



CECS
centro de estudos
de comunicação
e sociedade
PUBLICAÇÃO

PRÁTICAS COMUNICATIVAS, ORGANIZAÇÕES E EDUCAÇÃO

Atas das VIII Jornadas Doutorais do CECS

Zara Pinto-Coelho, Sandra Marinho & Teresa Ruão (Eds.)

A presente publicação encontra-se disponível gratuitamente em:
www.cecs.uminho.pt

Título	Práticas Comunicativas, Organizações e Educação. Atas das VIII Jornadas Doutorais do CECS
Editoras	Zara Pinto-Coelho, Sandra Marinho & Teresa Ruão
ISBN	978-989-53435-3-9
Capa	Foto: mitchell nijman (Unsplash) Composição: Pedro Portela & Sofia Gomes
Formato	eBook, 162 páginas
Data de Publicação	2022, julho

Editora CECS – Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade
Universidade do Minho
Braga . Portugal

Coordenação Editorial Rosa Cabecinhas

Revisão Formal Sofia Salgueiro

**Formatação Gráfica
e Edição Digital** Marisa Mourão



© CECS/Autores 2022

Este trabalho está licenciado sob uma Licença Creative Commons
Atribuição 4.0 Internacional. Para ver uma cópia desta licença,
visite <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Esta publicação é financiada por por fundos nacionais através da FCT – Fundação
para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto UIDB/00736/2020
(financiamento base) e UIDP/00736/2020 (financiamento programático).

SUMÁRIO

Introdução: Práticas Comunicativas, Organizações e Educação	4
Zara Pinto-Coelho, Sandra Marinho & Teresa Ruão	
De <i>Chegada de um Trem à Estação</i> ao Leão Virtual de Chengdu: A Vertigem Tecnológica e o Aumento da Voltagem Sensorial	7
Roberto Oto Loureiro de Oliveira & Moisés de Lemos Martins	
Estudos em Podcasting: Um Panorama das Pesquisas em Publicações Periódicas Portuguesas	26
Luana Viana & Madalena Oliveira	
<i>From Outer Space</i>. O Processo de Descentralização da Música Indie Portuguesa (1991–2000)	45
Luiz Alberto Moura, Jean-Martin Rabot, Moisés de Lemos Martins & Paula Guerra	
O Conceito de Organização Virtual e a Sua Relação Com as Escolas da Comunicação Como Constitutiva da Organização: Análise de Pontos em Comum	66
Giselle Costa, Teresa Ruão & Sara Balonas	
A (Re)Organização da Comunicação Interna a Partir de Processos Participativos	90
Tatiane Rodrigues Carvalho de Oliveira & Teresa Ruão	
O Neoliberalismo e Seus Reflexos nos Discursos Organizacionais	111
Renata Calonego, Roseane Andrelo & Gisela Gonçalves	
Educação na Era da Pós-Verdade: Como Lidar Com Esta Realidade?	127
Marina Maria Soares Silva & Luís António Santos	
Educação Social de Rua Como Mudança Paradigmática em Moçambique	142
Marlene Vanessa Marques Jamal & Moisés de Lemos Martins	
Notas Biográficas dos Autores	157

ZARA PINTO-COELHO, SANDRA MARINHO & TERESA RUÃO

zara@ics.uminho.pt; marinho@ics.uminho.pt; trua@ics.uminho.pt

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Instituto de
Ciências Sociais, Universidade do Minho, Braga, Portugal

INTRODUÇÃO: PRÁTICAS COMUNICATIVAS, ORGANIZAÇÕES E EDUCAÇÃO

É com grande entusiasmo que publicamos mais um ebook dedicado às Jornadas Doutorais do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, desta feita relativo à sua oitava edição, que decorreu no Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho nos dias 13 e 14 de outubro de 2021. As jornadas contaram com a participação de 33 estudantes de doutoramento, provindos de diversos cursos de doutoramento (ciências da comunicação, estudos culturais, sociologia), da Universidade do Minho e de fora dela. Do processo editorial subsequente à submissão das comunicações para publicação, resultou o conjunto de textos que integram este ebook.

Iniciamos a coletânea com o texto “De *Chegada de um Trem à Estação* ao Leão Virtual de Chengdu: A Vertigem Tecnológica e o Aumento da Voltagem Sensorial” de Roberto Oto Loureiro de Oliveira e Moisés de Lemos Martins, que, partindo de uma análise de várias dimensões de dois objetos culturais contíguos, mas distintos, debatem a forma como “a intensidade dos estímulos sensoriais vem aumentando desde o período de aparecimento dos modernos meios de comunicação de massa até ao presente pós-moderno dos meios digitais interativos” (p. 7).

A produção académica sobre podcasting — em particular os estudos publicados em revistas científicas da área das ciências da comunicação, em Portugal — são o foco da pesquisa de Luana Viana e Madalena Oliveira. A partir da recolha e análise dos artigos científicos que têm o podcast como objeto de estudo, as autoras concluem que, nos poucos artigos

que constituem o corpus, e que traduzem uma área de investigação ainda por explorar, estão presentes “as possibilidades de redescoberta e reapropriação de narrativas que antes eram fortemente produzidas pelo rádio tradicional nas suas primeiras décadas de existência, como o drama, as histórias humanizadas e as de longa duração” (p. 41).

No texto seguinte, Luiz Alberto Moura, Jean-Martin Rabot, Moisés de Lemos Martins e Paula Guerra propõem uma leitura do processo de descentralização da música indie portuguesa no período compreendido entre 1991 e 2000, a partir de entrevistas com representantes das gravadoras estudadas e estabelecendo comparações com cenas musicais de outros países.

Segue-se um conjunto de três textos focados nas práticas comunicativas nas organizações. Com Giselle Costa, Teresa Ruão e Sara Balonas, somos conduzidos para um estudo intitulado “O Conceito de Organização Virtual e a Sua Relação Com as Escolas da Comunicação Como Constitutiva da Organização: Análise de Pontos em Comum”. A aceleração da virtualização das organizações no contexto pandémico criou novos desafios ao campo teórico da comunicação organizacional. Neste contexto, o artigo promove uma análise desse processo de virtualização a partir do princípio conceptual que vê a comunicação como constitutiva da organização e conclui que organização virtual parece ir de encontro ao modelo da organização clássica, convertendo as ferramentas tecnológicas em agentes facilitadores do processo comunicacional.

“A (Re)Organização da Comunicação Interna a Partir de Processos Participativos” é o título do texto de Tatiane Rodrigues Carvalho de Oliveira e Teresa Ruão. Tendo também como referência o ambiente organizacional transformado pela pandemia de COVID-19, as autoras sugerem que foram os dispositivos tecnológicos, comumente adotados durante o período de confinamento, que permitiram às organizações manter ativas as relações com seus públicos, assumindo um papel essencial no processo de participação. Neste quadro, o estudo revisita a história e o conceito de comunicação interna, apontando para a necessidade de equilíbrio no processo comunicacional como garantia de participação efetiva, redistribuição do poder e construção de novos espaços sociais na organização.

A encerrar o trio, segue-se artigo “O Neoliberalismo e Seus Reflexos nos Discursos Organizacionais” de Renata Calonego, Roseane Andrelo e Gisela Gonçalves. A partir de uma investigação exploratória de três empresas multinacionais, o texto tem como propósito refletir sobre os possíveis impactos do neoliberalismo nas organizações, no seu discurso e nos seus agentes. Argumenta-se que as organizações contemporâneas parecem

encontrar novos pontos de legitimação através da atuação em esferas distintas, pontuando os seus discursos com tons positivos e com noções de responsabilidade e obrigação individuais dos que a compõem.

A fechar a coletânea, incluímos dois textos centrados no contexto da educação. Marina Maria Soares Silva e Luís António Santos, no texto “Educação na Era da Pós-Verdade: Como Lidar Com Esta Realidade?”, discutem, a partir de uma revisão da literatura, os conceitos de desinformação e pós-verdade e a forma como podem ser integrados nas dinâmicas em sala de aula. Os autores destacam os desafios que se colocam aos professores, enquanto “pivots fundamentais” deste processo, nomeadamente a necessidade de formação específica para lidar com estes temas.

Partindo de uma proposta de pedagogia social guiada pelo ideal da emancipação do sujeito, Marlene Vanessa Marques Jamal e Moisés de Lemos Martins no artigo “Educação Social de Rua Como Mudança Paradigmática em Moçambique” evidenciam a exclusão social a que estão sujeitas as crianças em Moçambique, realidade a partir da qual se propõem elaborar e projetar, no quadro do projeto de doutoramento, um plano de ação.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho é apoiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto UIDB/00736/2020 (financiamento base) e UIDP/00736/2020 (financiamento programático).

Citação:

Pinto-Coelho, Z., Marinho, S., & Ruão, T. (2022). Introdução: Práticas comunicativas, organizações e educação. In Z. Pinto-Coelho, S. Marinho & T. Ruão (Eds.), *Práticas comunicativas, organizações e educação. Atas das VIII Jornadas Doutorais do CECS* (pp. 4–6). CECS.

ROBERTO OTO LOUREIRO DE OLIVEIRA & MOISÉS DE LEMOS MARTINS

roberto.oto.81@gmail.com; moisesm@ics.uminho.pt

**Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Instituto de
Ciências Sociais, Universidade do Minho, Braga, Portugal**

DE CHEGADA DE UM TREM À ESTAÇÃO AO LEÃO VIRTUAL DE CHENGDU: A VERTIGEM TECNOLÓGICA E O AUMENTO DA VOLTAGEM SENSORIAL

RESUMO

Dois eventos audiovisuais separados por 125 anos. Um entrou para a história como o dia das primeiras exibições cinematográficas. O outro, não se sabe quantas vezes ocorreu e não tem relevância e importância histórica alguma. Além de coincidentemente os dois terem a duração de um pouco mais de 1 minuto, não há mais características ou elementos que os assemelhem. Um é em preto e branco, mudo e produzido com um cinematógrafo. O outro é digital, tridimensional, produzido com computadores. Mas, ainda assim, provocaram reações parecidas em quem assistiu. O presente artigo esboçará um paralelo entre uma das primeiras experiências cinematográficas dos irmãos Lumière, em 1895, com uma peça audiovisual veiculada num espaço público, na cidade de Chengdu, na China, em 2020. A proposta é menos uma análise gramatical da linguagem audiovisual de cada um e mais um debate teórico, a fim de se pensar, a partir de suas características, como a intensidade dos estímulos sensoriais vem aumentando desde o período de aparecimento dos modernos meios de comunicação de massa até ao presente pós-moderno dos meios digitais interativos. A fim de tornar o debate mais objetivo, o conduziremos a partir das seguintes dimensões: velocidade, sensações e espaço-tempo. Para, enfim, interpretá-lo à luz da figura do trágico em oposição à figura do dramático, acompanhando teorizações sobre as novas sensibilidades pós-modernas, ao identificar o predomínio do regime melancólico em contraponto ao regime moderno apolíneo.

PALAVRAS-CHAVE

audiovisual; cinema; mídia; sensações; trágico

O AUDIOVISUAL E SUAS INTENSIDADES

No dia 28 de dezembro de 1895, no Grand Café de Paris, os irmãos Auguste e Louis Jean Lumière entravam para a história ao apresentar, para um pequeno público, o resultado da sua invenção: o cinematógrafo. Dos filmes projetados, um chamou especial atenção: *Chegada de um Trem à Estação* (disponível em andrio filmes, 2009). Mas o que despertou a atenção não foi a construção narrativa, nem a natureza extraordinária do conteúdo — pois pode-se deduzir que estações de trens eram lugares triviais em 1895. Mas, ainda assim, o impacto do filme foi vertiginoso, tanto que perduraram relatos sobre pessoas a correrem para o fundo do salão para protegerem-se do trem, que parecia avançar da tela em direção ao público.

Uma outra versão deste evento, interpretada pelo teórico de cinema Jean-Claude Bernardet (1980/2006), sugere que as pessoas talvez não tenham corrido por reação ao medo de serem atingidas pelo trem, mas correr teria sido a reação ao impacto sensorial produzido pela nova tecnologia:

todas essas pessoas já tinham com certeza viajado ou visto um trem, a novidade não consistia em ver um trem em movimento. Esses espectadores todos também sabiam que não havia nenhum trem verdadeiro na tela, logo não havia por que assustar-se. A imagem na tela era em preto e branco e não fazia ruídos, portanto não podia haver dúvida, não se tratava de um trem de verdade. Só podia ser uma ilusão. E aí que residia a novidade: na ilusão. (Bernardet, 1980/2006, p. 12)

Depois de 125 anos daquela primeira exibição dos irmãos Lumière, um vídeo gravado com um smartphone, na cidade chinesa de Chengdu, registra uma transeunte olhando para uma grande tela localizada na esquina do que parece ser um prédio comercial (The Best Videos of Reddit, 2021). A mulher assiste a um enorme leão deitado numa espécie de jaula de vidro. Ao lamber uma das patas, o leão choca o focinho contra o vidro, desencadeando seguidas rachaduras até quebrar-se por completo. O susto decorrente do estilhaçar faz o leão se levantar e liberar um rugido. Após assegurar com uma das patas que não havia mais paredes, solta um segundo rugido, com a cabeça proeminente, dando a impressão, por efeito da ilusão da tridimensionalidade, que avança para além dos limites da tela. Neste momento, a transeunte retém-se, demonstrando apreensão. Finalmente, o leão movimenta-se dando a ilusão de, literalmente, saltar para a liberdade em direção ao espaço público. A mulher reagiu com um grito de susto, aparentando querer proteger-se.

