temas. Dentro da área da saúde, observamos a prevalência do/a pediatra e do/a psiquiatra para falar sobre temas como o desenvolvimento e a relação da criança com os pais. Inclusive, algumas notícias falam sobre eventos voltados para profissionais da área da saúde com palestras ministradas por psiquiatras.

Conseqüentemente, pela valorização que se deu ao discurso científico (FOUCAULT, 2002), foi enaltecido junto com ele o/a seu/a porta-voz: o/a cientista, o/a *expert* (BAREMBLIT, 2002), excluindo-se o saber popular e todo o conhecimento gerado pela comunidade.

Colocamos ainda aqui em questão a aplicabilidade dos princípios do ECA em um contexto onde os resquícios de uma ciência dura ainda possui maior *status*. Acreditamos que a contradição entre a visão de infância encontrada dentro desse eixo em questão, cristalizada e ainda marcada pelo discurso da diferença, vai de encontro ao que preconiza o Estatuto, que pensa na construção da infância como um conceito que vem se modificando ao longo do tempo (CRUZ; HILLESHEIN; GUARESCHI, 2005).

No que diz respeito aos aspectos de gênero, a lógica binária impressa no jornal está retratada no exercício de veiculação de enunciados que tratam de papéis parentais e dos cuidados da criança. Dentro da família, o *ZH* dá destaque à maternidade e à paternidade por intermédio da (re) produção e/ou demarcação de papéis diferenciados.

A maternidade é extremamente valorizada nas reportagens, na medida em que aparece em boa parte das colunas analisadas. A mãe é trazida como principal agente de cuidado quando se trata da infância e existe um forte apelo emocional envolvido no discurso para manter essa lógica

de pé. Uma das reportagens assim destaca que “a gestação continua também após o parto” (ZERO HORA, 1990, p. 25).

Uma das estratégias usadas para sustentar esse modo de entender e sentir o mundo veiculado pelo jornal é o uso do discurso biológico. A valorização do leite materno aparece como uma alternativa de colar ainda mais a maternidade a um ato de amor e proteção instintivo. Especialistas da época, que ganhavam espaço nas páginas do jornal, afirmavam os benefícios não só físicos para a criança, mas também sustentavam que o bebê alimentado pelo leite materno recebia não apenas o alimento biológico, mas afetivo necessário ao seu desenvolvimento, e que tais ações estreitavam ainda mais sua conexão com as mães.

Todas essas questões responsabilizavam os cuidados do/a filho/a à mulher já que, naquele cenário, a função materna/paterna estava diretamente ligada ao sexo biológico. Um exemplo disso é uma das reportagens com o título “Mãe e bebê devem ficar sempre juntos” (ZERO HORA, 1990, p. 25), onde é transmitida a ideia de que a mãe é a responsável pela saúde física e emocional da criança. A coluna fala também sobre o/a recém-nascido/a não ter tanta autonomia, possuir necessidades que apenas a mãe pode prover e que sua comunicação está basicamente voltada a ela.

Badinter (1985) afirma que a maternidade nem sempre foi entendida e investida da mesma forma e que, para entendê-la enquanto um fenômeno inventado e diretamente ligado ao contexto em que é narrada, é preciso recorrer à História. A prática da amamentação por amas de leite, comum nos séculos passados, é um dos exemplos que põem em xeque o amor materno como sendo uma característica biológica e inata de todas as mães. As péssimas condições de saúde e higiene que demonstravam um investimento quase nulo na infância dos séculos XVI e XVII nos leva a destacar o quanto conceitos como Maternidade e Infância vêm se modificando ao longo do tempo.

A própria coluna Viva Melhor, onde, por algumas vezes apareceram perguntas ao colunista questionando sobre hábitos de cuidado com as crianças, é uma das provas de que não existe uma única atitude materna,

e o próprio jornal é registro deste fato. O que existe são várias formas de se expressar o cuidado e discursos autorizados pela ciência proferidos por especialistas que procuram padronizar essas diferentes manifestações da maternidade. Na tentativa de reconhecer essas diferentes manifestações, a ciência faz um movimento parecido com o que já discutimos acima com as dicotomias, e esses modos de cuidado são classificados em grupos, ditos “normais” ou “de risco” (STREY; CADONÁ, 2012).

Em meio a tais argumentações, uma das figuras de cuidado na vida da criança acaba ficando apagada. A paternidade, nas reportagens que foram analisadas, pouco apareceu. Os pais surgem algumas vezes citados como dupla parental quando se fala na educação de crianças mais velhas, e não recém-nascidas. Nas reportagens o jornal fala sobre gravidez e acompanhamento durante esse período e, mesmo assim, o papel do pai não é destacado.

Saldanha, Muhlen e Strey (2012) apontam que os avanços no mundo contemporâneo, com o declínio do patriarcado, principalmente impulsionado pelos movimentos feministas, vêm causando mudanças no cenário da família moderna. Em ritmo diferente da maternidade, o conceito de paternidade também sofre mudanças, assim como o papel que o homem ocupa na sociedade.

Apesar dessas mudanças, a referência de família encontrada nos jornais ainda é de marido, mulher e filhos/as, a mesma que ainda predomina nas sociedades ocidentais contemporâneas. Marcondes (2012) discute sobre como as relações sociais que originaram esse modelo de família surgiram de uma divisão dicotômica de gênero entre a esfera pública e privada. A esfera privada era atribuída socialmente à mulher, que ficaria com o cuidado dos/as filhos/as e com a organização doméstica. Já na esfera pública, a responsabilidade por sua manutenção seria do homem, que exerceria autoridade sobre a mulher, provendo a família, e exercendo atividades sociais, como o trabalho. Esse é um modelo pautado na assimetria de gênero, onde o masculino exerce predomínio sobre o feminino, e que deixou marcas nas relações sociais que podem ser vistas até hoje.

As reportagens analisadas refletem essa disparidade nas relações de gênero pautadas na diferença. Ao homem não eram atribuídos os cuidados com o/a filho/a, não havendo um apelo da ciência para fortalecer um sentimento de instinto paterno, já que o mesmo nunca fez parte da história da paternidade. O pai aparece em algumas reportagens relacionadas a crianças mais velhas, já em idade escolar, quando sua autoridade pode ser reivindicada na educação dessa criança.

No caso do ECA, acerca da questão da responsabilidade para com a criança, em nenhum momento se ressalta que os cuidados devam ser de exclusividade da mãe, ou se dá algum tipo de distinção de gênero quanto a isso (BRASIL, 1990a). No entanto, isso não garante que essa disparidade não aconteça na aplicabilidade da Lei. Será possível pôr em prática o Estatuto com uma forte produção de subjetividade trabalhando no sentido de reforçar cada vez mais a magnitude da maternidade e a invisibilidade da paternidade?

Conclusão

O fim da década de 1980 e o início da década de 1990 têm como característica um marco no que diz respeito à aprovação de políticas públicas. Além da Constituição Federal (BRASIL, 1988) e das Leis Federais trabalhadas neste artigo, SUS e ECA, em 1993 é aprovada a Lei Orgânica da Assistência Social (BRASIL, 1993). Todas essas legislações têm em comum uma ruptura com visões de mundo e de sujeito de publicações que as antecederam. Nossa pesquisa se preocupou em se questionar e responder, dentre outras, a pergunta: é possível pôr em prática os princípios do ECA e do SUS em meio às publicações midiáticas da época?

Devemos destacar que a conjuntura midiática é apenas um recorte da realidade que vivia a população de 1990, portanto, nossa análise não apresenta uma verdade única sobre o contexto da época. Não é nossa intenção fechar a discussão, ou esgotá-la com os materiais de análise, mas sim abrir a reflexão para uma realidade complexa que interfere até hoje no modo como duas importantes políticas públicas são postas em práticas em nosso País.

Sabemos, como já discutimos antes, que a melhor forma de aplicar políticas como o ECA e o SUS é através da instrumentalização do público. É na autonomia que tais legislações encontram forças (VIANA, 2016). Nas reportagens analisadas, principalmente nas que dizem respeito ao modo como o Estado lida com a saúde na infância, encontramos um modo autoritário de intervenções, fugindo bastante do que preconizam as duas legislações estudadas.

A própria ênfase em um discurso biologicista, que autoriza apenas o profissional da medicina a falar sobre as questões do desenvolvimento infantil, como um *expert*, coloca em xeque os princípios e diretrizes do SUS. Sabemos que o mesmo preconiza o trabalho multidisciplinar, onde o/a próprio/a usuário/a é considerado/a o/a maior conhecedor/a do que está passando, e, portanto, as informações não são dadas de maneira prescritiva, como vimos nos jornais.

Em relação às questões de gênero, conseguimos visualizar uma disparidade no que diz respeito à visibilidade dos papéis da maternidade e da paternidade. Embora a sociedade venha evoluindo, ainda dicotomizados e cristalizados, esses papéis refletem uma realidade onde mães ainda são vistas como as principais cuidadoras dos filhos, enquanto os pais são responsáveis por prover o sustento da casa.

Guattari e Rolnik (1996) destacam a importância da análise da produção de subjetividade usando o exemplo de que quando uma potência, como os Estados Unidos da América, quer implantar algum tipo de possibilidade de expansão econômica em um País de terceiro mundo, ela começará trabalhando os processos de subjetivação. Podemos trazer isso para a pesquisa pensando que para que as políticas públicas fossem implantadas com sucesso uma das maneiras de trabalhar a produção de subjetividade na época era através da mídia impressa, que como verificamos ia de encontro, na maioria das vezes, com o que as mesmas preconizavam.

Para concluir, fazemos uma reflexão sobre o processo de pesquisa e seu fim, com o sentimento de que ele não deve terminar por aqui. Muitas vezes, dentro do universo da pesquisa, nos deparamos com barreiras

e práticas que vão contra nossa visão de mundo, e que nos levam a sentimentos de frustração. Infelizmente, muitas pesquisas acabam ficando apenas no papel e não cumprem com seus objetivos, nunca retornando a quem lhes pertence: a comunidade.

Acreditamos que a pesquisa não deve ter um fim nela mesma. Nossos resultados devem ser incorporados a nossas práticas, debatidos com profissionais das áreas interessadas, e, por que não, usados como justificativas para bons projetos de extensão? Por exemplo, um dos modos de levar a pesquisa para fora da universidade seria transformá-la em um programa de extensão para discutir com os/as profissionais da área da saúde sobre as origens do SUS e as repercussões até hoje em suas práticas. Dessa forma, a pesquisa cumpre seu papel de transformadora da realidade.

“Se podes olhar, vê. Se podes ver, repara”, disse José Saramago (1997, p. 9) em *Ensaio sobre a cegueira*. Em outras palavras, temos as ferramentas para mudar a realidade em que vivemos, e agora precisamos usá-las com mais inteligência. De modo contrário, continuaremos vendo sem reparar.

Referências

- ARIËS, P. *História social da criança e da família*. 2. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1981.
- BADINTER, E. *Um amor conquistado: o mito do amor materno*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.
- BAREMBLITT, G. *Compêndio de análise institucional e outras correntes: teoria e prática*. 5. ed. Belo Horizonte: Instituto Felix Guattari, 2002.
- BRASIL. *Constituição Federal de 1988*. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 23 set. 2019.
- _____. Lei n. 8.069, de 13 de julho de 1990a. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8069Compilado.htm. Acesso em: 23 set. 2019.
- _____. Lei n. 8.080, de 19 de setembro de 1990b. Dispõe sobre as condições para a promoção, proteção e recuperação da saúde, a organização e o funcionamento dos serviços correspondentes e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8080.htm. Acesso em: 23 set. 2019.