Acompanhando a leitura de Bernardet (1980/2006), pode-se interpretar o comportamento da espectadora do leão tridimensional de Chengdu também como uma reação ao impacto da novidade tecnológica, pois é improvável a hipótese de que a mulher considerou se tratar de um animal real e não de uma representação.

Mas a vertigem, o susto e a surpresa são sensações efêmeras e tendem ao esgotamento. Não se falou mais em pessoas correndo em salas de projeção de filmes e a essa altura não duvidamos da indiferença ao leão projetado em Chengdu. Deduz-se, portanto, que em pouco tempo o efeito perturbador dá lugar à indiferença, ou ao que George Simmel (1903/1973), em “A Metrópole e a Vida Mental”, classificou como *blasé*: “surge assim a incapacidade de reagir às novas sensações com a energia apropriada. Isto constitui aquela atitude *blasé* que, na verdade, toda criança metropolitana demonstra quando comparada a crianças de meios mais tranquilos e menos sujeitos a mudanças” (p. 16).

Não duvidamos que os filmes continuem sendo, potencialmente, fontes poderosas de emoções e sensações, mas dificilmente causariam a vertigem que sentiram os espectadores dos filmes dos Lumière, a ponto de provocar fugas da sala de cinema. Portanto, o aparecimento de novas tecnologias que tensionam os sentidos a limites cada vez mais extremos parece ser um sintoma da cultura moderna desde as transformações ocorridas no século XIX em decorrência da industrialização. O choque tende a ser cada vez mais intenso e as emoções cada vez mais fortes, porque o ritmo é cada vez mais rápido (velocidade), os sons e as imagens são cada vez mais envolventes (sensações) e o espaço e o tempo cada vez mais relativos (espaço-tempo). Adiante retornaremos a cada uma dessas três proposições para as verificar, mas antes, por se tratar de dois objetos oriundos de modos culturais contíguos, porém distintos, consideramos pertinente uma breve fundamentação sobre modernidade e pós-modernidade, o que também nos dará suporte para interpretá-los à luz da oposição entre as figuras do dramático e do trágico.

MODERNIDADES

Modernidade e pós-modernidade, como modos culturais, não remetem a dois lugares distantes e separados na história e na cultura. Pelo contrário, os significados de modernidade e pós-modernidade coabitam em interseções e contiguidades, encontradas em muitos dos discursos que buscam explicar a sociedade a partir da industrialização e suas consequências

nos séculos XIX e XX. Um exemplo é a conhecida e muito citada frase de Karl Marx e Friedrich Engels presente no clássico *Manifesto Comunista*, de 1848: “tudo o que era sólido e estável se desmancha no ar” (Marx & Engels, 1848/2005, p. 43), que aparece 1 século e meio depois no prefácio do livro, *Modernidade Líquida*, do sociólogo polonês Zygmunt Bauman (2000/2001, p. 9), como uma proposição vital para se entender o contemporâneo.

Embora a afirmação inicial de Anthony Giddens (1990/1991) de que a modernidade “refere-se ao estilo, costume de vida ou organização social que emergiram na Europa a partir do século XVII e que posteriormente se tornaram mais ou menos mundiais em sua influência” (p. 11), nos interessa considerar aqui com mais atenção o período moderno da industrialização e urbanização da segunda metade do século XIX e primeira do XX. Assim, assumimos a visão de Fredric Jameson (1985) de que pós-modernismo é um momento histórico, não apenas um movimento estilístico. E, por isso, justificamos também a preferência, aqui, pelo uso do termo “pós-modernidade” e não “pós-modernismo”.

Mesmo que haja mais continuidades do que rupturas entre as noções de “modernidade” e “pós-modernidade”, a crença no progresso e em ideais fundamentadas na razão técnico-científica destacam-se como características da modernidade. O pai da psicanálise sintetizou bem o espírito daquele período:

nenhum aspecto, porém, parece caracterizar melhor a civilização do que sua estima e seu incentivo em relação às mais elevadas atividades mentais do homem – suas realizações intelectuais, científicas e artísticas – e o papel fundamental que atribui às ideias na vida humana. (Freud, 1930/1978, p. 154)

A citação revela um sentimento de crença no progresso, baseado no desenvolvimento científico e na racionalidade dos ideais. Utopia de um mundo que se pretendia livre de oscilações, que fosse constante e controlável. Bauman (1997/1998) ilustra bem essa ideia ao relacionar a modernidade com a projeção de um “um mundo perfeito”:

as utopias modernas diferiam em muitas de suas pormenorizadas prescrições, mas todas elas concordavam em que o “mundo perfeito” seria um que permanecesse para sempre idêntico a si mesmo, um mundo em que a sabedoria hoje apreendida permaneceria sábia amanhã e depois de amanhã e em que as habilidades adquiridas pela vida conservariam sua utilidade para sempre. (p. 21)

As consequências da Segunda Guerra Mundial colocaram um ponto de interrogação no modelo moderno de sociedade que se pensava até então. Acentua-se o deslocamento do epicentro cultural da Europa para os Estados Unidos, e as décadas seguintes testemunhariam insatisfações e desejos de mudança. A leitura que John Storey faz da relação traçada por Andreas Huyssen entre o pós-moderno e alguns eventos ocorridos nos Estados Unidos acentua a distância desse período em relação as décadas anteriores:

via a contracultura norte-americana — a oposição à guerra no Vietnã, o apoio aos direitos civis dos negros, a rejeição ao elitismo do alto modernismo, o nascimento da segunda onda do feminismo, as boas-vindas ao movimento de liberação gay, o experimentalismo cultural, o teatro alternativo, os happenings, os love-ins a celebração do cotidiano, a arte psicodélica, o acid rock, o “perceptivismo ácido” — como o capítulo de encerramento da tradição do vanguardismo. (Storey, 1994/2015, p. 371)

Perspetiva que reforça o ponto de vista de Jean-François Lyotard (1979/2009), de que a pós-modernidade representa a dissolução das grandes narrativas, que davam sentido e buscavam aglutinar de forma homogênea visões de mundo construído sob a crença do porvir. Essa dissolução fragmentou os discursos numa “atomização do social” (Lyotard, 1979/2009, p. 31). Por esse viés, a pós-modernidade é interpretada como forma de oposição, superação ou negação das narrativas modernas, pois estas teriam sido acomodadas na lógica da distinção canónica burguesa (Storey, 1994/2015).

Assim, pode-se supor que, se é possível circunscrever a pós-modernidade com linhas um pouco mais precisas a partir dos anos 1960, ao longo deste intervalo de tempo houve, se não um rompimento, uma alteração profunda na própria maneira de estar no mundo. Enquanto nos anos 1960, as mudanças foram reivindicadas por movimentos estudantis, feministas, ambientais, pacifistas e pela criação de novas expressões culturais que refletiam os desejos por mudanças, em meados da década de 1990 não foram movimentos politizados ansiosos por uma nova sociedade a bússola das mudanças; o voo da andorinha desta vez foi tecnológico, revelando horizontes virtualizados do novo século codificado pelas combinações binárias de 0 e 1.

A era da cibercultura tem como principal capital, não o acúmulo da produção industrial, mas sim a circulação da informação, que se por um lado já havia se *desterritorializado* junto com o capital como locomotiva da globalização (Santos, 2005), digitalmente circula cada vez mais acelerada, por meio de dispositivos cada vez mais leves, ubíquos e sensorialmente envolventes:

finalmente, este entendimento da técnica assinala a deslocação do paradigma industrial para o paradigma informacional, sendo a informação fluxo (como referimos, de som, luz, sensibilidade). Com efeito, o paradigma industrial é paradigma, discurso, monumento e instituição, ou seja, sintetizando, coisa e estado de coisa. Em contrapartida, o paradigma informacional é fluxo, modulação, disjunção, relação em tempo real. (Maffesoli & Martins, 2012, p. 43)

A cibercultura nos impõe desafios conceituais quando buscamos compreender a pós-modernidade, pois ao mesmo tempo que se faz necessário encontrar contornos mais nítidos entre a dicotomia modernidade/pós-modernidade, devido às viragens ocorridas dos anos 1960 em diante (como vimos, período que representa, se não um consenso, ao menos uma referência para algumas teorias pós-modernas), somos impelidos também a identificar as mudanças internas do período pós-moderno. A pós-modernidade dos anos 1960 era eletrônica, cenário da evolução dos meios de comunicação de massa, mas a pós-modernidade a partir dos anos 1990 é outra, pois a cultura digital provoca mudanças fundamentais para se entender a contemporaneidade.

Se as próteses tecnológicas são extensões do homem (Mcluhan, 1964/2006), hoje estendem-se cada vez menos e incorporam-se cada vez mais, “onde a energia das máquinas e a emoção dos homens se misturam como num amálgama” (Maffesoli & Martins, 2012, p. 44):

a nossa atmosfera é cada vez mais sensível e libidinal, com a emoção, o desejo, a sedução e a pele a tornarem-se os valores mais difundidos da nossa cultura. A sensibilidade e as emoções impõem-se, de facto, às ideias e a *bios* mistura-se com a *techné*, num processo acelerado de estetização geral da existência humana, tornando-se toda a experiência, “experiência sensível”. (Maffesoli & Martins, 2012, p. 48)

Para aproximarmos o debate de algumas das sensibilidades latentes na pós-modernidade, falaremos a seguir sobre três dimensões: velocidade, sensações e espaço-tempo.

VELOCIDADE

O fotógrafo inglês, Eadweard Muybridge, foi um dos pioneiros da captura de imagem em movimento. Ficou conhecido por fotografar, em 1877, o galope de um cavalo e provar que o equino mantinha, em um mesmo

instante, as quatro patas no ar. Passados 14 anos exibiu na Exposição Universal de Chicago sequências de fotografias com o auxílio de um equipamento que batizou de zoopraxiscópio, dando aos expectadores a impressão de assistirem imagens em movimento. A tecnologia desenvolvida por Muybridge antecedeu a película de celuloide, que 2 anos depois seria usada pelos irmãos Lumière na exibição de 1895.

A captura do movimento já se mostrava, por si só, intensa o bastante — como nos faz deduzir o “pânico” provocado pelo filme *Chegada de um Trem à Estação*. Mas, tudo estava prestes a mudar, pois um jovem ilusionista chamado Georges Méliès planejava fazer novos usos do cinematógrafo. É interessante lembrar, como conta Bernardet (1980/2006), que Méliès era uma das 33 pessoas presentes na primeira exibição dos Lumière. Provavelmente fascinado com a nova tecnologia, quis comprar um cinematógrafo, mas foi desencorajado pelos irmãos franceses já que estes consideravam o equipamento servir a usos meramente científicos.

Após 1 ano, Méliès conseguiu adquirir um cinematógrafo e finalmente deu início às suas experiências. Sabe-se que um dos mais impressionantes resultados foi a produção do filme *A Viagem à Lua*, de 1902. Mas foi por acaso que o ilusionista desenvolveu uma das mais importantes técnicas de produção cinematográfica: o corte entre sequências. Hoje é um recurso óbvio, mas, antes de Méliès, as experiências com imagem em movimento limitavam-se ao breve registro de uma ação qualquer:

o cinematógrafo restituía às coisas o seu movimento original. O cinema traz novos movimentos: mobilidade da câmara, ritmo da ação e da montagem, aceleração do tempo, dinamismo musical. Estes movimentos, ritmos e tempos também, por sua vez, se aceleram, se conjugam, se sobrepõem. (Morin, 1956/1997, pp. 121–122)

Encadear cenas em sequência é o princípio da montagem, um dos recursos fundamentais da gramática audiovisual que começava a ganhar contornos mais claros a partir de cineastas como D. W. Griffith, que contribuiu enormemente para a sistematização de procedimentos fílmicos mais acurados, em detrimento do caráter, até então, predominantemente experimental (Stam, 2000/2010). Assim, a linguagem do cinema desenvolveu-se rapidamente naquela primeira metade do século XX devido a inventores, gênios e visionários, mas também porque estava em consonância e correspondia às dinâmicas do contexto cultural da época.

Um contexto de metropolização e industrialização das cidades, novos meios de comunicação, novos meios de transporte e também de

conflitos geopolíticos culminaram numa guerra mundial ainda na 2.^a década daquele século. O aumento da carga sensorial é um fator inseparável deste momento histórico, que aparecerá em muitas das expressões artísticas e culturais da época, como o cinema. Reflete Paul Virilio (1984/1993) sobre aquele momento:

a guerra consiste menos em obter vitórias materiais (territoriais, econômicas...) do que em apropriar-se da imaterialidade dos campos de percepção. À medida que os modernos combatentes estão decididos a invadir a totalidade destes campos impõe-se a ideia de que o verdadeiro filme de guerra não deve necessariamente mostrar filmes de guerra em si ou de batalhas. O cinema entra para a categoria das armas a partir do momento em que está apto a criar a surpresa técnica ou psicológica. (p. 15)

A leitura de Virilio (1984/1993) soma-se à linha de outros autores, como Walter Benjamin (1936/2010), que pensava o cinema em correspondência com o contexto do momento de seu aparecimento e desenvolvimento. Em observação a uma proposição sobre como se “constitui o choque traumatizante do filme” (p. 41), Benjamin (1936/2010) escreveu:

o filme representa a forma de arte correspondente ao acentuado perigo de morte em que vivem os homens hoje. Ele corresponde a transformações profundas nos modos de percepção – transformações que experimenta, no plano da existência privada, qualquer peão das grandes cidades e, no plano histórico universal, qualquer homem decidido a lutar por uma ordem genuinamente humana. (p. 49)

Hollywood começava a se destacar neste período como principal centro de produção cinematográfica, mas, sobretudo, como referencial de uma linguagem que se tornou predominante. Linguagem que, após passar pelo advento do som e posteriormente das cores, consolidou-se como um padrão narrativo que mantém sua centralidade até os dias de hoje.

O filme hollywoodiano clássico apresenta indivíduos definidos, empenhados em resolver um problema evidente ou atingir objetivos específicos. Nessa busca, os personagens entram em conflito com outros personagens ou com circunstâncias externas. A história finaliza com uma vitória ou derrota decisivas, a resolução do problema e a clara consecução ou não-consecução dos objetivos. (Bordwell, 2005, pp. 278–279)

Embora o modo narrativo hollywoodiano descrito por Bordwell seja oriundo de outras formas de expressão, como a literatura, é no como se produz e se apresenta a narrativa, que, segundo Aumont (1988/2013), o cinema se diferencia como linguagem:

as configurações significantes que só podem intervir no cinema são de fato em número muito limitado; estão ligadas ao material da expressão estão ligadas a expressão própria ao cinema, isto é, à imagem fotográfica em movimento e as certas formas de estruturação própria ao cinema, como a montagem no sentido mais restrito do termo (p. 196)

Uma mudança paradigmática com relação à montagem viria com o surgimento do vídeo, pois a possibilidade de gravar em fitas magnéticas em vez de película acompanhou de uma série de novidades, como câmaras menores, equipamentos de exibição portáteis e mais possibilidades de manipulação para edição de imagens.

Um dos marcos da utilização do vídeo é a peça de videoarte *Global Groove* (disponível em FLUX, 2015), do artista sul-coreano Nam June Paik, de 1973. Nos quase 30 minutos de vídeo, assiste-se a um pastiche de imagens de diversas naturezas que se sobrepõem e aglutinam-se, num efeito caleidoscópico de cores, distorções, sons e ritmos.

Na década seguinte às primeiras produções de Nam June Paik, a popularização da videocassete levava o vídeo para dentro dos lares. Ao mesmo tempo, novas experiências artísticas davam origem a novas linguagens, como o videoclipe: produto principal de um canal de televisão que estreou em 1981 nos Estados Unidos, a MTV.

A linguagem do videoclipe caracteriza-se, sobretudo, pela simbiose entre som e imagem, mas o ritmo também é um elemento fundamental na montagem dos videoclipes, podendo lançar mão, inclusive, de sequências frenéticas de cortes com menos de 1 segundo de duração. Ou mesmo, o arranjo simultâneo de diversos signos de naturezas distintas. Torna-se um dos elementos constituintes da cultura audiovisual que, cada vez mais, ressignificava os limites do cinema clássico.

Videocassetes, videogames, câmaras portáteis, televisões de controle remoto eram suportes tecnológicos que correspondiam à linguagem do vídeo. Linguagem que encontrava no formato videoclipe a síntese das dinâmicas daquele período, mas que se manifestava também na publicidade e no próprio cinema. O videoclipe e a constelação tecnológica e simbólica associada a este representaram um momento de passagem ou, como prefere Santaella (2007), um momento de “fertilização” para a fase cultural seguinte: a da cultura digital.

O salto do eletrônico para o digital é fruto também da união entre o computador pessoal e a internet, que se populariza a partir da segunda metade dos anos 1990. Em termos audiovisuais, os horizontes que foram abertos pelo vídeo continuam em expansão, mas agora com um potencial de interação virtual e simulação que antes era limitado. Se o vídeo contribuiu para ampliar as possibilidades de produção e veiculação — e concedeu mais autonomia e diversidade para os expectadores e consumidores —, o digital levaria a noção de mobilidade e acesso ao extremo, num processo que tende a prescindir dos suportes tradicionais de exibição, veiculando o conteúdo audiovisual potencialmente em qualquer lugar e em qualquer objeto (vide o desenvolvimento em curso da nanotecnologia).

Pensar a velocidade neste contexto deixa de ser apenas um exercício de constatar a aceleração do ritmo específico da montagem, mas sim perceber a aceleração do ritmo da própria sociedade. O leão virtual de Chengdu “ocupa” o mesmo espaço dos transeuntes e é visto apenas por quem está passando por aquele local, naquele momento. É efêmero. A virtualidade e as técnicas de projeção permitem que ele seja um elemento praticamente misturado ao cotidiano, o que nos convida a pensar a questão da velocidade a partir de outra perspectiva, pois neste caso o dispositivo pessoal é dispensado ou mesmo a vontade de assistir ou não é arbitrária, pois ele não está em cartaz e nem na grade de programação. Não se assiste ao leão de Chengdu, convive-se com ele, “esbarra-se” nele, pois ele compõe o meio urbano.

Tal fenómeno parece realizar de forma radical uma das proposições de Edgar Morin (1956/1997) sobre a sétima arte: “o cinema é precisamente esta simbiose: um sistema que tende a integrar o espectador no fluxo do filme. Um sistema que tende a integrar o fluxo do filme no psíquico do espectador” (p. 123). O leão de Chengdu não se enquadra nas categorias “filme” ou “cinema”, talvez nem mesmo na categoria “vídeo” e, por isso mesmo, é um produto audiovisual que reflete aspetos constituintes da cultura contemporânea.

SENSAÇÕES

Recorrendo novamente à semioticista Lucia Santaella (1983/2012), concordamos que toda linguagem é uma combinação de signos. O signo é sempre uma representação, que só é possível de ser (re)produzida por meio da linguagem. E é, por sua vez, a linguagem que possibilita a relação entre duas ou mais consciências, ou seja, é a linguagem que possibilita a comunicação (Martino, 2001).

Na história da cultura é possível identificar diferentes eras a partir da forma de comunicação dominante em cada uma dessas eras. A era da oralidade, determinada pela fala, foi anterior à era da escrita, que provocou uma revolução profunda no potencial de comunicação do ser humano, liberando a comunicação de suas restrições espaço-temporais. No século XV, a possibilidade de a escrita ser reproduzida tecnicamente — por meio da tecnologia que se tornou conhecida pelo empreendimento de Gutemberg — deu início a era da cultura impressa. Cerca de 450 anos depois, a industrialização dava origem a novos meios de produção e novas tecnologias, e, na segunda metade do século XIX, os meios impressos e o cinema inauguravam a era da cultura de massa, que ainda se consolidaria com o advento do rádio e da televisão na primeira metade do século XX.

Uma das diferenças entre a era da cultura de massa e as eras culturais anteriores é a forma predominantemente híbrida de comunicação. A imagem é o elemento central desta cultura, mas está constantemente associada à escrita e ao som. Não significa, obviamente, que uma era cultural substitui a outra, pois as eras culturais somam-se umas às outras, mas são determinadas por um modelo de comunicação dominante. Dominante no que tange a própria maneira de como a sociedade se organiza, de como as pessoas se relacionam ou, no limite, de como se experiencia a vida:

quase todas as tecnologias e entretenimentos que se seguiram a Gutenberg não têm sido meios frios, mas quentes; fragmentários, e não profundos; orientados no sentido do consumo e não da produção. Muito poucas são as áreas de relações já estabelecidas – lar, igreja, escola, mercado – que não tenham sido profundamente afetadas em seu padrão e em sua tessitura. (McLuhan, 1964/2006, p. 351)

O teórico de cinema Ben Singer (1996/2001), no texto “Hiperestímulo, Modernidade e Início do Sensacionalismo Popular”, analisa exemplares de periódicos e revistas semanais da primeira e segunda metade do século XIX para verificar como os veículos de comunicação exteriorizavam a tensão da metrópole. O autor aborda as três concepções dominantes da cultura moderna: ideológica, cognitiva e sociológica. Mas, corroborando com os autores Walter Benjamin, George Simmel e Sigmund Kracauer, afirma haver uma quarta concepção também essencial para se compreender a modernidade: a concepção neurológica da cultura. Esta concepção neurológica sobre a cultura privilegia as transformações da experiência, provocadas principalmente pelo aumento da intensidade sensorial da vida moderna, que inclui inevitavelmente a presença dos meios de comunicação e seus produtos.

Se, como já vimos, em acordo com George Simmel (1903/1973), um estímulo sempre é sucedido por outro mais intenso, deduzimos que a atualidade cibernética representa um ambiente possível de verificação do aumento dos estímulos sensoriais, destacando-se o seu caráter cada vez mais envolvente e sinestésico. Se por um lado a cultura digital reúne e agrega todos os domínios culturais anteriores (oral, escrita, impressa e de massa), por outro revela dinâmicas inéditas de virtualidade e interatividade que tensionam os limites dos suportes (televisão/computador/smartphone), dos papéis (emissor/recetor), das atividades (trabalho/lazer) e da própria relação entre espaço-tempo.

ESPAÇO-TEMPO

Até agora falamos de cinema como uma forma de expressão, uma linguagem, uma arte. Mas, cinema também é um lugar físico, concreto. Um lugar que procura reunir as condições ideais para as pessoas assistirem filmes. Ir ao cinema é ir a um lugar. Este aspeto o difere de todos os outros meios de comunicação, pois ninguém vai ao jornal ou à revista para ler, assim como ninguém vai à televisão ou ao rádio para assistir ou ouvir.

Ainda assim, antes da década de 1950, até para escutar rádio as pessoas deveriam estar em um lugar fixo, pois os rádios portáteis transistorizados só ganhariam popularidade a partir da década de 1960. A televisão tradicionalmente ocupa um lugar num cómodo da casa, ou seja, um lugar que ofereça condições para assisti-la. As restrições físicas dos meios correspondem ao tempo e ao espaço dos meios. A sessão de cinema tem hora e local. Na televisão, assim como no rádio, há uma grade programação que determina os horários de cada atração.

Como já referimos acima, a videocassete possibilitou mais autonomia com relação ao conteúdo televisivo, pois permitia gravar um programa e assisti-lo depois. Assim como gravar músicas em fita K7, compor a própria coletânea e até ouvir em movimento fazendo uso do walkman. Mas, ainda assim, assistir ao VHS dependia de se estar no mesmo espaço da televisão e, no caso da fita K7, os limites do suporte (lado A e lado B) restringiam as opções de uso e consumo.

O computador pessoal representou um grande salto tecnológico — se lembrarmos que os primeiros computadores industriais da década de 1940 chegavam a ocupar o espaço de um galpão. A popularização da internet aumentou a demanda por computadores pessoais na segunda metade dos anos 1990 e a tendência para a mobilidade tecnológica apareceu com

a disseminação do uso, na mesma época, dos telefones celulares. Os laptops, já no final daquela década, começavam a atender à demanda pela mobilidade e representam também o tensionamento entre espaços e tempos antes bem demarcados, como casa e trabalho. Uma campanha publicitária de uma marca de laptops, veiculada em canais de televisão do Brasil, por volta do ano de 2010, mostrava um homem após o final do expediente do trabalho sendo seguido pela mobília do escritório. Ao chegar em casa, o homem liga o laptop no ambiente aconchegante de seu lar e toda a mobília que o seguia desaparece. O mote da campanha está justamente em mostrar a praticidade, o potencial e a mobilidade do laptop, por permitir “levar” o trabalho para onde quiser. É uma questão que remete ao pensamento de Zygmunt Bauman sobre a “modernidade líquida” (2000/2001), pois opera claramente dentro da lógica do apagamento das divisões, dos limites e das fronteiras. Apagamento tanto espacial quanto temporal, já que a mobilidade espacial permite também a flexibilização temporal, ou seja, o “lugar” do trabalho se mistura ao “lugar” da casa, assim como o tempo de trabalhar sobrepõe-se ao tempo de se estar em casa:

na moderna luta entre o tempo e espaço, o espaço era o lado sólido e impassível, pesado e inerte, capaz apenas de uma guerra defensiva, de trincheiras – um obstáculo aos avanços do tempo. O tempo era o lado dinâmico e ativo na batalha, o lado sempre na ofensiva: a força invasora, conquistadora e colonizadora. A velocidade do movimento e o acesso a meios mais rápidos de mobilidade chegaram nos tempos modernos à posição de principal ferramenta do poder e da dominação. (Bauman, 2000/2001, p. 16)

A observação de Bauman não é imparcial. Exprime o olhar crítico sobre mudanças que inauguram novas formas de controle, mesmo que possam parecer, como o sorriso da personagem do comercial do laptop, conquistas de liberdade.