- _____. Lei n. 8.142, de 28 de dezembro de 1990c. Dispõe sobre a participação da comunidade na gestão do Sistema Único de Saúde (SUS) e sobre as transferências intergovernamentais de recursos financeiros na área da saúde e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18142.htm. Acesso em: 23 set. 2019.
- _____. Lei n. 8.742, de 07 de setembro de 1993. Dispõe sobre a organização da Assistência Social e dá outras providências. Disponível em; http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8742compilado.htm. Acesso em: 23 set. 2019.
- BUENO, E. *Brasil: uma história: cinco anos de um país em construção*. Rio de Janeiro: Leya, 2012.
- BUTLER, J. Variações sobre sexo e gênero: Beauvoir, Wittig e Foucault. In: BENHABIB, S.; Cornell, D. (coord.). *Feminismo como crítica da modernidade*. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1987.
- BUTLER, J. *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.
- CADONÁ, E. *et al. Conceitos de saúde e cuidado na mídia impressa brasileira: uma análise do ano de 1990*. Curitiba: CRV, 2017.
- CAMPOS, G.; CAMPOS, R. Co-construção de autonomia: o sujeito em questão. In: _____. *Tratado de saúde coletiva*. São Paulo: Hucitec, 2012.
- CRUZ, L.; HILLESHEIN, B.; GUARESCHI, N. M. F. Infância e políticas públicas: um olhar sobre as práticas psi. *Psicologia & Sociedade*, Porto Alegre, v. 17, n. 3, p. 42-49, set.-dez. 2005.
- FOUCAULT, M. *Microfísica do poder*. 17. ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2002.
- GERGEN, K. J. O movimento do construcionismo social na psicologia moderna. *Revista Internacional Interdisciplinar INTERthesis*, Florianópolis, v. 6, n. 1, p. 299-325, jan.-jul. 2009.
- GUARESCHI, P. *Psicologia social crítica: como prática de libertação*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.
- GUATTARI, F.; ROLNIK, S. *Micropolítica: cartografias do desejo*. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 1996.
- HENNIGEN, I. Subjetivação como produção cultural: fazendo uma outra psicologia. *Psicologia & Sociedade*, Porto Alegre, v. 18, p. 47-53, maio-ago., 2006.
- HILLESHEIN, B.; GUARESCHI, N. M. F. De que infância nos fala a psicologia do desenvolvimento? Algumas reflexões. *Psicologia da educação*, São Paulo, v. 25, p. 75-92, 2. sem. 2007.
- ĨNIGUEZ, L. *et al. Manual de análise de discurso em ciências sociais*. Petrópolis: Vozes, 2014.
- ĨNIGUEZ, L. A Pós-modernidade: O novo Zeitgeist de Nosso Tempo. In: MARTINS, J. B. (Org.). *Temas em análise institucional e em construcionismo social*. São Carlos: Fundação Araucária, 2002.

- LARA, L. *Saúde pública e saúde coletiva: investindo na infância para produção de cidadania*. 2009. 81f. Tese (Doutorado em Programa de Pós-Graduação em Psicologia). Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2009.
- LOURO, G. L. *Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista*. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 2003.
- MARCONDES, G. S. As trajetórias dos homens de família: os significados da vida conjugal e parental masculina. In: STREY, M. N. *et al.* (Orgs.). *Gênero e ciclos vitais: desafios, problematizações e perspectivas*. Porto Alegre: Edipucrs, 2012.
- PADRÓS, E. S. Os desafios na produção do conhecimento histórico sob a perspectiva do Tempo Presente. *Anos 90*, v. 11, n. 19/20, jan.-dez., 2004.
- RODRIGUES, M. *A década de 80: Brasil: quando a multidão voltou às praças*. São Paulo: Ática, 1992.
- SALDANHA, M.; MUHLEN, B. K. Von; STREY, M. O homem maternante: mudanças à vista? In: STREY, M. N. *et al.* (Orgs.). *Gênero e ciclos vitais: desafios, problematizações e perspectivas*. Porto Alegre: Edipucrs, 2012.
- SALIH, S. *Judith Butler e a teoria queer*. 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2013.
- SARAMAGO, J. *Ensaio sobre a cegueira*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- SOUZA, M. A. 25 anos do Estatuto da Criança e do Adolescente: História, política e sociedade. In: CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA. MOREIRA, J. O.; SALUM, M. J. G.; OLIVEIRA, R. T. (Orgs.). *Estatuto da criança e do adolescente: refletindo sobre sujeitos, direitos e responsabilidades*. Brasília: CFP, 2016.
- SPINK, M. J.; SPINK, P. Introdução. In: MEDRADO, M.; PASSARELLI, C.; LIMA, H.; MIRIAM, L.; SPINK, M.; FREZZA, R.; MENEGON, V. *Práticas cotidianas e a naturalização da desigualdade*. São Paulo: Cortez, 2006.
- SPINK, M. J. *et al.* *Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano*. Rio de Janeiro: Cortez, 2013a.
- SPINK, P. Análise de documento de domínio público. In: SPINK, M. J. (Org.). *Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano*. Rio de Janeiro: Cortez, 2013b.
- SPINK *et al.* *A produção de informação na pesquisa social: compartilhando ferramentas*. Rio de Janeiro: Centro Edelstein de Pesquisas Sociais, 2014.
- STREY, M. N.; CADONÁ, E. A construção do sujeito materno: problematizando práticas à luz dos estudos feministas. In: STREY, M. N. *et al.* (Orgs.). *Gênero e ciclos vitais: desafios, problematizações e perspectivas*. Porto Alegre: Edipucrs, 2012.
- THOMPSON, J. B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes, 2014.
- VIANA, M. A psicologia escolar, o ECA e o enfrentamento à teoria do capital humano. In: CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA. MOREIRA, J. O.; SALUM, M. J. G.; OLIVEIRA, R. T. (Orgs.). *Estatuto da criança e do adolescente: refletindo sobre sujeitos, direitos e responsabilidades*. Brasília: CFP, 2016.
- ZERO HORA. *Coleção de publicações do ano de 1990*. Porto Alegre: Zero Hora, 1990.

Sobre as autoras

Heloísa Derkoski Dalla Nora – Graduada em Psicologia pela Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões – Campus de Frederico Westphalen (URI-FW). Pós-Graduada em Terapia Familiar Sistêmica pela Universidade do Oeste de Santa Catarina (UNOESC – Chapecó). Fez parte do Grupo de Pesquisa em Psicologia da URI-FW, atuando na linha de pesquisa em Políticas Públicas, Saúde e Produção de Subjetividade em Contextos Institucionais, sendo bolsista do projeto de pesquisa intitulado “Sentidos de Gênero e Saúde no Cenário de Publicação das Leis n. 8.080 e n. 8.142: Uma Análise da Sessão Saúde do Zero Hora. No presente artigo, a autora participou da concepção do desenho da pesquisa, do desenvolvimento da discussão teórica, da coleta e interpretação dos dados, da redação do manuscrito e da revisão do texto.

Eliane Cadoná – Doutora em Psicologia (PUCRS). Mestre em Psicologia Social (PUCRS). Especialista em Psicologia Clínica Ampliada e graduada em Psicologia e em Ciências Biológicas (URI – Campus de Frederico Westphalen). Professora da URI/FW e atual Coordenadora do Curso de Psicologia desta mesma Universidade. Professora do Programa de Pós-Graduação – *stricto sensu* – em Educação URI/FW, atuando na linha de pesquisa Processos Educativos, Linguagens e Tecnologias. Líder e integrante do Grupo de Pesquisa em Psicologia da URI – Campus de Frederico Westphalen, com pesquisa no âmbito das Políticas Públicas, Saúde e Produção de Subjetividade em Contextos Institucionais. No presente artigo, a autora participou da concepção do desenho da pesquisa, na condição de orientadora da pesquisa, do desenvolvimento da discussão teórica, da coleta e interpretação dos dados, da redação do manuscrito e da revisão do texto.

Data de submissão: 25/09/2019

Data de aceite: 24/01/2020

Da montagem ao collage: found footage, voz-over e filme-ensaio

From montage to collage: found footage, voice-over and film-rehearsal

Rafael de Almeida¹

Resumo: *Objetiva-se investigar, à luz de Seams (Karim Ainouz, 1993), como a voz-over, o found footage e o filme-ensaio são colocados em relação, bem como se comportam enquanto práticas criativas autônomas, em obras que reutilizem imagens de arquivo. Partimos da hipótese de que a aproximação entre esses elementos se dá, sobretudo, por meio do procedimento de montagem, encontrando-se frequentemente conectado com a noção de collage. Pretende-se analisar os procedimentos de montagem do filme, para por fim sinalizar que o collage é o responsável não apenas por colocar em relação criativa a voz-over, o found footage e o filme-ensaio, mas por garantir que esses elementos potencializem seus papéis narrativos diante da construção textual discursiva e crítica, sobre o machismo brasileiro, pretendida pelo curta-metragem.*

Palavras-chave: *found footage; voz-over metacrítica; filme-ensaio; collage; Seams (filme).*

Abstract: *The objective is to investigate, in the light of Seams (Karim Ainouz, 1993), how voice-over, found footage and film-essay are put in relation as well as behave as autonomous creative practices in works that reuse archival footage. Our hypothesis is that the approximation between these elements occurs mainly through the editing procedure, being often connected with the notion of collage. We intend to analyze the editing procedures of the film, to finally signal that the collage is responsible not only for putting in a creative relation the voice-over, the found footage and the film-essay, but for ensuring that these elements enhance*

¹ Universidade Estadual de Goiás (UEG). Anápolis, GO, Brasil.
<https://orcid.org/0000-0002-7088-234X>. E-mail: rafaeldealmeidaborjes@gmail.com

their narrative roles before the discursive and critical textual construction, about Brazilian machismo, intended by the short film.

Keywords: *found footage; metacritical voice-over; essay-film; collage; Seams (film).*

Introdução

A reflexão aqui proposta interessa-se pelo diálogo entre a voz-over, o *found footage* e o filme-ensaio como forma de ampliar a nossa compreensão do procedimento de montagem em obras que se valham parcialmente ou em sua totalidade de materiais de arquivo. À luz de *Seams* (Karim Ainouz, 1993), objetiva-se investigar o papel operado pela montagem ao colocar esses três elementos em diálogo.

Seams é um filme-ensaio em curta-metragem que, a partir de uma perspectiva subjetiva, reflete sobre a problemática da opressão feminina no contexto brasileiro. Conduzida por uma voz over masculina e analítica, a narrativa mescla entrevistas, com sequências encenadas e uma ampla variedade de imagens de arquivo, fazendo uso da técnica de *found footage*. Sendo assim, enquanto o filme se propõe a realizar um retrato afetivo (e das afetividades) da avó do diretor e suas quatro irmãs, simultaneamente traz à tona uma reflexão que transcende o universo do sujeito enunciatador e alcança o mundo social: o machismo na sociedade brasileira.

Por essa perspectiva, o problema de pesquisa a que nos dedicamos questiona, à luz de *Seams*, como a voz-over, o *found footage* e o filme-ensaio são colocados em relação, bem como se comportam enquanto práticas criativas autônomas, em obras que reutilizem imagens de arquivo.

Partimos da hipótese de que a aproximação entre esses elementos se dá, sobretudo, por meio do procedimento de montagem, encontrando-se frequentemente conectado com a noção de *collage*, “uma técnica criativa que é também um método crítico” (WEES, 1993, p. 52, tradução nossa). Por ser “regido pelos princípios de descentralização e dispersão, o *collage* ‘está dominado por múltiplas posições de observação: cada fragmento é móvel e aberto à interação com uma multidão de contextos semânticos, simbólicos, estéticos etc.’” (ELENA, 2009, p. 217, tradução nossa). Por meio das práticas coincidentes da voz-over, do *found footage* e do filme-ensaio, as imagens de arquivo parecem assumir

um caráter de fragmento que permite sua articulação por meio da montagem compreendida como *collage*.

Isso porque partimos da compreensão de que o *collage* pode ser percebido como um procedimento compositivo em que a montagem “transcende sua dimensão puramente técnica de justaposição de planos para alcançar uma dimensão estética que pressupõe uma vontade evidente de enfatizar a heterogeneidade dos materiais utilizados, de fazê-los entrar em conflito, de estabelecer entre eles uma relação dialética” (VAQUERO; LÓPEZ, 2009, p. 26, tradução nossa). Ou seja, embora reconheçamos que toda montagem pressuponha certa dimensão estética, em geral ela busca mais invisibilizar que realçar as conexões entre os planos. O *collage*, como veremos, irá na contramão disso.

Interessados em compreender os procedimentos de montagem em *Seams* a partir desses três elementos – a reflexão em torno da técnica de *found footage*; a discussão acerca da voz-over; e o estudo sobre a forma e as características do filme-ensaio – analisaremos a obra por meio de uma investigação formal e analítica de determinadas sequências do filme, precedida de uma decupagem. A partir disso, pretendemos verificar como a montagem, compreendida pela perspectiva do *collage*, põe tais elementos em relação e contribui para a construção discursiva do filme.

Pretendemos em um primeiro instante refletir sobre o *collage* enquanto um dos tipos de montagem para filmes de *found footage*. Logo em seguida, desejamos perceber o uso da voz-over como um procedimento de montagem, por meio da exploração do conceito de voz metacrítica. Com esse plano de fundo em vista, partiremos para uma compreensão de *Seams* enquanto filme-ensaio, construído por meio do comentário verbal e da montagem compreendida como *collage*.

Do *found footage* ao *collage*

Imagens de arquivo em preto e branco. Plano 1: homem saindo de uma mata. Plano 2: em plano americano, um homem de costas com uma

espingarda e uma peixeira nas costas. Plano 3: o homem atira em um jacaré, que cai na água de um lago a sua frente.

Figura 1 – *Frames* do filme *Seams*



Fonte: Reprodução

Plano 4: homem posa para a câmera orgulhoso, agachado e segurando a arma com o jacaré morto diante de si. Plano 5: fotografia antiga profissional, que reúne sete homens, todos usam traje social e bigodes. Plano 6: dois homens cortam um tronco de árvore a machadadas.

Figura 2 – *Frames* do filme *Seams*



Fonte: Reprodução

Plano 7: homem quebra toco no chão com machado. Plano 8: panorâmica ágil da direita para esquerda de homem cavalgando e tentando laçar um bezerro, que corre a sua frente. Plano 9: três homens com armas a postos, um deles atira em um jacaré a sua frente.

Figura 3 – *Frames* do filme *Seams*



Fonte: Reprodução

Plano 10: jarros de cerâmica sobre uma mesa em *fast motion*, as flores tremulam. Plano 11: menino de uns dois anos se apoia em grades de ferro, se coloca de pé, se vira e aponta para a câmera. Plano 12: avião de pequeno porte taxiando.

Figura 4 – *Frames* do filme *Seams*



Fonte: Reprodução

Plano 13: garoto de uns 10 anos toma banho nu em uma torneira grande, no quintal. Plano 14: plano geral do avião decolando.

Figura 5 – *Frames* do filme *Seams*



Fonte: Reprodução

Seams faz amplo uso da técnica de *found footage*, aqui compreendida como procedimento que garante aos realizadores valerem-se da “mídia de massa com seu infinito suprimento de imagens esperando para serem arrancadas de seu contexto e reinseridas em filmes de *collage*, onde serão reconhecidas como fragmentos que ainda carregam as marcas de sua realidade midiática” (WEES, 1993, p. 46, tradução nossa). Nesse exercício de reapropriação, as imagens roubadas – aquelas que foram extraídas de seu lugar de origem –, apesar de não abandonarem por completo os contextos semânticos em que foram geradas, permitem-se empenhar outros papéis e geralmente ganham novos sentidos. Ou seja, de forma sintética, o *found footage* é o nome da técnica cinematográfica que se vale de materiais alheios, produzidos originalmente com outras finalidades.

William Wees (1993) propõe uma distinção entre três tipos de montagem *found footage*: compilação, *collage* e apropriação. Com isso, o autor sugere que as diferentes metodologias de usar a técnica de *found footage* se relacionam diretamente com distintos paradigmas da prática artística. Embora a categorização proposta pelo autor corra o risco de ser reducionista, parece-nos um importante ponto de partida por indicar as metodologias predominantes na construção de filmes feitos parcialmente ou em sua totalidade com materiais de arquivo. A partir de Wees, compreendemos que:

1. com a metodologia de compilação, o *found footage* estaria em busca de materiais de arquivo com forte caráter factual, capazes de se associar à realidade e induzir uma leitura documentarizante² como em filmes documentários convencionais, amparados por uma tendência estética realista.
2. com a metodologia de *collage*, o *found footage* manteria os arquivos menos pelo seu caráter de documento, do que pelas possibilidades criativas instauradas pela sua compreensão enquanto imagem,

2 Para mais informações sobre os modos de leitura, sugerimos a leitura de “A questão do público: uma abordagem semiopragmática”, de Roger Odin.

levando a uma leitura estética, como nos filmes de vanguarda, apoiados por uma tendência estética moderna.

3. com a metodologia de apropriação, o *found footage* manusearia as imagens de arquivo por sua condição de simulacro, por sua capacidade de falsamente imitar a realidade, direcionando a uma leitura artística somente, como em clipes musicais, sustentados por uma tendência estética pós-moderna.

A partir do exposto, fica evidente que o *collage* diferencia-se da montagem tradicional por se tratar de uma das três metodologias específicas de montagem para filmes realizados por meio da técnica de *found footage*. Wees defende que a metodologia de *collage* “possui o melhor potencial para criticar, desafiar, e possivelmente subverter o poder das imagens produzidas, e distribuídas, por meio da mídia corporativa” (WEES, 1993, p. 33, tradução nossa).

Acredita-se que todas as imagens em preto e branco de *Seams*, rodadas na década de 1930, são parte da coleção *Ford Motor Company*, incorporada pelo Arquivo Nacional americano em 1963 (MACHADO; BLANK, 2015). A intenção original das imagens, portanto, era fazer publicidade de Henry Ford e sua companhia no contexto do frustrado projeto de desenvolvimento da cidade de Fordlândia, uma *company town* no Pará, às margens do Rio Tapajós, então construída para explorar a borracha das seringueiras.

Ora, se se tratam de imagens publicitárias vinculadas à imagem institucional de uma empresa multinacional, em seu contexto original a maioria dos planos descritos acima enaltecia a figura do homem enquanto desbravador. A imagem viril de um homem capaz de explorar percursos inóspitos dentro das matas, lidar com animais ferozes e proteger-se deles, extrair recursos naturais das árvores, manejar armas de fogo com segurança e domesticar animais do campo. No entanto, Karim parece fazer uso da metodologia de *collage* do *found footage*, o que subverte os sentidos planteados originalmente e promove uma postura crítica e analítica em relação às imagens e seus usos.

Ainda que desconsideremos o primordial papel operado pela voz-over nesse momento; é perceptível que ao aglutinar em uma montagem dinâmica, com planos curtos e cortes secos, signos visuais que remetam à violência naturalizada empreendida por uma série de homens, o *collage* empreende uma crítica ao machismo brasileiro. Isso se reafirma quando o contraste é gerado com os planos 11 e 13, em que meninos – lidos como “projetos de homens” – tentam se colocar de pé ou cuidar de si com liberdade em um ambiente que os oprime. A metodologia do *collage* no *found footage* reafirma o caráter da montagem enquanto operação violenta, utilizando-se disso em seu próprio favor.

Partimos do pressuposto de que a essência do cinema tem suas bases fincadas na fragmentação e heterogeneidade. A montagem é, portanto, ferramenta primordial para organizar a descontinuidade da qual partem as narrativas cinematográficas. No entanto, “precisamente a tradição da montagem consistiu em disfarçar a violência de sua própria operação, para oferecer uma aparência sem fissuras de continuidade (...)”. A montagem aos poucos se tornou invisível. “Assim se desenvolveram os códigos da montagem tradicional que funcionam em um sentido *oposto* ao *collage*: podemos caracterizá-los nesse sentido como uma intenção de *dissimular o contorno* e ocultar a disparidade de elementos” (WEINRICHTER, 2009, p. 54, tradução nossa). Ao dissimular o contorno dos planos, a violência da operação de montagem é aparentemente reduzida em favor de uma recepção acrítica e submissa por parte do espectador. O *collage* assumirá o sentido oposto desse movimento.

Portanto, os filmes de *collage* desmontam e/ou remontam seus materiais de arquivo, de forma a dificultar uma recepção das imagens tanto enquanto provas da realidade (como previsto pelo filme de compilação³) bem como enquanto imagens que não possuem qualquer relação com

3 Na esteira de Wees (1993), compreendemos o filme de compilação enquanto um produto realizado por meio da técnica de *found footage*, com montagem por meio da metodologia de compilação. Ou seja, o que interessa ao filme de compilação é a pesquisa e o ordenamento de materiais de arquivo com eminente valor documental. Em geral, documentários históricos que manejem uma quantidade expressiva de materiais de arquivo enquanto provas discursivas poderiam ser considerados filmes de compilação.

realidade (como previsto pelo filme de apropriação⁴). Nos filmes-ensaio que se valem do *collage* “existe um questionamento, ou ceticismo, constante acerca do significado das imagens de arquivo” (ARTHUR, 2008, p. 171), em geral materializado por uma voz-over analítica e crítica.

Voz-over metacrítica e collage

Imagens de arquivo em preto e branco. Plano 1: um jovem casal percorre uma estrada em um carro conversível. Plano 2: em um plano mais próximo, eles se entreolham sorridentes, enquanto o homem dirige. Plano 3: as ondas do mar tocam os pés de uma menina deitada de bruços na beira do mar, recostada sobre os cotovelos e olhando para a câmera.

Figura 6 – *Frames* do filme *Seams*



Fonte: Reprodução

Plano 4: em uma lenta panorâmica da esquerda para a direita, a câmera revela mulheres de várias idades sentadas em uma arquibancada. Uma delas segura um guarda-chuva. Plano 5: um homem manipula o que parece ser uma câmera antiga, em plano médio. Plano 6: um grupo de mulheres sorridentes fita a câmera.

4 Também a partir de Wees (1993), percebemos o filme de apropriação enquanto um produto realizado por meio da técnica de *found footage*, com montagem por meio da metodologia de apropriação. Isto é, ao filme de apropriação o que importa é o caráter de artifício da imagem encontrada e rearranjada pela montagem. Normalmente, videoclipes musicais que utilizem uma grande quantidade de materiais de arquivo, enquanto figuras sensoriais desconectadas de seu contexto semântico original, poderiam ser compreendidos enquanto filmes de apropriação.

Figura 7 – *Frames* do filme *Seams*

Fonte: Reprodução

Plano 7: três mulheres de braços dados caminham, exibindo seus vestidos e chapéus com penas. Plano 8: em um pequeno grupo, mulheres se cumprimentam apertando as mãos. Plano 9: duas mulheres caminham na beira da piscina até que ambas jogam um pedaço de pão na água.

Figura 8 – *Frames* do filme *Seams*

Fonte: Reprodução

Plano 10: duas mulheres dançam juntas em um salão, segurando as mãos. Plano 11: uma menina sorri, levando a mão até a boca e a retirando em seguida. Plano 12: duas adolescentes, uma ao lado da outra, sorriem e seguram flores.