O impacto da ressignificação do espaço e do tempo é demasiado amplo e complexo para ser tratado dentro dos limites do presente artigo, mas podemos destacar um dos sintomas mais evidentes que é o do uso onnipresente das tecnologias interativas, sobretudo o smartphone. Como dispositivo agregador de toda os meios e formas de comunicação e ferramenta de múltiplas funções de entretenimento e trabalho, a ubiquidade do uso do smartphone radicaliza a polarização presença-ausência que os meios tradicionais de comunicação ativavam:

a conexão constante que inclui tanto interações sociais quanto conexões com a internet, enquanto as pessoas se movem muitas vezes no burburinho fervilhante da cidade, insere contextos remotos dentro de contextos presentes. Essa dobra de contextos não é uma dobra simples, pois implica o movimento através do espaço, no momento mesmo em que se interage com os outros, tanto com os que estão distantes quanto com os que ocupam o espaço contíguo. (Santaella, 2007, p. 237)

Enquanto a reflexão de Santaella enfatiza uma nova problemática que recai sobre os sujeitos contemporâneos, impelidos à simultaneidade de experiências paralelas das realidades sensível e virtual, a questão acrescenta complexidade nas discussões sobre as transformações na própria dinâmica das cidades. Bem antes do surgimento do ciberespaço, Lewis Mumford (1961/2004) chamava a atenção para o impacto causado por uma camada “invisível” presente no cotidiano das grandes cidades:

o novo mundo em que começamos a viver é não só aberto na superfície, muito além do horizonte visível, mas também aberto no interior, penetrando pelos raios e emanações invisíveis, respondendo aos estímulos e forças abaixo do limiar da observação habitual. (p. 606)

As alterações da percepção do espaço e do tempo correspondem ao aumento gradativo de estímulos sensoriais, assim como da presença de tais estímulos em lugares ordinários que são agora mediatizados, como o prédio comercial que serve de “suporte” ao leão de Chengdu.

É provável que apenas em uma sociedade onde circulam sujeitos com sentidos super estimulados seja possível a presença de leões gigantes tridimensionais saltando à rua no caminho para o trabalho. O leão de Chengdu realiza, inclusive, uma conhecida cena do filme *Back to the Future Part II* (De Volta Para o Futuro II; Zemeckis & Gale, 1989), parte da conhecida trilogia de longas-metragens dirigida por Robert Zemeckis, na década de 1980.

A cena mostra o personagem principal, Martin Mcfly, representado pelo ator Michael J. Fox — que acabara de chegar em 2015, após partir de 1985 numa máquina do tempo — vislumbrado com os arredores da praça da cidade onde vive. Enquanto observa surpreso o funcionamento de um posto de combustíveis automatizado, escuta por trás de si um som de suspense. Ao virar-se, depara-se com um enorme tubarão tridimensional que se projeta por cima do letreiro de um cinema e mergulha com as mandíbulas abertas em sua direção. Indefeso, Mcfly grita e abaixa-se com as mãos

na cabeça para se proteger, antes da imagem do tubarão (que é também uma parodia, por publicizar o filme *Tubarão 19*) desaparecer.

Interessante perceber que os transeuntes próximos a Mcfly continuam caminhando como se nada tivesse acontecido, ou seja, o único a se assustar foi ele, sujeito do passado, pois ainda não recebera estímulos o suficiente para “suportar” tal carga de intensidade. As demais pessoas, habituadas às sensações e ritmos de 2015, não se dão conta do ocorrido, não são estimuladas, ou seja, comportam-se de forma *blasé*, se recorrermos novamente à teoria de Simmel (1903/1973).

Tanto o tubarão do filme *Back to the Future Part II* quanto o leão de Chengdu manifestam-se no espaço público, diferentemente dos filmes dos irmãos Lumière na exibição de 1895 que, embora ainda não existissem salas de cinema, foram projetados no salão de um café, ou seja, num espaço físico e restrito, e em um tempo específico para a exibição. Assistindo aos Lumière, as pessoas estão como espectadoras. Assistindo a leão de Chengdu, as pessoas são transeuntes e ao mesmo tempo espectadoras, numa fusão de temporalidades e espacialidades provocada pela aglutinação do espaço mediático com o espaço público, da virtualidade com a realidade sensível.

Por isso, as qualidades da representação tridimensional são também metáforas importantes de análise da cultura contemporânea, pois reforça a dimensão fluída, irrestrita, ilimitada do fenómeno. Um fenómeno que representa os aspetos da relatividade espaço-temporal, virtualidade e interatividade da atualidade, pois mesmo se consideramos que é comum a média publicitária se misturar à paisagem urbana, a peça audiovisual em questão simula a mistura dos espaços e a sobreposição dos tempos.

UM TREM DRAMÁTICO E UM LEÃO TRÁGICO

Falámos sobre três aspetos (“velocidade”, “sensações” e “espaço-tempo”) que consideramos funcionar como ancoragens pertinentes para o debate teórico que se propõe, a partir do confronto de dois fenómenos audiovisuais completamente distintos. Para concluir, vamos verificar como os dois objetos representam as dicotomias moderno/pós-moderno, assumindo aqui, como instrumento teórico, a passagem do “regime apolíneo” (moderno) ao “regime melancólico” (pós-moderno), onde encontram-se as oposições entre as figuras: dramático/trágico; clássico/barroco; sublime/grotesco (Martins, 2011). A verificação se limitará às figuras do dramático e do trágico, reservando a pesquisas futuras uma análise mais ampla.

Enquanto o dramático, o clássico e o sublime exprimem os ideais de redenção, plenitude e harmonia — sentimentos e ambições associados,

como vimos no início, à modernidade; o trágico, o barroco e o grotesco exprimem o autotélico, a confusão, a desordem, que se associam à distopia pós-moderna que, por um lado, mantém a rutura moderna com a tradição, mas, por outro, rompe também com o futuro, num mergulho acelerado no presente, no imediato. Sobre estas últimas três figuras, Martins (2011) diz:

as três formas são figuras avessas à ideia de totalização da existência, o que quer dizer, que são figuras avessas à sua ideia de perfeição e de harmonia. São figuras que declinam um destino sacudido pela vertigem do fragmentário, do marginal, do mundano e do profano, dando-nos a ver, além disso, o caráter viscoso, sinuoso, titubeante e labiríntico da condição humana. (p. 187)

Significa que as condicionantes pós-modernas semeiam expressões que refletem as dinâmicas desse momento cultural. Representam, por meio de novas estéticas, as formas mais dissonantes e inseguras de experimentar as diversas dimensões da vida, se comparadas às certezas da modernidade, sobretudo, quando olhamos para as fases mais recentes da pós-modernidade, afetadas pela lógica dos média interativos, pós-verdades, alertas climáticos, pandemias, terrorismo, refugiados e todas as ansiedades que tensionam o quotidiano na atualidade.

O que o trem dos irmãos Lumière e o leão de Chengdu podem revelar sobre a dicotomia entre moderno/pós-moderno, presente na oposição entre as figuras dramático/trágico, é o caráter teleológico de um e o caráter autotélico de outro. Embora o filme dos Lumière não mostre a partida do trem e ficamos sem saber qual o seu destino, sabe-se que ele vem de um lugar com o objetivo de chegar a um outro, transportando pessoas que fazem uso do transporte com algum propósito. A própria linha férrea, retilínea, previsível e assertiva no seu caminho reforça esta ideia. Associamos o filme *Chegada de um Trem à Estação* à figura do dramático, justamente por ele representar o caminho percorrido, que, independentemente do percurso, levará a um destino que se planeja (redenção).

Por outro lado, o leão de Chengdu é autotélico, ou seja, a sua existência simulada tem um fim em si mesma. Ele não vem de lugar nenhum. Não sabemos de onde é. É descontextualizado. Aparece frente a um fundo negro. Simula-se apenas o imediato, desprovido de qualquer referência temporal ou espacial que o situe, assim como sua autoria não é uma questão que pareça relevante. Quando seus movimentos representam a destruição da jaula de vidro e em seguida ele salta, desaparece por completo repentinamente. Não há continuidade. Ele é um momento e nada mais. A relação

do leão de Chengdu com a figura do trágico está justamente nesse caráter insolúvel, abrupto e disruptivo.

CONCLUSÃO

A partir da comparação entre duas peças audiovisuais separadas na história por 125 anos, mas que provocaram reações semelhantes de espanto em seus espectadores, propomos um debate teórico acerca da intensidade sensorial que os meios, principalmente audiovisuais, podem promover. Para fundamentar o debate e compreender melhor a natureza de cada um dos dois objetos, pontuámos sinteticamente questões ligadas à modernidade e à pós-modernidade. Em seguida, elencámos três dimensões (velocidade, sensações e espaço-tempo) que esperamos terem contribuído para se perceber como a linguagem e a técnica correspondem à pulsação do contexto cultural e histórico.

Por fim, verificámos a diferença entre o filme dos irmãos Lumière e o leão de Chengdu à luz da oposição dramático/trágico, como figuras associadas ao regime melancólico, representativo das novas sensibilidades pós-modernas da era cibernética. Assim, mesmo que ainda distante de conclusões e do esgotamento do debate sobre o tema proposto, consideramos que o aumento da intensidade sensorial presente nos produtos mediáticos não é resultado apenas de novas invenções tecnológicas, mas correspondem às diferentes convenções, condicionamentos e arranjos culturais de cada momento, permitindo, por isso, olhá-los como objetos de estudo em potencial, por carregarem, inevitavelmente, as marcas do seu tempo.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho é apoiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto UIDB/00736/2020 (financiamento base) e UIDP/00736/2020 (financiamento programático).

REFERÊNCIAS

andrio filmes. (2009, 5 de maio). “A Chegada de um Trem na Estação”, irmãos Lumière, 1895, o primeiro filme da humanidade [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=RP7OMTA4gOE&ab_channel=andriofilmes

- Aumont, J. (2013). *Análise do filme* (M. Félix, Trad.). Edições, Texto e Grafia. (Trabalho original publicado em 1988)
- Bauman, Z. (1998). *O mal-estar na pós-modernidade* (M. Gama & C. M. Gama, Trans.). Jorge Zahar. (Trabalho original publicado em 1997)
- Bauman, Z. (2001). *Modernidade líquida* (P. Dentzien, Trad.). Jorge Zahar. (Trabalho original publicado em 2000)
- Benjamin, W. (2010). *A obra de arte na época de sua reprodução mecanizada* (J. M. Mendes, Trad.). Escola Superior de Teatro e Cinema. (Trabalho original publicado em 1936)
- Bernardet, J.-C. (2006). *O que é cinema*. Brasiliense. (Trabalho original publicado em 1980)
- The Best Videos of Reddit. (2021, 3 de janeiro). *UltraRealistic 3D display in Chengdu, China* [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=SgzZbtzs_wl
- Bordwell, D. (2005). O cinema clássico hollywoodiano: Normas e princípios narrativos (F. Mascarello, Trad.). In F. P. Ramos (Ed.), *Teoria contemporânea do cinema: Vol. 2. Documentário e narrativa ficcional* (pp. 277–301). Senac.
- FLUX. (2015, 13 de fevereiro). *Nam June Paik - Global groove (1973)* [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=GWhpH_w77fk&ab_channel=FLUX
- Freud, S. (1978). *O mal-estar da civilização*. (J. Abreu, Trad.) Abril Cultural. (Trabalho original publicado em 1930)
- Giddens, A. (1991). *As consequências da modernidade* (R. Fiker, Trad.). Unesp. (Trabalho original publicado em 1990)
- Jameson, F. (1985). Pós-modernidade e sociedade de consumo (V. Dantas, Trad.). *Revista Novos Estudos CEBRAP*, (12), 16–26. <https://novosestudos.com.br/produto/edicao-12/#58d4c67555e3e>
- Liotard, J.-F. (2009). *A condição pós-moderna* (R. C. Barbosa, Trad.). José Olympio. (Trabalho original publicado em 1979)
- Maffesoli, M., & Martins, M. de L. (2012). Cibercultura. *Revista de Comunicação e Linguagens*, (42), 41–52. <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/23794/1/ciberculturas.pdf>
- Martino, L. C (2001). De qual comunicação estamos falando? In A. Hohlfeldt, L. C. Martino, & V. V. França (Eds.), *Teorias da comunicação – Conceitos, escolas e tendências* (pp. 11–24). Editora Vozes.