Figura 9 – *Frames* do filme *Seams*

Fonte: Reprodução

Plano 13: dois homens em cima de um palanque. Plano 14: em plano geral, vemos uma aula de balé para meninas, enquanto uma freira as monitora cruzando o quadro. Plano 15: alguns meninos divertem-se sentados numa escada, enquanto um deles dá um beijo no rosto do amigo.

Figura 10 – *Frames* do filme *Seams*

Fonte: Reprodução

Em *Seams* os arquivos são usados menos pelo seu caráter de evidência histórica do que pela capacidade de gerar espaços reflexivos e de envolvimento crítico na relação criada com o comentário verbal. Os arquivos não abandonam completamente seus sentidos originais, mas também obtêm outros no novo arranjo. Enquanto vemos cada um dos planos da sequência descrita acima, ouvimos, em inglês, a seguinte narração em voz-over:

Em português, moça significa *virgin*. Menina significa *girl*. Mulher significa *woman*. Coroa significa *spinster*, mas também significa *crown*. Veado significa *deer*, que também significa *faggot*, que significa *queer*. Sapatão

significa *big shoes*, mas também significa *dyker*, que significa *queer*. No nordeste a palavra lésbica quase nunca é usada. Puta significa *whore*. É a pior coisa de que alguém pode chamar uma mulher se quiser insultá-la. Se alguém quiser insultar um homem o chama de veado, que significa *faggot*. Toda menina teme ser chamada de puta. Eu temi a palavra veado desde que eu era pequeno. (*Seams*, Karim Ainouz, 1993, tradução nossa)

Sendo assim, a voz-over – compreendida enquanto uma voz extradiegética pertencente ao sujeito narrador – se permite atuar de forma irônica, que também significa sarcástica, que significa crítica. A narração propõe um jogo entre o explícito e o implícito, de forma que aquilo que se diz não é necessariamente o que se deseja significar por completo. Essa capacidade discursiva é fruto de uma cuidadosa investigação dos sentidos impregnados tanto pelos signos visuais, que constroem aquilo que socialmente compreende-se por masculinidades e feminilidades aceitáveis nos materiais de arquivo, quanto pelos vocábulos que têm seus múltiplos significados dissecadas pelo narrador, sobrepostos às imagens com a intenção de gerar colisões que subvertam seus sentidos originais.

Portanto, por um lado temos que a técnica de *found footage*, ao incorporar material filmado previamente em novas obras, “investiga criticamente a história por trás da imagem, incorporada discursivamente em sua história de produção, circulação e consumo” (ZRYD, 2003, p. 42, tradução nossa). Ou seja, para Zryd é uma forma meta-histórica que critica os padrões narrativos por trás da história. Por outro lado, o uso da voz-over garante ao realizador a possibilidade de “comentar a partir de um distanciamento crítico, analisar e interpretar os recursos visuais” (RASCAROLI, 2009, p. 52, tradução nossa). Dessa maneira, a voz-over comporta-se como canal privilegiado para que um (re)exame preciso das imagens de arquivo empregadas seja realizado.

O plano 15 da sequência descrita é acompanhada da narração: “Eu temi a palavra veado desde que eu era pequeno”. Considerando a fonte das imagens, a intenção original do plano 15 também era fazer publicidade de Henry Ford e sua companhia. Ao retirar o plano de seu contexto original e reintegrá-lo em um novo contexto semântico, por meio da

técnica de *found footage*, Karim nos impede de vincular tal imagem aos seus propósitos publicitários originais.

Descontextualizado, o plano assemelha-se a um registro doméstico, em que podemos imaginar um pai filmando seu filho cercado pelos amigos, sentados na escadaria da escola. O dispositivo da câmera impulsiona o beijo entre dois meninos: como um jogo, como algo que não pudesse ser feito, como algo que “prejudicasse” a imagem daquele que é beijado. Ao reciclar esse plano, Karim parece empreender, portanto, uma crítica à maneira como as imagens publicitárias materializam as demonstrações de afeto entre dois meninos. *Found footage*. Crítica.

Simultaneamente, ouvimos uma voz jovial masculina dizer: “Eu temi a palavra veado desde que eu era pequeno”. A voz-over assemelha debruçar-se sobre a imagem que temos diante de nossos olhos para revê-la, reexaminá-la, reavaliá-la. A conclusão a que o realizador chega é compartilhada conosco por meio do comentário verbal. Desse exercício fica evidente ao sujeito enunciador que não caberia qualquer demonstração de afeto entre dois meninos, a não ser que ela estivesse coberta pela lógica do jogo e do improvável. Sobretudo se algum deles imaginasse sentir-se atraído sexualmente pelo mesmo sexo, como parece ser o caso do sujeito que narra o filme. *Voz-over metacrítica*. Crítica da crítica.

Nesse contexto, a *performance* da crítica de uma crítica – comentário verbal da voz-over que examina os arquivos visuais do *found footage*, que depreciam os padrões discursivos dos *mass media* – garante a concepção da voz-over metacrítica (RASCAROLI, 2009). “Essa distância crítica frequentemente se assemelha ao posicionamento do cineasta no texto fílmico, que se afasta de trás da câmera, de sua função criativa, e se torna um metacrítico – das imagens, da sociedade que as produz, de seu próprio texto e de seu papel nisso” (RASCAROLI, 2009, p. 52, tradução nossa).

Dessa maneira, a voz-over metacrítica ensaística analisa “metodicamente sem método” (ADORNO, 2003, p. 30) as estruturas de sentido que sustentam o discurso visual das imagens de arquivo do filme de

found footage. Isto é, pela perspectiva adorniana: por um lado, o ensaio deve desafiar a prioridade do método enquanto a essência do pensamento; por outro, o ensaio não deve abrir mão de procedimentos analíticos precisos e intrínsecos à leitura empreendida junto ao objeto analisado, permitindo-se ser fecundado por ele.

Sendo assim, os realizadores, “ao sobrepor um comentário, distanciam-se das imagens e as examinam, quase ‘encontrando’ e apresentando-as de novo, como objetos pré-existent” (RASCAROLI, 2009, p. 52, tradução nossa). Logo, a voz-over metacrítica apresenta-se a nós enquanto um mecanismo de montagem essencialmente. Mecanismo capaz de investigar as imagens por meio de procedimentos peculiares que, embora não se pautem por um método específico, se valem de uma experiência singular e analítica dos cineastas com as próprias imagens. As quais orientam a maneira como o pensamento crítico se comporta e se materializa por meio da voz.

Seams: collage e filme-ensaio

Imagens de arquivo em preto e branco. Plano 1: câmera subjetiva de um teleférico que se aproxima da estação. Plano 2: câmera subjetiva de um helicóptero, em plano zenital, de um homem que se segura em sua escada enquanto a aeronave voa. Plano 3: uma menina dá cambalhota estrelinha.

Figura 11 – *Frames* do filme *Seams*



Fonte: Reprodução

Plano 4: uma menina dá cambalhota estrelinha (repetição do plano 3). Plano 5: mulheres, de longos vestidos brancos e chapéus, correndo entre arbustos em direção à câmera. Plano 6: as mesmas mulheres pulam uma cerca e correm.

Figura 12 – *Frames* do filme *Seams*



Fonte: Reprodução

Plano 7: crianças de uns 10 anos “brincam” em uma escada; um dos meninos levanta a saia de uma garota que tenta impedir e corre envergonhada em seguida; enquanto corre, ela leva um tapa na bunda de outro garoto. Plano 8: câmera subjetiva de um trem em movimento registra o caminho à sua frente. Plano 9: outro plano de câmera subjetiva de um trem em movimento que registra o caminho à sua frente.

Figura 13 – *Frames* do filme *Seams*



Fonte: Reprodução

Plano 10: menino de uns 3 anos, vestido como um príncipe com capa, manda um beijo para alguém que está fora de quadro; a ação se repete mais uma vez. Plano 11: dois homens bailam dança de salão juntos. Plano 12: explosão.

Figura 14 – *Frames* do filme *Seams*

Fonte: Reprodução

Enquanto vemos os planos descritos acima, ouvimos:

Meu pesadelo: Zélia olha para mim e pergunta: “Você já tem 26 anos. Você não tem uma namorada?”. Primeiro eu me inclino para a frente, olho para ela e digo: “Eu não consigo te ouvir”. Quando ela pergunta pela segunda vez, eu respondo: “Não, não tenho. Não exatamente!”. Eu também digo: “A vida é tão complicada”. (*Seams*, Karim Aïnouz, 1993, tradução nossa).

Enquanto filme-ensaio, *Seams* ocupa o “espaço compreendido entre a elucubração subjetiva e a história social” (ARTHUR, 2008, p. 171, tradução nossa). O curta-metragem apresenta uma reflexão crítica e pessoal sobre um conjunto de questões que giram em torno do machismo na sociedade brasileira. Essa reflexão não se propõe “anônima ou coletiva”, mas como proveniente de um discurso autoral, materializado na voz-over metacrítica do sujeito narrador, que “aborda a questão do assunto não para apresentar um ostensivo relatório factual (o campo do documentário tradicional), mas para oferecer uma reflexão abertamente pessoal, profunda e instigante” (RASCAROLI, 2009, p. 33, tradução nossa). Nessa perspectiva, enquanto filme-ensaio construído por meio do *collage*, “o *found footage* desempenhou um papel decisivo em seu desenvolvimento, uma vez que proporcionou uma plataforma visual com a qual estabelecer conexões discursivas entre eventos que, em princípio, parecem díspares” (ARTHUR, 2008, p. 171, tradução nossa).

Karim parte de seu universo pessoal e da experiência subjetiva das tias-avós para fazer um retrato delas e de suas relações afetivas, marcadas

pelo servilismo e pelo abandono dos homens que passaram por suas vidas. Embora tenha crescido rodeado por mulheres, o ambiente em que viveu foi marcado pelo machismo e pela opressão. Em um ambiente com tais características, não há espaço para outros tipos de masculinidade, que não a do homem que naturalmente cresce como “macho”.

A metodologia do *collage* proveniente do *found footage* deixa isso evidente, ao contrastar elementos desiguais. Não há espaço para meninos como o do plano 10 da sequência descrita: que sejam príncipes, delicados e afetuosos, características destinadas somente às meninas. Muito menos para homens que dançam juntos, envolvendo com os braços uns a cintura dos outros, como no plano 11. Parece haver espaço somente para aqueles meninos que, desde a infância, lidem com o sexo oposto enquanto um corpo submisso, ainda que pela lógica da “brincadeira”, como vimos no plano 7, em que a menina é constrangida. Para sobreviver em um ambiente como esse, só resta ao homem *gay* a negação da própria afetividade. E os homens dançam, enquanto o narrador nega: “Não, não tenho [namorada]. Não exatamente!”. Mas o desejo talvez seja de explodir (a si próprio ou a esse universo), como representado pelo plano 12.

Ao alcançar a estética ensaística do cinema, por meio do *collage* e da voz-over, *Seams* opera um trânsito reflexivo entre a homossexualidade declarada do realizador, em relação ao seu universo afetivo familiar, e o mundo social, onde há possibilidade de identificação e diálogo com espectadores igualmente oprimidos, em um largo espectro. Por meio do *collage* as imagens de Fordlândia são libertas “da lógica da propaganda e do capitalismo industrial” e “apresentadas a partir de uma perspectiva íntima que nada tem a ver com seu contexto de produção e, dessa forma, ganham uma dimensão poética e política” (MACHADO; BLANK, 2015, p. 89). Por meio da voz-over a reflexão crítica ganha corpo por meio da possibilidade de voltar a ver e a examinar as imagens empregadas, bem como das colisões entre a banda sonora e imagética, que não dissimulam os contornos entre esses sons e imagens.

É tentador citar a utilização de *found footage* e *collage* como endêmica para o ensaio, dado o grande número de filmes que contam com justaposições de imagens de arquivo e comentários verbais no tempo presente. No entanto, se ensaios não são invariavelmente heterogêneos em materiais, suas relações segmentares e de som-imagem tendem a implicar colisão ou crítica dialética. (ARTHUR, 2003, p. 59, tradução nossa)

A crítica discursiva do filme-ensaio de *collage* é amparada pela contraposição e contradição tanto dos materiais heterogêneos utilizados quanto da disjunção imagético-sonora reforçada pelo comentário em voz-over. Ao tratar da relação do *collage* com o filme-ensaio, Vaquero e López apontam que nesse contexto as imagens são tratadas pelo seu caráter residual, a partir do qual “é possível encontrar rastros dos usos que se deram no passado, postos em evidência e questionados a partir do presente”. A intenção do *collage*, portanto, “é remarcar as bordas, mostrar de onde podem proceder as imagens, assim como surpreender o espectador com novas posições que aportem sentidos inéditos, relativizando assim a função e posição da imagem na sociedade atual (frente ao taxativo do discurso dominante)” (VAQUERO; LÓPEZ, 2009, p. 29). Se o *collage* no filme-ensaio permite essa reciclagem das imagens de *found footage* do passado, o comentário em voz-over permite essencialmente a recontextualização e crítica dessas imagens no tempo presente.

Considerações finais

Pelo caminho delineado até aqui pensamos ter evidenciado que a aproximação entre a voz-over, o *found footage* e o filme-ensaio se dá, sobretudo, por meio do procedimento de montagem compreendido como *collage*, em obras que reciclem imagens de arquivo. Além disso, entendemos que, enquanto práticas criativas autônomas: 1) o *collage* pode ser compreendido enquanto metodologia de montagem da técnica de *found footage*; 2) a voz-over metacrítica performa uma crítica da crítica ao reexaminar as imagens de arquivo reutilizadas; 3) o filme-ensaio de *collage* apoia sua reflexão crítica simultaneamente no contraste das

imagens de *found footage* coletadas e na divisão entre som-imagem, reforçada pela presença da narração.

Sendo assim, o *collage* é o responsável não apenas por colocar em relação criativa a voz-over, o *found footage* e o filme-ensaio, mas por garantir que esses elementos potencializem seus papéis narrativos diante da construção textual discursiva e crítica pretendida pela obra, ao contrastar imagens de arquivos em sua heterogeneidade. Imagens tratadas pelo filme-ensaio pela perspectiva de uma “estética do fragmento” (ALMEIDA, 2017), que as percebe tão somente como imagens residuais de outro tempo, marcadas pelo contexto semântico em que foram criadas, porém livres para criticar sua circunstância original de produção e consumo, e gerar novos sentidos em outros contextos.

Referências

- ADORNO, T. O ensaio como forma. In: *Notas de literatura I*. São Paulo: Duas Cidades; Ed. 34, 2003.
- ALMEIDA, R. Entre a chegada e a partida: reciclagens do cinema doméstico no filme-ensaio. *Matrizes*, v. 11, n. 2, p. 271-286, 31 ago. 2017.
- ARTHUR, P. En busca de los archivos perdidos. *Archivos de la Filmoteca*, Valencia, España, feb, 2008.
- ARTHUR, P. Essay questions: from Alain Resnais to Michael Moore. *Film Comment*, v. 39, n. 1, jan. 2003.
- ELENA, A. Una estética del collage: documental, ensayo y vanguardia. In: VAQUERO, L. G.; LÓPEZ, S. G. (Org.). *Piedra, papel y tijera: el collage en el cine documental*. Madri: Ocho y medio libros de cine, 2009.
- MACHADO, P.; BLANK, T. A outra vida das imagens: elaborando memórias de um Brasil invisível. *Devires*, Belo Horizonte, v. 12, n. 2, p. 68-93, jul.-dez. 2015.
- ODIN, R. A questão do público: uma abordagem semiopragmática. In: RAMOS, F. (Org.). *Teoria contemporânea do cinema, volume II: documentário e narrativa ficcional*. São Paulo: Senac, 2005.
- RASCAROLI, L. *The personal camera: subjective cinema and the essay film*. New York: Wallflower Press, 2009.
- VAQUERO, L. G.; LÓPEZ, S. G. Introducción. In: VAQUERO, L. G.; LÓPEZ, S. G. (Org.). *Piedra, papel y tijera: el collage en el cine documental*. Madri: Ocho y Medio Libros de Cine, 2009.
- WEES, W. C. *Recycled images: the art and politics of found footage film*. Anthology Film Archives, Nueva York, 1993.

WEINRICHTER, A. Notas sobre collage y cine. In: VAQUERO, L. G.; LÓPEZ, S. G. (Org.). *Piedra, papel y tijera: el collage en el cine documental*. Madri: Ocho y Medio Libros de Cine, 2009.

ZRYD, M. Found Footage Film as Discursive Metahistory: Craig Baldwin's Tribulation 99. *The Moving Image*, Volume 3, Number 2, Fall, 2003.

Sobre o autor

Rafael de Almeida – Doutor em Multimeios pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Professor do curso de Cinema e Audiovisual da Universidade Estadual de Goiás (UEG).

Data de submissão: 09/11/2018

Data de aceite: 28/10/2019

As relações entre horror e racismo no filme *Corra!*

The relation between horror and racism in the movie “Get Out”

Ana Maria Acker¹

Deivison Moacir Cezar de Campos²

Resumo: O artigo discute como o filme *Corra!*, de Jordan Peele, apresenta experiências sensíveis do horror e do racismo nas sociedades contemporâneas. O conceito de horror é entendido a partir de Eugene Thacker (2011 e 2015), para quem a fruição com o gênero se dá no ato de pensar sobre um mundo impensável, não humano e desconhecido. Considerado o outro na sociedade Ocidental, a condição de ser negro, categoria criada durante o processo de escravização e colonização para a desumanização dos africanos (GILROY, 2007), atende a essa definição do gênero. O ser negro causa horror em quem ignora a condição humana, ao mesmo tempo que é afetado em sua humanidade pelo racismo. O texto promove o encontro de duas pesquisas que investigam as características das possíveis experiências estéticas do horror na contemporaneidade: pensando o fenômeno para além do medo (ACKER, 2018) com a que propõe uma crítica ao racismo estrutural a partir do midiático (CAMPOS, 2018).

Palavras-chave: horror; racismo; experiência estética.

Abstract: This article discusses how the movie “Get Out”, directed by Jordan Peele, introduces sensitive experiences about horror and racism in contemporary societies. The concept of horror its understood through Eugene Thacker, for whom the genre fruition occurs by the thinking in an unthinkable world, non-human and unknown. Considered as the other in the Western society, the condition of being black, category created during the slavery and colonization process for the

1 Universidade Luterana do Brasil (ULBRA). Canoas, RS, Brasil.
<https://orcid.org/0000-0003-0689-7587>. E-mail: ana_acker@yahoo.com.br

2 Universidade Luterana do Brasil (ULBRA). Canoas, RS, Brasil.
<https://orcid.org/0000-0001-9928-9825>. E-mail: deivisondecampos@gmail.com

dehumanization of Africans (GILROY, 2007), answers this genre definition. The act of being black provokes horror in whom ignores the human condition, at the same time its affected in their humanity by the racism. This essay promotes the encounter between two researches that investigates the characteristics of aesthetics experiences of horror in the contemporaneity: thinking the phenomenon beyond fear (ACKER, 2018) with that one proposes a criticism to structural racism in the media (CAMPOS, 2018).

Keywords: *horror; racism; aesthetics experience.*

Introdução

O horror é um gênero que circula em diversos nichos da cultura de massa: filmes, programas e seriados de televisão, jogos eletrônicos, literatura, vídeos na internet, entre outros. No audiovisual, é um fenômeno que se adaptou aos novos meios de consumo (CONRICH, 2010) diante da crise das salas de exibição. Na última década, se intensificou a produção dos *found footage* de horror, filmes que simulam documentários e são realizados por suportes diversos. Essas produções aprofundam as discussões da relação entre tecnologia e horror (ACKER, 2017), embora esses tensionamentos já ocorram no gênero há mais tempo. Diante da variedade de estilos e propostas, a crítica tem destacado certas obras³ que, além de números expressivos em bilheteria, suscitaram debates em festivais e premiações – caso de *Corra! (Get Out)*, de Jordan Peele, vencedor do Oscar de Melhor Roteiro original em 2018. Não entramos no debate sobre a tentativa de categorização dos filmes recentes, uma vez que na trajetória do gênero são comuns os períodos de crescimento de títulos e a repercussão em torno deles (HUTCHINGS, 2004).

Primeiro filme dirigido por Peele, *Corra!* gerou polêmica especialmente pela abordagem do racismo na sociedade norte-americana. Ashlee Blackwell destaca que a obra aborda o horror que pessoas não brancas sentem “em espaços que sugerem que suas cores e culturas sejam educadamente suavizadas no melhor dos casos, e inviabilizadas nos piores” (BLACKWELL, 2019, p. 124). Porém, essa não é a única leitura possível. A produção foca em, ao menos, dois caminhos para o horror a partir dos conflitos do personagem Chris (Daniel Kaluuya), que vai conhecer os pais da namorada Rose (Allison Williams) durante um final de semana e acaba lutando para salvar a própria vida.

Neste texto, o conceito de horror é entendido a partir de Eugene Thacker (2011 e 2015) para quem a fruição com o gênero se dá no ato de confrontar um mundo impensável, não humano e desconhecido.

3 Filmes como *Raw* (2016), de Julia Ducournau, *It: A Coisa* (2017), de Andy Muschietti, *Ao Cair da Noite* (2017), dirigido por Trey Edward Shults, *A Bruxa* (2016), de Robert Eggers, *Um Lugar Silencioso* (2018), de John Krasinski, e *Hereditário* (2018), de Ari Aster, podem ser citados como exemplos.

Considerado o outro na sociedade Ocidental, a condição de ser negro, categoria criada durante o processo de escravização e colonização para a desumanização dos africanos (GILROY, 2007), atende a essa definição do gênero. O ser negro produz horror em quem ignora a condição humana, ao mesmo tempo que se é afetado em sua humanidade pelo racismo. No cinema de horror norte-americano, o negro é construído pela ênfase da diferença, “marcando as pessoas negras e sua cultura como o Outro” (COLEMAN, 2019, p. 38). Por isso, é necessário identificar como Peele se insere nessa tradição.

O artigo promove, portanto, o encontro de duas pesquisas que investigam as características das possíveis experiências estéticas do horror na contemporaneidade: pensando o fenômeno para além do medo (ACKER, 2018) com a que propõe uma crítica ao racismo estrutural a partir do midiático (CAMPOS, 2018). Tal esforço se constrói por meio da metodologia de criação de ensaios audiovisuais (*video essays*) para a análise da produção de Peele.

Apontamentos sobre o negro no cinema de horror dos Estados Unidos

Robin R. Means Coleman constrói duas classificações para pensar a relação do cinema de horror e os negros nos Estados Unidos: filmes de horror “com negros” e “filmes negros” de horror. O primeiro grupo se refere às produções que possuem personagens negros, no entanto não problematizam questões sociais e culturais relativas à raça, diferente do segundo grupo, que se propõe a pensar os contextos em que os negros estão inseridos na sociedade norte-americana e como são tratados pelo viés da diferença (COLEMAN, 2019). A pesquisadora apresenta diversas produções em períodos distintos da história do cinema, confirmando a percepção de que esses dois grupos permanecem apesar das transformações em ambos. Analisar cada um desses processos foge dos objetivos propostos por este artigo, portanto citamos exemplos que ajudaram a

cristalizar determinadas características do horror e sua conexão com o racismo.