- Martins, M. de L. (2011). *Crise no castelo da cultura: Das estrelas para os ecrãs*. Grácio Editor. <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/29167/1/CriseCastelodaCultura.pdf>
- Marx, K., & Engels, F. (2005). *Manifesto comunista* (Á. Pina, Trad.). Boitempo. (Trabalho original publicado em 1848)
- McLuhan, M. (2006). *Os meios de comunicação como extensões do homem* (D. Pignatari, Trad.). Cultrix. (Trabalho original publicado em 1964)
- Morin, E. (1997). *O cinema ou o homem imaginário* (A. Vasconcelos, Trad.). Moraes Editores. (Trabalho original publicado em 1956)
- Munford, L. (2004). *A cidade na história – Suas origens, transformações e perspectivas* (N. R. da Silva, Trad.). Martins Fontes. (Trabalho original publicado em 1961)
- Santaella, L. (2007). *Linguagens líquidas na era da mobilidade*. Paulus.
- Santaella, L. (2012). *O que é semiótica*. Brasiliense. (Trabalho original publicado em 1983).
- Santos, M. (2005). *Por uma outra globalização: Do pensamento único à consciência universal*. Record
- Simmel, G. (1973). A metrópole e a vida mental (S. M. Reis, Trad.). In V. Otávio (Ed.), *O fenômeno urbano* (pp. 11–25). Jorge Zahar. (Trabalho original publicado em 1903)
- Singer, B. (2001). Modernidade, hiperestímulo e o início do sensacionalismo popular (R. Thompson, Trad.). In L. Charney & V. R. Schwartz (Eds.), *O cinema e a invenção da vida moderna* (pp. 115–150). Cosac&Naify. (Trabalho original publicado em 1996)
- Stam, R. (2010). *Introdução à teoria do cinema* (F. Mascarello, Trad.). Papyrus. (Trabalho original publicado em 2000)
- Storey, J. (2015). *Teoria cultural e cultura popular* (P. Barros, Trad.). Senac. (Trabalho original publicado em 1994)
- Virilio, P. (1993). *Guerra e cinema* (P. R. Pires, Trad.). Página Aberta. (Trabalho original publicado em 1984)
- Zemeckis, R., & Gale, B. (Diretores). (1989) *Back to the future part II* [Filme]. Universal Pictures.

Citação:

Oliveira, R. O. L. de., & Martins, M. L. (2022). De Chegada de um trem à estação ao leão virtual de Chengdu: A vertigem tecnológica e o aumento da voltagem sensorial. In Z. Pinto-Coelho, S. Marinho & T. Ruão (Eds.), *Práticas comunicativas, organizações e educação. Atas das VIII Jornadas Doutorais do CECS* (pp. 7–25). CECS.

LUANA VIANA¹ & MADALENA OLIVEIRA²

lviana.s@hotmail.com; madalena.oliveira@ics.uminho.pt

¹ Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, Brasil | ² Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho, Braga, Portugal

ESTUDOS EM PODCASTING: UM PANORAMA DAS PESQUISAS EM PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS PORTUGUESAS

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo apresentar um levantamento sobre as produções académicas, bem como suas respetivas reflexões, que possuem como foco os estudos sobre podcasting publicados em revistas científicas da área de ciências da comunicação em Portugal. Como estratégia metodológica, foram estabelecidas duas etapas. Em primeiro lugar, o mapeamento e levantamento de artigos científicos que tinham o podcast como objeto de estudo em 10 revistas académicas, a saber: *Comunicação e Cultura*; *Comunicação e Sociedade*; *Comunicação Pública*; *Revista Comunicando*; *Estudos em Comunicação*; *Estudos de Jornalismo*; *História da Comunicação*; *Media & Jornalismo*; *Mediapolis* e *(Obs)* Observatório*. A busca englobou todas as edições a partir de 2004, ano em que surgiu o podcasting (Viana, 2020), até ao ano de 2021. No total de 256 números publicados pelo conjunto das revistas mencionadas, foram identificados 19 artigos sobre o tema. Em segundo lugar, passou-se à delimitação de tema e das abordagens teórico-metodológicas utilizadas nos trabalhos selecionados. Em relação aos temas, pudemos constatar que o enquadramento mais recorrente é composto pelos aspetos narrativos possibilitados pelo podcast, sejam eles observados a partir de recursos tecnológicos, como o caso do uso do áudio binaural, ou da própria estrutura narrativa sonora, como o envolvimento do ouvinte com as histórias de vida. As abordagens ocorrem, ainda, tanto em produções ficcionais como nas de não ficção, com predomínio desta última. Já sobre as ferramentas metodológicas, percebemos a predominância de estratégias clássicas, sem uma discussão sobre o caráter multifacetado do podcasting enquanto formato de média. Por fim, também percebemos um pequeno aumento nas publicações recentes. Os anos destacados para as produções são 2019, 2020 e 2021, apresentando projeções de crescimento. A expectativa é a de que nos próximos anos haja um aumento notável das publicações sobre este meio de comunicação.

PALAVRAS-CHAVE

ciências da comunicação; rádio; podcasting; meios sonoros; Portugal

INTRODUÇÃO

O ecossistema mediático está em constante mutação, como já vem sendo discutido há anos. Fidler (1998) nomeia essas mudanças como *mediamorfose*, um processo que ocorre devido a pressões externas que fazem com que cada forma de comunicação seja afetada por um esquema de auto-organização. Sob essa perspectiva, o autor aponta seis princípios que ajudam a compreender esses movimentos de transformação: (a) coevolução e coexistência; (b) metamorfose; (c) propagação; (d) sobrevivência; (e) oportunidade e necessidade; e (f) adoção postergada.

De entre eles, chama a nossa atenção neste trabalho a “adoção postergada”, já que o nosso objeto de interesse é o podcasting, que surgiu em 2004, mas apenas recentemente tem ganhado destaque e visibilidade entre os consumidores. Em 2006, Luís Bonixe realizou um mapeamento para conhecer a realidade dos podcasts portugueses. O investigador utilizou como fonte de observação as produções registadas nos diretórios Lusocast e Cotonete, ambos atualmente desativados, entre os dias 1 e 14 de março de 2006. Para entrarem na contagem do autor, deveriam ter sido atualizados pelo menos uma vez desde o mês de janeiro de 2006 (Bonixe, 2006). Da amostra também foram excluídos os podcasts provenientes de empresas de comunicação, o que resultou num total de 31 produções independentes.

Num levantamento mais recente, Paisana e Martins (2021) compararam o período pré-pandémico com o período da pandemia do novo coronavírus, no que se refere à produção desse formato sonoro. Os autores observaram taxas de crescimento de 200%, em 2 anos, nos conteúdos produzidos em Portugal, a partir de uma amostra dos tops de programas da loja portuguesa da Apple Podcasts. A pesquisa comparativa ocorreu entre os anos de 2018 e 2020.

Já no âmbito do consumo, a pesquisa *Reuters Digital News Report 2020* (Cardoso et al., 2020) revelou que 38% dos portugueses diziam ter escutado um podcast, independentemente do género, no período em análise, o que representa 4 pontos percentuais a mais do que no ano de 2019. Além disso, de acordo com estes dados, os portugueses preferem podcasts especializados (em assuntos como economia, ciência, tecnologia), seguidos

dos noticiosos e sobre desporto. A informação deste relatório mostra ainda que a escuta de podcasts é particularmente popular entre os mais jovens: cerca de metade dos portugueses entre os 18 e os 24 anos ouviu alguma produção no mês que antecedeu a pesquisa.

Supõe-se que, com o aumento das produções e no consumo de podcasts, haja também um aumento nas investigações científicas que buscam compreender esse fenómeno. Em abril de 2021, o Grupo de Investigação em Comunicação, Jornalismo e Espaço Público do Centro de Estudos Interdisciplinares do Século XX, da Universidade de Coimbra, promoveu o evento online “Novas Dinâmicas dos Conteúdos Sonoros no Ambiente Digital”. O encontro reuniu pesquisadores europeus e brasileiros em torno de discussões que problematizam o podcasting.

De entre os papéis desenvolvidos pelos cursos de comunicação das universidades estão a busca pela compreensão, contextualização, discussão e, em determinada medida, o apontamento de tendências no que se refere às perspetivas mediáticas. É a partir dessa premissa que a nossa pesquisa se desenvolve.

O objetivo deste trabalho, portanto, é o de apresentar um levantamento sobre as produções académicas, bem como as suas respetivas reflexões, que possuem como foco os estudos em podcasting publicados em Portugal. Como estratégia metodológica, foram estabelecidas duas etapas:

1. mapeamento e levantamento de artigos científicos que tinham o podcast como objeto de estudo;
2. delimitação de tema e das abordagens teórico-metodológicas utilizadas nos trabalhos selecionados.

Durante a realização da primeira etapa, a investigação ocorreu nas principais revistas académicas portuguesas de ciências da comunicação, a saber: *Comunicação e Cultura*; *Comunicação e Sociedade*; *Comunicação Pública*; *Revista Comunicando*; *Estudos em Comunicação*; *Estudos de Jornalismo*; *História da Comunicação*; *Media & Jornalismo*; *Mediapolis* e *(Obs)* Observatório*. A busca englobou todas as edições a partir de 2004, ano em que surgiu o podcasting (Viana, 2020), até o ano de 2021. No total de 256 números publicados pelo conjunto das revistas mencionadas, foram identificados 19 artigos sobre o tema, conforme se detalhará adiante.

A segunda etapa, por sua vez, consistiu numa observação mais detalhada dos artigos encontrados, que possibilitou uma sistematização da representação do podcasting nos estudos publicados nas revistas portuguesas. Como critérios de observação, estabeleceram-se os seguintes itens e suas respetivas descrições:

- tema: permite a compreensão dos assuntos mais ou menos abordados;
- objeto: sistematiza os olhares empíricos dos investigadores;
- objetivo: identifica as linhas de pesquisa desenvolvidas;
- metodologia: demonstra que abordagens são direcionadas aos estudos em podcasting;
- palavras-chave: permite traçar um panorama dos assuntos que permeiam a investigação em questão;
- grau de formação dos autores: indica em que âmbito académico (mestrado; doutoramento) as pesquisas são desenvolvidas;
- universidade: indica onde são produzidos os estudos;
- financiamento: demonstra se as pesquisas possuem determinados tipos de investimento;
- revista: permite a reflexão sobre o perfil dos periódicos académicos que têm publicado estudos sobre podcasting;
- ano de publicação: traça um panorama do desenvolvimento quantitativo das investigações ao longo do tempo.

Os cinco primeiros itens permitem-nos olhar especificamente para o conteúdo dos trabalhos, enquanto os cinco seguintes traçam as circunstâncias e cenários em que a produção das pesquisas está inserida. Além disso, a sistematização dos estudos encontrados permite-nos responder a uma série de questionamentos relacionados com as publicações científicas em Portugal sobre podcasting: (a) tal como com a produção e o consumo, há um aumento na publicação académica sobre podcasts?; (b) sobre que assuntos os investigadores têm demonstrado mais interesse?; (c) existe alguma universidade que se destaca nessas produções científicas?; e (d) que aspetos permeiam o podcast nas pesquisas?

Parte de um projeto de pesquisa de doutoramento realizada na Universidade Federal de Juiz de Fora (Brasil), com período de estudos na Universidade do Minho, este trabalho procurou, numa abordagem breve, instruir o estado de arte da pesquisa sobre podcasting publicada em revistas portuguesas. Os resultados aqui reunidos são, portanto, preliminares e constituem os primeiros passos que servirão como base de uma abordagem mais ampla.

RÁDIO E PODCAST: UMA COMPARAÇÃO PRELIMINAR

Apesar de a rádio ser um meio de comunicação centenário, apenas nas últimas 2 décadas as investigações sobre este meio vêm ganhando destaque em Portugal. Um pouco como noutros países, os estudos de rádio e meios sonoros são relativamente tardios, quando comparados aos estudos sobre os meios impressos e audiovisuais. Com efeito, “embora alguns nomes de referência marquem alguns trabalhos emblemáticos desta área, como o de Rudolf Arnheim, a produção científica neste campo não tem acompanhado a intensidade da história que a rádio tem vivido ao longo de quase um século” (Oliveira, 2015, p. 240).

Em Portugal, o primeiro grau de doutor em ciências da comunicação foi atribuído no país em 1991. Por outro lado, somente em 1997 foi apresentada a primeira tese de doutoramento sobre rádio numa universidade portuguesa (Oliveira, 2015). A partir de então, há um evidente aumento de produções nesta área, principalmente a partir da segunda metade dos anos 2000.