Mesmo não sendo um filme de horror, *O Nascimento de uma Nação* (2015), de D. W. Griffith, ajudou a moldar a narrativa e a estética do cinema clássico. Mesmo assim, o apuro técnico não minimiza os problemas que a trama traz ao contar a história de duas famílias durante a Guerra Civil. O grupo racista Ku Klux Klan aparece para julgar e condenar negros. Aliás, os perseguidos são representados no filme por atores brancos com pintura *blackface* (COLEMAN, 2019). Um dos personagens da trama é acusado de tentativa de abuso contra uma menina branca, como salienta Coleman: “O filme foi feito numa época em que o mero olhar de um homem negro na direção de uma mulher branca (‘olho do estupro’) resultava em um linchamento” (COLEMAN, 2019, p. 68). Tal desconfiança da relação entre um homem negro com uma mulher branca é retomada por Peele em *Corral!*, como abordamos neste texto.

A ideia do Outro como praticamente um monstro é retomada em muitos filmes – em *King Kong* (1932), nativos são mostrados como selvagens fanáticos. O descontrole em rituais aparece, principalmente, em produções que representam o vodu haitiano. Entretanto, essa prática religiosa é associada pelo cinema ao zumbi e, conforme Coleman, há um motivo consistente para isso: “Foi o impacto do Haiti na branquitude que gerou o horror” (COLEMAN, 2019, 108), pois o país caribenho aboliu a escravidão em 1794 após a Revolução Haitiana, liderada por Toussaint L’Ouverture, um líder praticante de vodu. Logo, o vodu passou a ser representado no cinema como algo mau, uma forma de estigmatizar o povo haitiano que desafiava o colonizador (COLEMAN, 2019).

O monstro zumbi foi usado inúmeras vezes para se pensar as relações humanas com a diferença, classe e gênero, conforme podemos identificar no clássico de George Romero *A noite dos mortos-vivos* (1968). Durante um ataque de zumbis, um homem negro, Ben (Duane Jones), toma a iniciativa e organiza a defesa de um grupo de pessoas em uma casa abandonada, todavia o protagonista tem um fim trágico: é

assassinado pelos policiais da cidade que o julgam como uma ameaça zumbi. Romero afirmou, inúmeras vezes, que não escolheu Jones para o papel por ele ser negro, mas o debate está no filme, fomentou diversas sequências, e faz da obra de Romero um exemplo de “filme negro” de horror, como pontua Coleman:

[...] a apresentação de Ben foi inovadora, diferente e importante, apenas pela novidade de seu encontro e tratamento dos brancos. Não havia desejo pela mulher branca ou submissão e vacilo. Ainda assim, *Noite* era um filme pessimista em todos os níveis. *Noite* se tornou um lembrete ficcional da assertiva de Norman Mailer em seu ensaio “White Negro”, de 1957, no qual ele afirma que: “qualquer negro que deseje viver precisa viver com o perigo desde o seu primeiro dia, e nenhuma experiência pode ser casual para ele, nenhum negro pode perambular por uma rua com a certeza e que nenhum tipo de violência irá acometê-lo em sua caminhada [...]”. (COLEMAN, 2019, p. 201)

A construção do personagem Ben abriu caminho no mercado para outras produções. Os anos 1960 e 1970 foram importantes para o gênero horror como um todo e a Blaxploitation também se interessava por narrativas do medo:

As condições econômicas sob as quais os filmes negros eram feitos fizeram surgir o termo “blaxploitation” – uma união entre os conceitos da palavra negro em inglês (*black*) e “exploração” –, que é usado para definir filmes negros da década, fossem de terror ou não. Blaxploitation descreve uma era de lançamentos de filmes negros que frequentemente se inspiravam nas ideologias do movimento Black Power enquanto apresentavam temas como empoderamento, autossuficiência (ainda que nem sempre pelos meios legais) e tomada de consciência. (COLEMAN, 2019, p. 207)

Deste período, destacam-se títulos como *Blácula: o vampiro negro* (1972), *Blackenstein* (1973), *Abby* (1974), *Monstro sem alma* (1976), entre outros. Todavia, esse processo de representatividade não se tornou contínuo na indústria, pois na década seguinte – os anos 1980 – o conservadorismo avançou em Hollywood e nos filmes de horror, trazendo os matadores dos *slashers* aos subúrbios norte-americanos: “Esses monstros

brancos tinham o objetivo particular de punir aqueles mais próximos: famílias brancas e não urbanas (rurais ou suburbanas). Os pais brancos eram julgados por não cuidarem de suas crianças [...]” (COLEMAN, 2019, p. 249). Personagens negros passam por um período de invisibilidade ou estão nos filmes apenas para serem vítimas desses monstros, terem seus corpos sacrificados em benefício de pessoas brancas, como ocorre com o cozinheiro Dick Hallorann (Scatman Crothers) de *O Iluminado* (1980) (COLEMAN, 2019).

Corra! se insere, portanto, no contexto de relações entre racismo e horror, fundamentalmente pela problematização do medo constante que os negros sentem em uma sociedade que os enxergam como o Outro, a ameaça, além da exploração de seus corpos. Podemos estabelecer, ainda, conexões entre essas formas de medo e horror com as teorias de Eugene Thacker.

Leituras do horror contemporâneo

Thacker (2011 e 2015) argumenta que a fruição com o horror se dá no ato de confrontar um mundo impensável, não humano e desconhecido. Conforme o autor norte-americano, “Enfrentar essa ideia é confrontar um limite absoluto à nossa capacidade de entender adequadamente o mundo” (THACKER, 2011, 1, tradução nossa). As experiências estéticas com um horror pós-humano, cósmico e a ausência de categorias estáveis de pensamento para lidar com esses fenômenos são o foco da trilogia *Horror of Philosophy*, de Thacker.

Talvez gêneros como o horror são interessantes não porque podemos elaborar modelos interpretativos engenhosos para eles, mas porque nos levam a questionar algumas das nossas suposições mais básicas sobre o próprio processo de produção do conhecimento, ou sobre a arrogância de viver em um mundo centrado no humano como o que habitamos atualmente (THACKER, 2015, 11, tradução nossa).

Conforme essa discussão, o horror ultrapassa o medo para problematizar o embate com o desconhecido e a consciência de um mundo sem

nós, bem como os limites do pensamento (2011). O mundo para nós (*world-for-us*) é o exterior e como nos relacionamos com ele; enquanto o mundo em si (*world-in-itself*) é a terra por ela mesma, independente da nossa existência. Já o mundo sem nós (*world-without-us*) é o confronto com o desconhecido e o não humano, elemento muito explorado pelo horror: “Como H.P. Lovecraft conhecidamente pontuou: ‘a mais antiga e mais forte emoção da existência é o medo, e o mais antigo e mais forte tipo de medo é o medo do desconhecido’” (THACKER, 2011, 9, tradução nossa). O escritor norte-americano é citado muitas vezes nos livros como fundamental para essa compreensão do fenômeno:

E nós, como seres humanos, certamente temos uma coleção de maneiras de nos relacionar com o não-humano, seja por meio da ciência, tecnologia, política ou religião. Mas o não-humano permanece, por definição, um limite; designa tanto aquilo com o que nos relacionamos quanto o que permanece para sempre inacessível para nós. Este limite é o desconhecido, e o desconhecido, como o gênero horror nos lembra, é muitas vezes uma fonte de medo ou pavor (THACKER, 2011, 26, tradução nossa).

Os universos de Lovecraft desestabilizam esses limites entre o mundo em que habitamos e aquele que nos é desconhecido. Tais experiências com o horror não são novas, entretanto identificamos uma ampliação das narrativas que exploram sensações nem sempre ligadas ao medo ou repulsa. Percebemos a preponderância da vertigem, do desconforto, de incômodos para os quais faltam características delineadas e claras. O público experimenta um terreno narrativo pantanoso, embora nem sempre seja fácil decodificá-lo. Os confrontos com o “impensável” sugerido por Thacker adquirem, portanto, constância.

Percurso metodológico

A investigação de aspectos da experiência estética com o horror no cinema e as relações destes com fenômenos culturais e sociais demandam procedimentos metodológicos que busquem problematizar a tradição hermenêutica das Ciências Humanas (GUMBRECHT, 2010). Desse

modo, intentamos a realização de ensaios audiovisuais (*video essays*) como suporte para a análise fílmica. É recorrente o argumento de que os instrumentos são construídos ao longo da pesquisa e essa necessidade se aprofunda nas reflexões acerca da dimensão sensível da experiência: “[...] o cinema possui meios de propor certas experiências estéticas em razão de seus processos maquínicos. É justamente a relação desses aparatos com criações humanas que estreita a fruição do espectador com as imagens em telas” (ACKER, 2014, p. 5). Logo, a percepção das limitações de um texto na descrição e interpretação do audiovisual é fundamental nas pesquisas que enfrentam esses desafios.

Os vídeo-ensaios (*video essays*), ou ensaios audiovisuais, se expandiram nos últimos anos com as transformações de ferramentas tecnológicas cada vez mais acessíveis. Conforme Catherine Grant (2013), o *video essay* é uma prática performativa de estudos fílmicos: “Eles usam técnicas de reenquadramento, remixagem, aplicadas em filmes e trechos de imagens em movimento” (GRANT, 2013). A partir dessa perspectiva, produzimos dois vídeos, *Corra! e os horrores do lugar submerso* e *Corra! e os horrores do racismo*⁴, que auxiliam no estudo analítico e no cruzamento com as duas leituras propostas do filme.

Corra! e os horrores do lugar submerso

Já na viagem o personagem Chris passa pelo primeiro momento tenso: atropela um veado na estrada e o animal não morre instantaneamente. A aproximação do rapaz ao animal (Figura 1) indicia um trauma de infância, que o espectador só conhecerá mais adiante.

4 Os vídeos estão disponíveis em: <https://vimeo.com/horroreestetica>. Produção e edição dos alunos de graduação Everton Ferreira Barboza e Alexia Rodriguez.

Figura 1 – O atropelamento do animal leva Chris à lembrança de um trauma.



Fonte: Reprodução ensaio audiovisual *Corra! e os horrores do lugar submerso*.

É justamente na hipnose realizada pela sogra Missy (Catherine Keener) que conhecemos a dimensão do horror que habita a memória do protagonista: a mãe de Chris morreu atropelada enquanto ele estava em casa vendo TV. Missy o acusa de não ter feito nada e a dor é insuportável para o rapaz, que reluta em lembrar. Nesse ponto do diálogo, o plano fecha lentamente no rosto do personagem, o que marca a angústia e a tentativa de fuga das imagens e ações do passado (Figura 2).

Figura 2 – A hipnose ativa memórias que Chris quer evitar.



Fonte: Reprodução ensaio audiovisual *Corra! e os horrores do lugar submerso*

Ao comentar sobre aspectos da obra de Lovecraft, Thacker argumenta que: “O horror não veio do que você viu, mas do que você não podia ver, e mesmo além disso, do que você não podia penetrar, o que não podia pensar” (THACKER, 2015, p. 13, tradução nossa). Essa é a atitude de Chris em relação à morte da mãe, uma dor tão profunda que escapa ao pensamento (Figura 2). Ashlee Blackwell (2019) argumenta que o desespero de Chris se amplia porque o mal que o cerca ataca justamente a perda da estabilidade familiar, suas referências no mundo:

Porque uma vez que pessoas negras saem da segurança de suas casas, famílias e comunidades e vão para um mundo repleto de microagressões raciais e comportamentos discriminatórios, há uma verdadeira e consciente angústia em relação à perda de identidade e extinção. Essa angústia foi incorporada em nosso DNA por meio de traumas geracionais (BLACKWELL, 2019, p. 14).