Ao realizarmos a nossa primeira etapa metodológica, a de mapear artigos científicos, publicados nas revistas mencionadas, que têm o podcast como objeto de estudo, não poderíamos ignorar as pesquisas que trazem a rádio como elemento central. Sendo assim, sistematizamos os dados encontrados e organizamo-los na Figura 1, que permite a visualização da quantidade de produções publicadas ao longo dos anos, sem distinguir as revistas portuguesas nas quais se encontram.

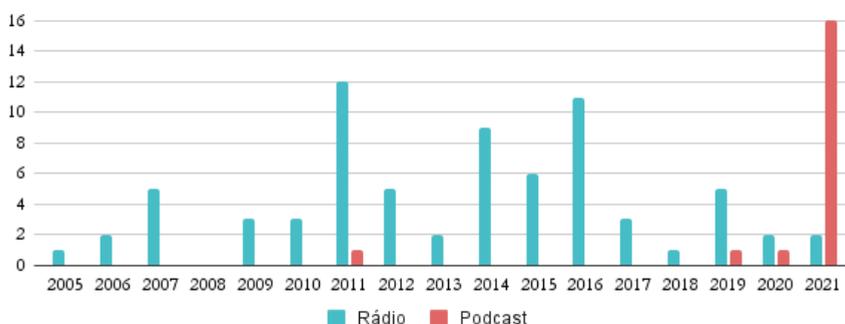


Figura 1 Comparação entre publicações sobre rádio e podcast em revistas portuguesas

A partir do mapeamento, encontrámos um total de 72 trabalhos que tinham a rádio como objeto de pesquisa, distribuídos entre os anos de

2005 e 2021, sendo que no ano de 2008 não houve qualquer artigo científico publicado. Em comparação, foram encontradas 19 produções referentes aos estudos em podcasting ao longo do mesmo período.

Para além dessas constatações, o gráfico mostra-nos um dado interessante: nos 3 últimos anos observados, enquanto as publicações sobre rádio caem de um ano para o outro (2019–2020) e depois permanecem constantes (2020–2021), as pesquisas relacionadas ao podcasting seguem o caminho contrário, pois permanecem constantes de um ano para o outro (2019–2020) e depois crescem (2020–2021).

Ao longo dos anos, houve apenas dois dossiês voltados especificamente para a rádio e os meios sonoros: em 2011, o número 20 da revista *Comunicação e Sociedade*, publicada pelo Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, dedicado à “Rádio na Frequência da Web”; e, em 2014, o número 24 da revista *Media & Jornalismo*, sobre “Rádio – Contextos e Linguagens”, “ambas reunindo contributos de investigadores portugueses e estrangeiros com reflexões sobre a produção radiofónica em contexto de adaptação à Internet” (Oliveira, 2015, p. 245). Inclusive, é no primeiro deles que o primeiro artigo sobre podcasting surge publicado.

Essas iniciativas estão refletidas nos dados apontados no gráfico, pois o dossiê de 2011 possui 10 publicações, enquanto o de 2014, oito. Juntas, elas referem-se a 25% das 72 publicações sobre rádio encontradas. Ou seja, num recorte temporal de 17 anos, um quarto dos artigos científicos está reunido nas duas únicas edições que se dedicam a observar exclusivamente o contexto radiofónico.

Já em 2021, o alto número de publicações sobre podcast dá-se, principalmente, pela organização do dossiê “Os Novos Territórios do Podcasting” (Reis & Ribeiro, 2021), publicado pela revista *Comunicação Pública* em dezembro. Isso leva-nos a crer que o interesse por esse campo de estudos não é tão pequeno, mas sim as iniciativas que lhe dão visibilidade.

Embora seja evidente um impulso crescente nos últimos anos em torno das temáticas do som e da rádio, “mesmo do ponto de vista cultural, têm sido ainda pouco expressivos os trabalhos focados em arte e estética sonora” (Oliveira, 2015, p. 241). Atendendo à leitura feita no contexto deste artigo, pode dizer-se que os trabalhos que encontramos sobre podcasting mostram que esse cenário pode estar a mudar. É o que veremos no próximo tópico.

UM PANORAMA DOS CONTEÚDOS BASE DA INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA

Um levantamento sobre o estado da arte de pesquisas brasileiras de rádio e média sonoras que tinham o podcast como objeto principal revelou que, durante os primeiros anos deste formato, as investigações acadêmicas eram voltadas para questionar se o podcast era ou não considerado rádio (Viana, 2020). Após a superação dessa discussão, a segunda fase dos estudos brasileiros tem atualmente como foco analisar as possibilidades narrativas e formas de financiamento deste meio.

Já os trabalhos encontrados nas revistas portuguesas mostram-nos que os estudos lusitanos teriam “pulado” aquilo que seria a primeira fase das pesquisas realizadas no Brasil e ido direto para as investigações sobre as complexidades da narrativa sonora. Por exemplo, o primeiro artigo publicado, “Bem-Vindos ao Pod-Drama-Cast e a uma Nova Experiência de Escuta: A Comunidade Virtual de The Archers” (Rodero Antón, 2011), destaca como o meio impulsionou o renascimento do radiodrama. A interação potencializada pelas plataformas digitais permite que os utilizadores possam, de certa forma, contribuir para a narrativa, sugerindo desfechos e determinados caminhos a serem seguidos pelas personagens.

Além disso, a estética sonora redesenhada em alta qualidade pelas novas tecnologias, assim como o hábito recorrente do uso de auscultadores e auriculares para o consumo deste *medium* sonoro, induz o ouvinte a uma experiência imersiva. Esse envolvimento íntimo motivou a criação, segundo Emma Rodero Antón (2011), de uma nova comunidade virtual formada por ouvintes fiéis. Nesse contexto, o seu trabalho tinha como objetivo analisar os principais recursos empregados na construção narrativa do podcast que permitissem caracterizar essa nova relação. Como resultado, a autora apontou que os recursos encontrados envolvem os ouvintes em três níveis de necessidades: funcionais, sociais e psicológicas.

Na fronteira entre objetos com abordagem ficcional e de não ficção está o trabalho “The Revenge of Audio: O Despertar do Som Binaural na Era dos Podcasts e das Narrativas Radiofónicas”, de Paiva e Morais (2020). Nele, os autores destacam a forma como tem havido uma revitalização da importância do áudio e chamam a atenção para o despertar de novas experiências sonoras. O foco aqui, no entanto, é para a construção da narrativa sonora com a subsistência da tecnologia 3D — o áudio binaural —, seja ela de entretenimento ou jornalística.

O objetivo dessa investigação era compreender o interesse que o conceito de áudio binaural tem despertado no contexto acadêmico sobre rádio e podcasts, além de mapear produções nacionais e internacionais

que recorrem a essa tecnologia. Os autores perceberam que o som tridimensional tem sido menos utilizado no campo informativo do que no de entretenimento, apesar de existirem experiências notáveis desenvolvidas em Portugal, seja a nível académico ou do mercado — este último com destaque para produções da Antena 1.

O artigo científico “A Redescoberta do Storytelling: O Sucesso dos Podcasts Não Ficcionalizados Como Reflexo da Viragem Narrativa”, de Santos e Peixinho (2019), olha para o desenvolvimento desse meio sonoro com a complementaridade dos estudos narrativos. Assim como os dois trabalhos anteriores, os autores também veem o podcast como um espaço de redescoberta e defendem que os mais bem-sucedidos são aqueles que possuem a narrativa em seu âmago.

O objetivo, então, era explicar como esse meio se estabeleceu como lugar da recriação e redescoberta da narrativa de não ficção e da história de longa duração. Os autores apontam que o podcast se estabeleceu como um produto de nicho que explora fragilidades da rádio *mainstream* e que tem florescido a partir de uma semente por esta lançada. Acreditam, ainda, que “o podcast vai se equilibrar no ecossistema mediático, precisamente, devido a um dos aspectos que sustentou o seu crescimento: a sedução da palavra e da história contada”, mas não uma história qualquer, como defendem Santos e Peixinho (2019, p. 155), uma história de pessoas reais.

Martins e Vieira (2021a) saem da perspectiva narrativa e focam nos produtos informativos. Em “Podcasts no Jornalismo Português – O Caso P24”, os autores têm como objetivo caracterizar a produção do primeiro podcast de base diária existente num jornal português. No decorrer da investigação, há o apontamento de três principais composições do podcasting pelas estações de rádio em geral: (a) conteúdo já emitido na transmissão linear; (b) produção própria de conteúdos especificamente para as plataformas digitais; e (c) spin-offs dos conteúdos da grelha de programação, com o objetivo de expandir a abrangência dos seus conteúdos para além do público da emissão linear.

Como o objeto aqui estudado é um podcast proveniente de um meio originalmente impresso, o jornal *Público*, os resultados da pesquisa mostram que nessa produção a maioria dos conteúdos continua “a desenrolar-se através de modelos tradicionais de entrevista ou debate com pouca ou nenhuma sonoplastia, pouco planeamento narrativo e construção adicional que marquem uma cisão com a linguagem radiofónica histórica” (Martins & Vieira, 2021a, p. 118). Os autores acreditam que a justificação para esse cenário pode estar nas equipas e orçamentos reduzidos, associados a uma produção intensa.

Cabe ressaltar que os três primeiros artigos científicos discutidos até aqui foram elaborados em contexto pré-pandemia do novo coronavírus. Com a disseminação da doença pelo mundo, diversos aspectos sociais, políticos, midiáticos, económicos, entre outros, foram redesenhados. O trabalho “Podcasting e Pandemia. Da Portabilidade e Mobilidade ao Confinamento e Universos Pessoais Interconectados”, de Paisana e Martins (2021), tem justamente como objetivo analisar o impacto da pandemia na esfera da produção em virtude das dinâmicas de consumo.

Paisana e Martins (2021) partiram da ideia de que com o confinamento haveria uma diminuição no consumo de média associado à mobilidade e à portabilidade, como é o caso do podcast. Mas o que se viu, segundo eles, foi que as novas práticas diárias provocaram uma reconfiguração da relação dos consumidores com o espaço e com o tempo. A investigação mostrou que, do ponto de vista do consumo, o podcasting teria adquirido uma comunicação orgânica coincidente com a comunicabilidade confinada. Do ponto de vista da produção, “a pandemia não trava um crescimento exponencial da oferta, em termos de diversidade e quantidade, que redundava numa maior competitividade dos formatos existentes” (Paisana & Martins, 2021, p. 56).

Para perceber quem são os produtores de podcasts em Portugal, Martins e Vieira (2021b) aplicaram um inquérito online e levantaram uma amostra de 92 respostas. O resultado foi publicado em “Novos Produtores de Média? O Perfil do Produtor de Podcasts Português”, que identifica que o perfil-tipo do produtor português é: homem, com formação superior, sem experiência anterior em rádio, que lança em média um episódio novo do seu formato a cada semana e tem uma idade média de 31 anos.

Já o dossiê “Os Novos Territórios do Podcast” (Reis & Ribeiro, 2021) reúne pontos de vista de investigadores de Portugal e do Brasil. De um total de 13 artigos, cinco são de autores vinculados a instituições portuguesas — sendo um com colaboração de uma investigadora vinculada a uma universidade em Singapura — e oito de instituições brasileiras.

Em “Agarrar Som. Reflexões Sobre o Estatuto Contemporâneo do Podcasting no Mundo Mediado”, os autores Paisana et al. (2021) refletem sobre o estatuto contemporâneo dos podcasts, argumentando que ainda que as semelhanças entre o podcasting e a rádio em formato tradicional sejam largamente conhecidas, estas formas de mediação estão também estreitamente relacionadas com a tradição oral e formas mais antigas de estruturação social através da partilha de simbologias, narrativas e discursos.

Miranda et al. (2021) buscam identificar características da produção e distribuição de podcasts no contexto português, tendo em perspetiva a

distinção entre os projetos tutelados por meios de comunicação social e as iniciativas dinamizadas por outros tipos de entidades, em “O Podcast Como Remediação da Rádio e da Televisão nos Pequenos Mercados: O Caso Português”. Segundo os autores, os resultados sugerem uma forte expressão de podcasts tutelados por meios de comunicação social, bem como um recurso ao formato como canal alternativo de distribuição de conteúdo produzido para a rádio e televisão.

Prata et al. (2021) propõem uma revisão sistemática da literatura sobre o termo podcast até o ano de 2017. As três principais vertentes a serem observadas estão disponíveis em “Podcast: A Research Trajectory and Emerging Themes” (Podcast: Trajetória de Pesquisa e Temas Emergentes). São elas: (a) os dados levantados relacionam o podcast a três áreas principais: educação, saúde e rádio; (b) a pesquisa aponta que o artigo “Will the iPod Kill the Radio Star? Profiling Podcasting as Radio” (Irá o iPod Matar a Estrela de Rádio? Caracterização do Podcasting Como Rádio), de Berry, 2006, inaugura as discussões sobre a natureza do podcast, sendo o pioneiro no assunto; e (c) a pesquisa também retrata que há dois principais temas emergentes nos estudos sobre podcast: mídia sociais e participação política.

O artigo “O Áudio Pensado Para um Jornalismo Imersivo em Podcasts Narrativos” (Viana, 2021) tem como objetivo discorrer sobre estratégias sonoras que potencializam uma experiência imersiva nessas produções. Assim, Viana (2021) propõe sete perspectivas que acionam estratégias fundamentadas na estrutura narrativa do áudio: (a) humanização do relato; (b) narrativa em primeira pessoa; (c) condução emocional; (d) uso de sonoras; (e) descrição de cenas e dos locais do acontecimento; (f) ambientação do local; e (g) metajornalismo.

Em “Da Reportagem ao Podcast: Aproximação Entre a Reportagem Radiofônica Especial e o Podcast CBN Especial”, Zimmermann e Zuculoto (2021) investigam a relação entre reportagem radiofônica especial e podcast jornalístico, a partir das estruturas e das especificidades de ambos os formatos. Assim, evidencia-se que, mesmo diante de novas formas de circulação e consumo nos meios digitais, podcasts desenvolvidos por emissoras de rádio mantêm na sua etapa de produção características de produto radiofônico.

Santa-Cruz e Barsotti (2021) discutem “O Jornalista Como Fonte: Os Casos dos Podcasts *Café da Manhã* e *Ao Ponto*”. Como reflexão, apontam que este processo transforma o jornalista simultaneamente em produtor de conteúdo e em fonte-especialista, ficando responsável por garantir a credibilidade da notícia que produz.

Janay (2021), por sua vez, analisa formações discursivas como tentativa de ver pistas de engajamentos identitários relacionados a afetos em torno dos *podcasters*, seu ouvintes e suas práticas. Os resultados analíticos realizados no artigo “Podcasters e Seus Ouvintes: Afetos, Engajamentos Identitários e Disputas Sobre o Fenômeno dos Podcasts” mostram a complexa rede de relações que constituem os podcasts como uma forma cultural.

Em “Consumo de Podcasts Jornalísticos no Cotidiano de Jovens Universitários Brasileiros”, Quintino et al. (2021) divulgam os resultados da pesquisa realizada por meio de *survey* no Google Formulários com estudantes de graduação da Universidade de Brasília, Brasil. A investigação permitiu identificar que podcasts jornalísticos brasileiros contribuem para a construção de hábitos de consumo de informação, manutenção de relações sociais e compreensão dos acontecimentos no Brasil e no mundo pelos jovens.

No artigo “Do Radiodrama ao Podcast: Em Busca de um Referencial Teórico Para Analisar Novas Peças Dramatúrgicas”, Gambaro e Ferraz (2021) resgatam discussões sobre a retomada do enredo dramático pelo novo meio. Avançam, portanto, a partir de um referencial da rádio, fixando um princípio da ficção em áudio, ocorrido há 35 anos, com o projeto *Radio-Criatividade* (1981–1990), da SSC&B-Lintas, de São Paulo, para discutir as características da dramaturgia atual em meios sonoros.

Ampliando as reflexões das potencialidades do formato, Pinheiro (2021) apresenta uma reflexão em “Podcast y el Territorio de la Accesibilidad Cultural: Reflexiones Desde el Escenario Brasileño” (Podcast e o Território da Acessibilidade Cultural: Reflexões a Partir do Cenário Brasileiro) sobre as possibilidades de tornar o conteúdo acessível a um público sensorialmente diversificado, especialmente a comunidade surda e cega. Assim, ressalta que os podcasts são formas de expressão da linguagem radiofônica que podem e devem ser acessibilizados e apresenta estratégias contributivas a esse processo, como as transcrições, legendagem descritiva e criativa, audiodescrição, janela de língua gestual, uso de links e hashtags e textos alternativos.

Cordeiro e Damázio (2021), em “Podcastmente: Podcasts de Saúde Mental Criados na Pandemia Covid-19 em Portugal”, procuram compreender as características, formatos e conteúdos dos podcasts criados neste período. A análise interpretativa permitiu entender a finalidade e o tom do conteúdo, bem como as motivações que levam à criação destes produtos, concluindo-se que a seleção das categorias é estratégica, em relação com o tipo de conteúdo produzido.

Em “Dez Minutos de Conversa: Podcasting Como Recurso de Formação Multidimensional”, Menezes et al. (2021) apresentam um podcast de entrevista, projeto extracurricular desenvolvido em contexto de ensino

superior com a missão de proporcionar um espaço de formação para estudantes de comunicação. Além disso, mostram que o seu desenvolvimento está positivamente relacionado com a exploração pedagógica desse meio, confirmando as potencialidades formativas associadas à tecnologia digital.

Por fim, no artigo “Podcasts Are Fashionable Too: The Use of Podcasting in Fashion Communication” (Os Podcasts Também Estão na Moda: O Uso do Podcasting na Comunicação de Moda), Fernandes e Morais (2021) analisam a forma como a moda, enquanto temática com uma forte componente estética e artística, tem sido trabalhada pelo podcasting. Partindo de uma seleção de 15 podcasts sobre moda, observaram em que medida o podcasting tem sido um território para a promoção da indústria da moda.

Podemos constatar que, a partir do podcast enquanto objeto de pesquisa, o enquadramento mais recorrente é composto pelos aspetos narrativos possibilitados por esse meio, sejam eles observados a partir de recursos tecnológicos, como o caso do uso do áudio binaural, ou da própria estrutura narrativa sonora, como o envolvimento do ouvinte com as histórias de vida. As abordagens ocorrem, ainda, tanto em produções ficcionais como nas de não ficção, com predomínio desta última.

Em relação às estratégias metodológicas utilizadas nas investigações, identificou-se o uso de ferramentas clássicas e nenhuma especificamente voltada para o podcasting ou para os média sonoros, tal como ocorre também nas pesquisas brasileiras (Viana, 2020). A Figura 2 sistematiza as abordagens encontradas.

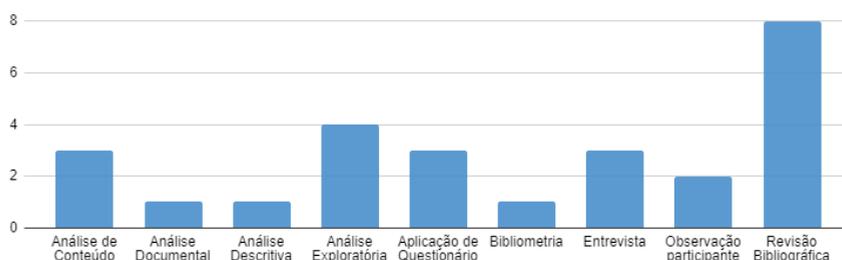


Figura 2 Abordagens metodológicas

Como ilustra esta representação, foram encontradas nove abordagens diferentes para os trabalhos mapeados, sendo que enquanto alguns deles recorrem a combinações para suas investigações, outros sequer

indicam uso de metodologias. Em estudos de rádio e média sonoras, Kischinhevsky (2016) advoga o emprego de abordagens multimétodo para dar conta da complexidade que envolve o objeto sonoro, a depender do problema de pesquisa que o investigador pretende abordar.

Para o autor, no atual contexto, a comunicação radiofónica é predominantemente sonora, mas não se limita aí. Os elementos de pesquisa que envolvem a radiofonia também estão presentes “na escuta em redes sociais on-line, no compartilhamento de arquivos, nas curtidas que estes áudios obtêm dos ouvintes, dos comentários que os acompanham, nos memes a eles associados, nos textos de apoio disponíveis em sites onde são postados” (Kischinhevsky, 2016, p. 280).

Nesse sentido, pesquisas brasileiras têm discutido muito sobre a apropriação de metodologias clássicas com adaptação especificamente para os estudos em podcasting, como fazem Lopez e Alves (2019) quando destacam a pesquisa descritiva, a análise de conteúdo e o estudo de caso como abordagens possíveis, com as devidas adequações, para o desenvolvimento de pesquisas voltadas para a serialização de podcasts narrativos; ou a partir de propostas exclusivas, como fazem Silva e Pinheiro (2021) com a análise audioestrutural do podcast.

Nas publicações em revistas portuguesas, ainda não há pistas para essas discussões, como mostra o nosso mapeamento. De forma sistematizada, verificamos que se recorre a ferramentas clássicas, como análise de conteúdo, análise descritiva, entrevistas, entre outros, para se investigar o podcast.

Após apresentarmos as perspectivas teórico-metodológicas, olhamos para o conjunto de palavras-chave usadas pelos autores em todos os artigos científicos encontrados, para assim podermos traçar um panorama dos assuntos que permeiam as investigações. É o que demonstra a Figura 3.



Figura 3 Palavras-chave usadas nas pesquisas sobre podcast

No total, foram usadas 52 palavras diferentes, sendo que nove delas mais de uma vez. São elas: “podcast”, aparecendo 17 vezes; “jornalismo” e “rádio”, três; “comunicação”, “COVID-19”, “pandemia”, “podcasting”, “radiodrama” e “radiojornalismo”, duas vezes. As demais, apresentadas na Figura 3, apareceram apenas uma vez. São essas as dimensões abordadas junto ao podcasting.

Após levantarmos as principais questões voltadas para o conteúdo das pesquisas, o nosso passo seguinte será refletir sobre os aspectos relacionados com a produção das investigações. Esse panorama será apresentado no próximo tópico.

PRODUÇÃO CIENTÍFICA: CIRCUNSTÂNCIAS E CENÁRIOS

Para traçar um panorama das condições que envolvem as produções acadêmicas, delimitamos cinco eixos a serem observados, como apresentamos anteriormente. A saber: (a) grau de formação dos autores; (b) universidade dos autores; (c) se houve financiamento para a pesquisa; (d) em qual revista foi publicada; e (e) em qual ano foi publicada.

Para a primeira observação, cabe ressaltar que dos 40 autores, 27 possuem o título de doutor, seis estão em doutoramento, um é mestre, um é mestrando e dois possuem apenas a graduação¹ (Figura 4).

¹ Não foi possível encontrar a formação de três autores.

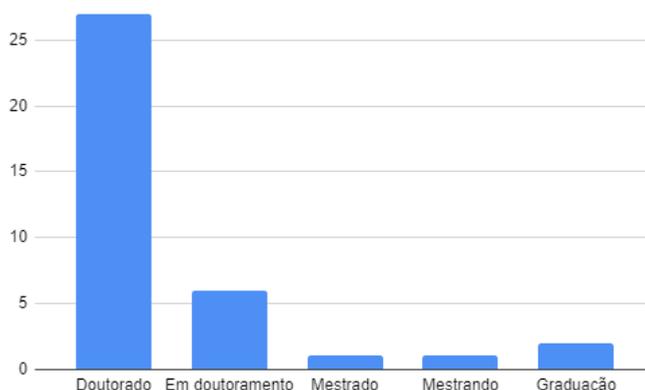


Figura 4 Grau de formação dos autores

Ressalta-se, ainda, que há uma equiparação quando olhamos para o género dos investigadores: 20 são mulheres e 20 são homens.

Ao olharmos para as universidades dos autores, encontramos 18 instituições diferentes, sendo 10 brasileiras — Universidade Federal de Ouro Preto, Universidade Federal de Santa Catarina, Universidade Federal Fluminense, Universidade Federal da Bahia, Universidade Federal de Juiz de Fora, Universidade de Brasília, Fumec, ESPM-Rio, Universidade Anhembi Morumbi e Universidade Cruzeiro do Sul; seis portuguesas — Universidade de Coimbra, Universidade Nova de Lisboa, Universidade da Beira Interior, Instituto Universitário de Lisboa, Politécnico de Leiria e Universidade Europeia; uma espanhola — Universidad Pompeu Fabra; e uma de Singapura — Lasalle.

Outro dado que nos chama a atenção é que em nenhum dos trabalhos há indicação de que se trata de pesquisa financiada, o que reforça ainda mais a ideia de que ou são pesquisas pontuais e isoladas, quando desenvolvidas apenas por doutores, ou são pesquisas relacionadas ao desenvolvimento de teses e dissertações, sem indicativo de financiamento.

Os 19 trabalhos académicos encontrados estão distribuídos em cinco revistas científicas: *Comunicação e Sociedade* (2011); *Estudos em Comunicação* (2019); *Media & Jornalismo* (2020, 2021); *(Obs)* Observatório* (2021) e *Comunicação Pública* (2021). A primeira, como já apontado anteriormente, elaborou um dossiê específico sobre as investigações em rádio e meios sonoros. A *Media & Jornalismo* também organizou um dossiê, em 2014, mas não teve publicado nenhum trabalho sobre podcasting. Em contrapartida, o dossiê da *Comunicação Pública* publicou 14 investigações sobre o tema.