Ao penetrar no lugar submerso ordenado por Missy, o personagem perde toda e qualquer estabilidade de pensamento ou ações e despenca em um abismo que expande a memória da infância. O ritmo da imagem é mais lento e o som pontua a ambiência de devaneio e fluidez. No ensaio audiovisual, enfatizamos isso a partir da montagem e fusão de imagens do veado abatido pelo atropelamento no início do filme: Chris indefeso como o animal agonizante à beira da estrada (Figura 3). Imóvel diante de Missy, o rapaz se debate em desespero no vazio perpétuo do local em que o lançaram.

Figura 3 – Fusão da imagem de Chris com a do veado atropelado do início do filme.



Fonte: Reprodução ensaio audiovisual *Corra! e os horrores do lugar submerso*.

O lugar submerso impõe uma condição de total impotência – como um espectador, o personagem vê o mundo exterior como se fosse uma tela na qual é impossível interferir. De certa forma, essa cena remete à discussão filosófica de Thacker da experiência de um mundo sem nós (*world-without-us*), indiferente à existência de Chris enquanto ser humano que tem vida e história. Esse ambiente é onde ele passará a existir após ceder o corpo para a experiência macabra da família de Rose – mergulhado de fato no desconhecido, em uma espécie de nada perpétuo.

Ao ser capturado, Chris é informado dos procedimentos pelo homem que receberá o seu cérebro, Jim Hudson (Stephen Root): a primeira etapa foi a hipnose; a segunda é a preparação mental para o transplante do órgão mais importante do corpo humano; e a terceira constitui na realização da cirurgia. Após a mudança, o jovem não morrerá, mas viverá observando o que o corpo faz sem ter controle sobre o mesmo, uma existência sem vida. Nesta sequência destacada no ensaio audiovisual, salientamos a construção do diálogo entre Chris e Jim. Os planos e contraplanos remetem ao trauma de infância novamente, pois o ambiente ajuda a ativar no protagonista o instante em que ele soube da morte da mãe (Figuras 2 e 4).

À medida que a conversa avança, o prisioneiro da família compreende o que ocorrerá e tem *flashes* das pessoas que encontrou e que se portavam de maneira estranha, pois já haviam sido submetidas à experiência (Figura 4).

Figura 4 – Chris é informado do que acontecerá após a cirurgia.



Fonte: Reprodução ensaio audiovisual *Corra! e os horrores do lugar submerso*.

De acordo com Thacker, a vida sem ser é algo comum nas tradições do horror:

“A infame pergunta ‘O que é a vida?’ parece sempre ser ocultada pela questão ‘O que é ser?’ E ainda que a própria ideia de Vida sem Ser pareça um absurdo para a filosofia... entretanto, como vimos, não é para o horror” (THACKER, 2011, 132, tradução nossa). A permanência no lugar submerso é justamente a existência de uma vida sem ser e Chris se tornará algo semelhante a um zumbi, monstro do horror reconfigurado diversas vezes para a abordagem de questões sociais e políticas no cinema, conforme discutido neste texto. A essência do rapaz irá para Jim, que almeja justamente o talento dele como fotógrafo, o olhar. A imagem final do ensaio audiovisual destaca uma fusão entre os dois rostos, pois, mesmo

que de forma limitada, Chris seguirá vivo, o que nas circunstâncias apresentadas é mais assustador do que a morte.

A denúncia do racismo pela experiência do horror em *Corra!*

O filme *Corra!* faz referência direta aos princípios estruturais do racismo Ocidental e às contradições que surgiram no contemporâneo. No filme, a relação entre o *logos* branco-Ocidental e o corpo negro-africano, construída pelas teorias racistas, é atualizada. Por isso, ao mesmo tempo que os jovens negros são caçados como os cervos, referência direta à perspectiva eugênica de infra-humanidade negra, seus corpos, ressignificados pelos esportes e pela publicidade como sobre-humanos (GILROY, 2007), são fetichizados:

As associações históricas de negritude com infra humanidade, brutalidade, crime, preguiça, fertilidade excessiva e ameaçadora, e assim por diante continuam imperturbáveis. Mas aparição de uma rica cultura visual que permite a negritude ser bela, também alimenta uma falta fundamental de confiança no poder do corpo de manter no lugar às fronteiras da diferença racial. (GILROY, 2007, p. 42)

A perspectiva adotada pelo roteiro torna-se bastante complexa, pois se trata de um homem negro, Peele, narrando como os brancos fetichizam o corpo negro. Para resolver essa dissociação entre quem conta e o que é contado, o autor se utiliza da sátira para abordar o assunto. No entanto, alguns críticos, e principalmente o Universal Studio, apontaram a produção como comédia, incluindo a categoria de indicação no Globo de Ouro. O diretor nega esta classificação, pois considera que “O tema do filme não é engraçado (...) Eu acho que o problema aqui é que o filme subverte a ideia de todos os gêneros. Chame-o do que quiser, mas o filme é uma expressão da minha experiência, das experiências de muitos negros e minorias” (COVRE, 2017).

O mundo desconhecido, marca de alguns filmes de horror, é construído em diferentes perspectivas. A mais visível é a possibilidade de

realização de um transplante de cérebro. A noção de um duplo em um corpo não é estranha à cultura afro-diaspórica e africana, no entanto, essa possibilidade está ligada ao Sagrado (ANGRAS, 2008). O outro mundo desconhecido é a possibilidade de relações desracializadas. Para construir o universo do filme, o roteirista e cineasta adota a perspectiva de que os brancos se valem para compreender o universo e os indivíduos negros. Ele projeta sua imaginação em corpos brancos para mostrar como esses pensam o corpo negro.

O começo da obra faz três indicações às diferentes formas como o racismo se manifesta historicamente e nas relações cotidianas. Na primeira cena, ocorre o sequestro de um homem negro que caminha em uma rua de um subúrbio dos Estados Unidos – relação direta à caça de escravizados em África durante o período colonial. Ele é atacado por um mascarado, colocado no porta-malas de um veículo e desaparece (Figura 5).

Cada integrante da família ocupa um papel bem claro na caça, esvaziamento e transplante para os corpos negros. Nas ações dos irmãos, Jeremy (Caleb Landry Jones) utiliza a violência e Rose, a sedução para a caçada. A mãe Missy mostra-se conciliadora e organizadora da família, mas o verdadeiro papel é o de esvaziamento do corpo. O pai, Dean (Bradley Whitford), brincalhão e interessado na cultura negra, ocupa-se de preencher o corpo vazio através do transplante de cérebro.

A cabeça do veado exposta na casa da família faz alusão à valorização da caçada e o uso da carcaça como prêmio (Figura 5). Chris e o animal são colocados frente a frente em dois momentos de quebra da narrativa. O acidente, no qual o personagem rememora o drama de infância que é explorado para sua captura; e quando ele reage à condição de submissão que lhe foi imposta.

Figura 5 – Caça aos corpos negros.



Fonte: Reprodução ensaio audiovisual *Corra! e os horrores do racismo*.

Na cena em que as personagens Chris e Rose preparam as malas para a viagem, acontece a discussão sobre a aceitação do relacionamento inter-racial pela família (Figura 6). Há uma preocupação do jovem sobre como será recebido pela família da namorada. Conforme Fanon (2008, p. 75), “Historicamente, sabemos que o negro acusado de ter dormido com uma branca era castrado”, por outro lado, tem relação com o domínio do opressor. Nos EUA, os casais inter-raciais permanecem como tabu, pois rompem com a lógica multicultural separatista da sociedade norte-americana – diferente do Brasil, por exemplo, em que as relações foram normalizadas como uma forma de branqueamento social. Como já discutido, esse aspecto do racismo está em filmes clássicos como *O Nascimento de uma Nação* e *King Kong*. O debate está posto na obra, principalmente na perspectiva da objetificação do corpo negro que atende ao desejo da personagem – a relação dela com as pessoas que captura é apenas sexual, conforme a demanda dos brancos pelo transplante.

Figura 6 – O convite para visitar os pais de Rose provoca um debate sobre casais inter-raciais nos EUA.



Fonte: Reprodução ensaio audiovisual *Corra! e os horrores do racismo*.

A terceira sequência, já na viagem para a casa dos pais de Rose, mostra uma abordagem policial. Além da batida do carro no bicho ter despertado a memória de Chris sobre o acidente que causou a morte da mãe, aponta para mais um ato de racismo cotidiano. O policial pergunta informações sobre o acidente para a mulher, mas pede os documentos do homem negro que não estava dirigindo o veículo. A namorada reage indignada, o que provoca uma tensão com o policial (Figura 7). A cena faz referência ao elevado número de mortes, ao encarceramento e à violência contra os negros, o que tem causado protestos, muitas vezes violentos, pelo território norte-americano.

Figura 7 – Rose confronta o policial depois de ele pedir os documentos para Chris mesmo sem ele estar dirigindo.



Fonte: Reprodução ensaio audiovisual *Corra! e os horrores do racismo*.

Esses três excertos inserem a produção no debate do racismo de forma teleológica e são os destaques do segundo ensaio audiovisual. A primeira sequência tem relação direta com o escravismo e a manutenção da condição infra-humana dos negros; a segunda reflete como esse imaginário se consolidou na forma de racismo estrutural e suas consequências nas relações pessoais; e, por último, como esses estereótipos – infra-humanidade, sexualização e marginalidade – são controlados socialmente. Em conjunto, os trechos analisados produzem outra camada narrativa que denuncia a condição histórica negra nos Estados Unidos, mas que se trata de um fundo comum em toda a diáspora africana.

A onipresença do veado é outro elemento a ser observado. O animal surge na viagem e causa o acidente – Chris o observa agonizando, remetendo, como referido, à lembrança do acidente da mãe que sofreu

ARTIGO

durante toda uma madrugada antes de morrer (Figura 1). Em uma conexão com a perspectiva racista da infra-humanidade negra, esse aspecto reaparece em diálogo de Dean Armitage, o pai, quando diz: “Não gosto de veados. Proliferam como ratos. Não gosto deles”.

A presença do animal surge novamente quando o protagonista já está preso no porão, sendo preparado para a cirurgia de transplante. Trata-se da cabeça de um veado exposta como troféu. Naquele momento, os dois são caça e mantidos como troféus presentes, mas encaminhados à ausência. Ironicamente, o pai será morto pelos dois. Outra relação entre caçadas e negros se estabelece com a cabeça exposta na parede do porão e o conjunto de fotografias de homens negros que Rose mantém na parede acima da cabeceira da cama.

O contato da família com os negros refere-se a um tema que tem cada vez mais atenção dos movimentos, que é a valorização da cultura negra sem a presença de negros, afinal, como diz Rose “eles são muito brancos”. Contemporaneamente, isso pode ser visto na chegada do rock ao mercado musical, por exemplo. Na cultura brasileira, tal fato tem acontecido na música e em manifestações mais tradicionais, como a capoeira de academia, a religião e o carnaval. No filme, os corpos negros são desejados desde que a mente, ou seja, a existência que habita aquele corpo, não o seja.

Os usos específicos do corpo negro (SANSONE, 2007) adquiriram marcas próprias, distinguindo-se, igualmente, da maioria das outras identidades culturais. As técnicas corporais referem-se, segundo Mauss (1974, p. 211), a como os indivíduos, mediados pela cultura, utilizam-se dos seus corpos. Dessa forma, propõe a natureza social das técnicas, principalmente, por serem aprendidas através da imitação, incutindo prestígio ao indivíduo que “torna o ato ordenado, autorizado e provado” (p. 215). O corpo transforma-se em um instrumento e a técnica um ato tradicional e eficaz, pois depende de tradição para haver transmissão. Apropriar-se desse instrumento é o desejo dos brancos no filme.

O corpo, desta forma, está no centro de toda a discussão sobre o lugar do negro nas sociedades contemporâneas proposta por Peele. No

primeiro encontro com Jeremy, ele questiona Chris sobre a prática de esportes, como MMA, e refere que com aquele “porte e mapa genético, se tivesse treinado de verdade seria um monstro”. Da mesma forma, o caseiro Walter (Marcus Henderson) passa os dias em atividades físicas, como cortar grama e lenha, e à noite corre pelo jardim (Figura 8).

Figura 8 – O fetichismo e o desejo pelo corpo negro.



Fonte: Reprodução ensaio audiovisual *Corra! e os horrores do racismo*.

A corrida faz referência diretamente às questões raciais. Além da reconhecida prevalência dos negros no atletismo, o filme nomina Jesse Owens. Em uma pesquisa realizada durante os anos 1940 por Fanon (2008), em que os entrevistados brancos comentavam aleatoriamente um conjunto de até 40 palavras propostas. Ao referir “preto” a palavra era relacionada a “biólogo, sexo, forte, esportista, potente, boxeador, Joe Louis, Jesse Owens, soldados senegaleses, selvagem, animal, diabo, pecado. A expressão infantaria senegalesa evoca os qualificativos: terrível, sanguinário, sólido, forte” (FANON, 2008, p. 144).

Esta perspectiva, no entanto, é anterior. Segundo Gilroy (2007, p. 41), O “ciclo biológico”, de acordo com os termos de Fanon ao refletir sobre o estrelato icônico de Joe Louis e Jesse Owens, teve início com a figura mítica de O negro: incrivelmente ágil e atlético (GILROY, 2007, p. 41). Essa admiração faz com que se renuncie “a técnicas mais modernas de organização da relação entre corpo e alma na alegre redução do corpo negro a sua superioridade natural, física, bioquimicamente programada” (p. 305).

O culto ao corpo do visitante aparece de forma direta durante o evento promovido pela família. Chris é apresentado a muitos dos casais que

o desejam para o transplante, cada um a partir de seus interesses. Um dos casais, os Gordon, está interessado se o rapaz joga golfe, referindo que conhecem Tiger Woods – negro, inúmeras vezes campeão da modalidade. O casal Nelson e Lisa está interessado se a sexualidade negra é realmente melhor; enquanto os Dray entendem que os brancos já foram favorecidos, mas que agora “negro está na moda”.

Os comentários ligam-se a conhecidos estereótipos racistas: corpo esportista, sexualizado e, por fim, o corpo dotado de qualidade: o desejo por habitá-lo passa pela sua aquisição, como no período escravista. O leilão é realizado como se fosse um bingo familiar. Entretanto, ninguém fala e quem oferece mais receberá o sujeito como objeto. No caso de Chris, o vencedor queria seus olhos. O fotógrafo, inicialmente pacífico e submisso aos desejos da namorada, precisa transformar-se no monstro, referido no encontro da família por Jeremy.

O personagem Rod (Lil Rel Howery), amigo de Chris, constrói outra camada narrativa, fazendo a crítica e o contraponto ao desenrolar da história, construindo um olhar a partir da perspectiva negra. Rod intui o que está acontecendo mesmo sem realmente saber o que se trata. Em uma das primeiras aparições, lembra o amigo sobre uma de suas regras: “Nunca vá na casa dos pais de uma mulher branca”. É a figura que torna verossímil o mundo desconhecido. Quando o fotógrafo conta ter se tornado o centro de atenção na festa e ter sido hipnotizado, Rod alerta: “eles podem ter te obrigado a fazer tudo que é merda. Latir como cachorro, voar por aí como se fosse um pombo. Não sei se tu sabes, branco adora ter escravo sexual”.

Apesar de fazer uma leitura sexual das consequências do transe, Rod entende que algo estranho está se passando: “eu só estou ligando os pontos. Estou aceitando o que está me contando. Acho que a mãe botou todo mundo em transe e está fodendo com todo mundo”. Tanto aceita a estranheza do que se passa que procura a polícia. O mundo inverossímil, que para ele é real, torna-se piada para os interlocutores. Esse personagem é o *alter ego* de Peele, avisando sobre os perigos de se confiar em brancos desconhecidos no contexto de racismo estrutural em que se

vive. Essa camada, mesmo não sendo a narrativa mais aparente do filme, é a que carrega a proposta do diretor, pois mostra o horror das relações raciais nas sociedades contemporâneas.

O desfecho da trama, com Chris sendo salvo por Rod, faz menção ao final de *A noite dos mortos-vivos* (1968), de George Romero. No clássico da década de 1960, o personagem negro, único sobrevivente do ataque zumbi, acaba assassinado pela polícia. Rose, em agonia, tenta usar o mecanismo racista de acusar o namorado ao ver uma sirene. Todavia, o carro que se aproxima é o do amigo segurança. Peele sinaliza, assim, que as coisas são um pouco diferentes para os negros norte-americanos que há 50 anos. A referência ao personagem Ben é uma homenagem ao legado desse filme e ao que ele representa para o “cinema negro” de horror.

Considerações finais

As experiências estéticas propostas pelo filme *Corra!* estão nas diferentes camadas narrativas apresentadas pelo filme. Utilizando-se de marcas do gênero horror, o diretor Jordan Peele levanta questões que afetam o cotidiano dos negros nos Estados Unidos, mas de maneira geral nas sociedades contemporâneas. Com isso, o filme ganha profundidade e, a partir de uma proposta de afetação, produz reconhecimento para os afro – mesmo em um suposto contexto inverossímil.

As teorias de Eugene Thacker se mostram um referencial teórico importante para a compreensão e análise sensível de um gênero que cada vez mais suscita reflexões acerca do desconhecido e tensiona múltiplas formas de estranhamento, desconforto. O filme *Corra!* oferece, a partir dessas camadas narrativas, diferentes leituras.

Este texto apresenta, portanto, dois momentos de observação que se complementam. O primeiro expõe a conexão da obra com aspectos do desconhecido e o impensável, a partir de Thacker (2011 e 2015). No segundo, há o aprofundamento do debate em torno do contexto racial que a obra de Peele problematiza.

Tais discussões demonstram o lugar do horror no cinema contemporâneo e como o gênero tem se reinventado ao longo dos anos, apesar dos percalços mercadológicos e transformações tecnológicas. Assim, a necessidade de pesquisas acerca da estética se expande e demonstra o quanto os estudos de cinema precisam encarar os gêneros em toda sua complexidade. Um filme como *Corra!* exacerba a necessidade de análises sobre as implicações sociais, culturais e políticas do horror e o modo como este gênero contribui para a reflexão e o combate ao racismo na sociedade contemporânea.

Referências

- ACKER, A. M. 2017. *O dispositivo do olhar no cinema de horror found footage*. 214 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação), PPGCOM, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.
- _____. Estudo da experiência estética no cinema: possibilidades e limites da análise fílmica. *Revista Orson*, Pelotas, n. 7, p. 66-81, 2014.
- _____. Experiências estéticas do horror no audiovisual contemporâneo. *Atas do VIII Encontro da AIM*, Aveiro, 2018.
- ANGRAS, M. *O duplo e a metamorfose*. A identidade mítica em comunidades nagô. 2. ed. Petrópolis: Ed. Vozes, 2008.
- BLACKWELL, A. Como chegamos aqui? In: COLEMAN, R. R. Means. *Horror Noire: a representação negra no cinema de terror*. Rio de Janeiro: DArkSide Books, 2019.
- CAMPOS, D. M. C. Que Bloco é Esse, Ilê Aiyê? Uma metáfora do desafio de tornar-se negro no Brasil. In: 41º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 2018. Joinville. *Anais...* Joinville: Intercom, 2018.
- COLEMAN, Robin R. Means. *Horror Noire: a representação negra no cinema de terror*. Rio de Janeiro: DArkSide Books, 2019.
- CONRICH, I. *Horror zone: The Cultural experience of contemporary horror cinema*. London: I.B Tauris, 2010.
- CORRA!. Direção: Jordan Peele. Produção: Couper Samuelson, Edward Hamm Jr., Jason Blum, Raymond Mansfield, Sean McKttrick. Intérpretes: Daniel Kaluuya, Allison Williams, Bradley Whitford, Catherine Keener, Betty Gabriel, Marcus Henderson. Roteiro: Jordan Peele. Los Angeles: Blumhouse Productions, 2017. 1 DVD, (104 min.), color.
- COVRE, G. Diretor de “Corra!” não curtiu o filme ser comédia no Globo do Ouro. *PapelPop*, São Paulo, 17 nov. 2017. Disponível em <https://www.papelpop.com/2017/11/jordan-peeel-corra-globo-de-ouro/>. Acesso em: dez. 2018.
- FANON, F. *Pele Negra, Máscaras Brancas*. Salvador: EDUFBA, 2008.

GILROY, P. *Entrecampos – Nações, culturas e o fascínio da raça*. São Paulo: Anablumme, 2007.

GRANT, C. *How long is a piece of string? On the practice, scope and value of videographic film studies and criticism*. In: AUDIOVISUAL ESSAY CONFERENCE, 2013, Frankfurt Film Museum/Goethe University, 2013.

GUMBRECHT, H. U. *Produção de presença: o que o sentido não consegue transmitir*. Rio de Janeiro: Contraponto/PUC-Rio, 2010.

_____. *Atmosfera, ambiência, Stimmung: sobre um potencial oculto da literatura*. Rio de Janeiro: Contraponto: Editora PUC Rio, 2014.

HUTCHINGS, P. *The Horror film*. London: Routledge, 2004.

KITTLER, F. *Mídias ópticas*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

MAUSS, M. *Sociologia e Antropologia*. Vol. II. São Paulo: Edusp, 1974.

SANSONE, L. *Negritude sem etnicidade: o local e o global nas relações raciais e na produção cultural negra do Brasil*; Tradução: Vera Ribeiro. Salvador: Edufba; RJ: Pallas, 2007.

THACKER, E. *In the Dust of this Planet*. [Horror of Philosophy, v. 1]. Washington, USA: Zero Books, 2011.

_____. *Starry Speculative Corpse*. [Horror of Philosophy, v. 2]. Washington, USA: Zero Books, 2015.

_____. *Tentacles Longer Than Night*. [Horror of Philosophy, v. 3]. Washington, USA: Zero Books, 2015.

Sobre os autores

Ana Maria Acker – Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS e mestre pela mesma instituição. Professora do curso de Jornalismo da Universidade Luterana do Brasil – ULBRA. É bacharel em Comunicação Social – Jornalismo e especialista em Cinema pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos. No presente artigo, a autora abordou os aspectos teóricos do horror no contexto contemporâneo, sobretudo a partir de Eugene Thacker e Robin Coleman. A concepção do primeiro ensaio audiovisual de análise (*Corra! e os horrores do lugar submerso*) e o respectivo texto também foram.

Deivison Moacir Cezar de Campos – Professor do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Luterana do Brasil – ULBRA. Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos.

No presente artigo, o autor discutiu as teorias étnico-raciais a partir do observado no filme de Peele. Autores como Fanon, Gilroy e Coleman embasaram a análise e construção pelo pesquisador do segundo ensaio audiovisual (Corra! e os horrores do racismo).

Data de submissão: 19/07/2019

Data de aceite: 12/02/2020