Com exceção da (Obs)* *Observatório*, que é produzida pelo Observatório da Comunicação, as outras quatro revistas são organizadas por universidades portuguesas. Universidades que, de acordo com o nosso levantamento, abrigam pesquisas de podcasting, com exceção da Universidade do Minho com a revista *Comunicação e Sociedade* e do Politécnico de Lisboa com a *Comunicação Pública*. Os anos destacados para as produções, como vimos no primeiro gráfico, são 2019, 2020 e 2021, apresentando projeções de crescimento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ainda que sejam poucos os trabalhos encontrados, eles permitem a extração de dados que julgamos interessantes para traçar um panorama dos estudos sobre podcasting publicados em Portugal. Além disso, realizar esse tipo de investigação ainda no começo do fenómeno permite que a sua evolução seja acompanhada de perto, com detalhes.

Foi possível perceber, por exemplo, que as possibilidades de redescoberta e reapropriação de narrativas que antes eram fortemente produzidas pela rádio tradicional nas suas primeiras décadas de existência, como o drama, as histórias humanizadas e as de longa duração aparecem tanto em pesquisas portuguesas e espanholas quanto nas brasileiras.

Em relação às ferramentas metodológicas, percebemos a predominância de estratégias clássicas, sem uma discussão sobre o caráter multifacetado do podcasting enquanto formato de mídia. Quando olhamos para as universidades a que as publicações estão vinculadas, destacam-se as instituições brasileiras.

Já quando olhamos para as palavras-chave, foi possível compreender outras esferas de interesse que se relacionam com o podcast. Destacamos dois principais grupos: (a) vinculados ao áudio, como “podcast”, “podcasting”, “rádio”, “áudio imersivo”, “som binaural”, “linguagem radiofónica”, entre outros; e (b) vinculados ao jornalismo, como “ciberjornalismo”, “pandemia”, “COVID-19”, “reportagem radiofónica especial”, “jornalistas”, “fontes”, entre outros.

Por fim, também percebemos um pequeno aumento nas publicações ao longo dos 3 últimos anos. Retomamos Fidler (1998) que, no início deste texto, utilizámos para falar sobre uma adoção postergada dos meios de comunicação. Aconteceu assim com a rádio, com a televisão e está a acontecer com o podcast. A expectativa é a de que nos próximos anos haja um aumento notável das publicações sobre esse meio de comunicação.

AGRADECIMENTOS

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001. Este trabalho é apoiado também por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto UIDB/00736/2020 (financiamento base) e UIDP/00736/2020 (financiamento programático).

REFERÊNCIAS

- Bonixe, L. (2006, 12 de maio). Um olhar sobre o podcasting português. *Rádio e Jornalismo*. <http://radioejornalismo.blogspot.com/2006/05/um-olhar-sobre-o-podcasting-portugus.html>
- Cardoso, G., Paisana, M., & Pinto-Martinho, A. (2020). *Reuters digital news report 2020: Portugal*. OberCom.
- Cordeiro, P., & Damázio, A. (2021). Podcastmente: Podcasts de saúde mental criados na pandemia Covid-19 em Portugal. *Comunicação Pública*, 16(31), 1–22. <https://doi.org/10.34629/cpublica.54>
- Fernandes, C., & Morais, R. (2021). Podcasts are fashionable too: The use of podcasting in fashion communication. *Comunicação Pública*, 16(31), 1–20. <https://doi.org/10.34629/cpublica.49>
- Fidler, R. (1998). *Mediamorfosis. Compreender los nuevos médios*. Granica.
- Gambaro, D., & Ferraz, N. (2021). Do radiodrama ao podcast: Em busca de um referencial teórico para analisar novas peças dramaturgicas. *Comunicação Pública*, 16(31), 1–21. <https://doi.org/10.34629/cpublica.56>
- Janay, P. (2021). Podcasters e seus ouvintes: Afetos, engajamentos identitários e disputas sobre o fenômeno dos podcasts. *Comunicação Pública*, 16(31), 1–21. <https://doi.org/10.34629/cpublica.68>
- Kischinhevsky, M. (2016). *Rádio e mídias sociais: Mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação*. Mauad X.
- Lopez, D. C., & Alves, J. (2019). Apontamentos metodológicos para a análise de podcasts seriados. In *42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Intercom. <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0147-1.pdf>

- Martins, R. L., & Vieira, J. (2021a). Podcasts no jornalismo português – O caso P24. *Media & Jornalismo*, 21(38), 99–122. https://doi.org/10.14195/2183-5462_38_5
- Martins, R. L., & Vieira, J. (2021b). Novos produtores de mídia? O perfil do produtor de podcasts portugueses. *Observatorio (OBS*) Journal*, 15(4), 144–162. <https://doi.org/10.15847/obsOBS15420211735>
- Menezes, C., Gamboa, M. J., Brites, L., & Oliveira, M. (2021). Dez minutos de conversa: Podcasting como recurso de formação multidimensional. *Comunicação Pública*, 16(31), 1–18. <https://doi.org/10.34629/cpublica.65>
- Miranda, J., Santos, S., Magalhães, C., May, A. T., & Cardoso, P. (2021). O podcast como remediação da rádio e da televisão nos pequenos mercados: O caso português. *Comunicação Pública*, 16(31), 1–21. <https://doi.org/10.34629/cpublica.62>
- Oliveira, M. (2015). Som em frequência moderada: Cartografia dos estudos de rádio em Portugal. In M. Oliveira & N. Prata (Eds.), *Rádio em Portugal e no Brasil: Trajetória e cenários* (pp. 239–249). CECS. http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/2156/2074
- Paisana, M., & Martins, R. (2021). Podcasting e pandemia. Da portabilidade e mobilidade ao confinamento e universos pessoais interconectados. Circumnavegando as repercussões socio-mediáticas do contexto pandémico [Número especial]. *Revista Observatorio (OBS*)*, 56–75. <http://hdl.handle.net/10071/22623>
- Paisana, M., Martins, R., & Cardoso, G. (2021). Agarrar som. Reflexões sobre o estatuto contemporâneo do podcasting no mundo mediado. *Comunicação Pública*, 16(31), 1–18. <https://doi.org/10.34629/cpublica.73>
- Paiva, A. S., & Morais, R. (2020). The revenge of audio: O despertar do som binaural na era dos podcasts e das narrativas radiofónicas. *Media & Jornalismo*, 20(36), 129–151. https://doi.org/10.14195/2183-5462_36_7
- Pinheiro, E. B. (2021). Podcast y el territorio de la accesibilidad cultural: Reflexiones desde el escenario brasileño. *Comunicação Pública*, 16(31), 1–24. <https://doi.org/10.34629/cpublica.53>
- Prata, N., Avelar, K., & Cordeiro, H. M. (2021) Podcast: A research trajectory and emerging themes. *Comunicação Pública*, 16(31), 1–20. <https://doi.org/10.34629/cpublica.67>
- Quintino, C. L., Del Bianco, N. R., & Moura, D. O. (2021). Consumo de podcasts jornalísticos no cotidiano de jovens universitários brasileiros. *Comunicação Pública*, 16(31), 1–31. <https://doi.org/10.34629/cpublica.56>

- Reis, A. I., & Ribeiro, F. (2021). Os novos territórios do podcast [Dossiê especial]. *Comunicação Pública*, 16(31). <https://doi.org/10.34629/cpublica.v16i31>
- Rodero Antón, E. (2011). Bem-vindos ao pod-drama-cast e a uma nova experiência de escuta: A comunidade virtual de *The Archers*. *Comunicação e Sociedade*, 20, 43–59. [https://doi.org/10.17231/comsoc.20\(2011\).882](https://doi.org/10.17231/comsoc.20(2011).882)
- Santa-Cruz, L., & Barsotti, A. (2021). O jornalista como fonte: Os casos dos podcasts *Café da Manhã* e *Ao Ponto*. *Comunicação Pública*, 16(31), 1–20. <https://doi.org/10.34629/cpublica.69>
- Santos, S., & Peixinho, A. (2019). A redescoberta do storytelling: O sucesso dos podcasts não ficcionais como reflexo da viragem narrativa. *Estudos em Comunicação*, (29), 147–158. <http://ojs.labcom-ifp.ubi.pt/index.php/ec/article/view/555>
- Silva, G. N., & Pinheiro, R. A. (2021). Análise audioestrutural do podcast: Uma proposta metodológica para chamar de nossa. In *IV Jornada Discente de Pesquisa em Comunicação – Dissonâncias do contemporâneo: Espaços e (des) construção de saberes* (pp. 1–2). UnB. <https://conferencias.unb.br/index.php/jdpc/JD-4/paper/view/34922/2637>
- Viana, L. (2020). Estudos sobre podcast: Um panorama do estado da arte em pesquisas brasileiras de rádio e mídia sonora. *Contracampo*, 39(3), 1–16. <https://doi.org/10.22409/contracampo.voio.43248>
- Viana, L. (2021). O áudio pensado para um jornalismo imersivo em podcasts narrativos. *Comunicação Pública*, 16(31), 1–19. <https://doi.org/10.34629/cpublica.72>
- Zimmermann, A., & Zuculoto, V. (2021). Da reportagem ao podcast: Aproximação entre a reportagem radiofônica especial e o podcast CBN Especial. *Comunicação Pública*, 16(31), 1–20. <https://doi.org/10.34629/cpublica.55>

Citação:

Viana, L., & Oliveira, M. (2022). Estudos em podcasting: Um panorama das pesquisas em publicações periódicas portuguesas. In Z. Pinto-Coelho, S. Marinho & T. Ruão (Eds.), *Práticas comunicativas, organizações e educação. Atas das VIII Jornadas Doutorais do CECS* (pp. 26–44). CECS.

LUIZ ALBERTO MOURA¹, JEAN-MARTIN RABOT¹,
MOISÉS DE LEMOS MARTINS¹ & PAULA GUERRA²

luizalberto.moura@gmail.com; jmrabot@ics.uminho.pt;
moisesm@ics.uminho.pt; pguerra@letras.up.pt

¹ Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho, Braga, Portugal | ² Departamento de Sociologia, Faculdade de Letras, Universidade do Porto, Porto, Portugal

FROM OUTER SPACE. O PROCESSO DE DESCENTRALIZAÇÃO DA MÚSICA INDIE PORTUGUESA (1991–2000)

RESUMO

Nas próximas páginas analisaremos os processos de produção de quatro gravadoras indie em Portugal, nos anos 1990, e em como foram determinantes para a democratização e descentralização do mapa da música nacional a partir da década de 1990. Operando à margem da grande indústria fonográfica, e calcadas na liberdade e vanguarda artísticas, esses selos, Bee Keeper (Lisboa), LowFly (Póvoa de Varzim), Moneyland Record\$ (Caldas da Rainha) e Lux Records (Coimbra), avançam com o panorama iniciado nos anos 1980, sendo peças fundamentais para dar voz a uma nova música que surgia do *underground* português e que não teria espaço nas chamadas “majors”. A oposição ao *mainstream* e a luta contra a precariedade fizeram com que florescessem nessas comunidades sentimentos de pertença, trabalho coletivo e métodos alternativos de como “fazer música”. Pretendemos ainda explorar como essas editoras foram responsáveis também por disseminar novas sonoridades, mais afeitas à época com o que se ouvia nos Estados Unidos, misturando-as com a influência massiva da música britânica no país. Partiremos da origem destas editoras, seus desenvolvimentos e em como moldaram seus nichos. Deste modo, visualizaremos o legado de cada uma delas na música portuguesa como um todo. E também em como foram importantes para a criação, valorização, divulgação e regeneração de espaços para a prática da música, de eventos, fomentando novos meios de economia e estética, sendo peças chave para mudanças culturais e urbanas.

PALAVRAS-CHAVE

cenas musicais; democratização; descentralização; gravadoras indie; indie

INTRODUÇÃO

Em janeiro de 1977, em um ato inédito até então, a banda inglesa Buzzcocks lançava o *extended play*¹ (EP) *Spiral Scratch* de forma totalmente independente, por um selo fonográfico próprio, o New Hormones. O impacto do EP, que chegou a vender 16.000 cópias na época, mostrou que era possível produzir, gravar e distribuir música sem vínculos com grandes gravadoras, com total liberdade artística, sendo a pedra fundamental do indie. “Fundamentalmente, a música adquire seu conteúdo de verdade social tão só por meio da oposição, mediante a revogação do seu contrato social” (Adorno, 1962/2011, p. 405). Gravadoras do gênero espalharam-se pelo Reino Unido, transformando-se em agentes modificadores de culturas locais, de democratização e de descentralização da música. Com isso, localidades, até então nada ou pouco conhecidas pela produção musical, inseriram-se em cartografias culturais. Essas gravadoras — posteriormente chamadas de indie — transformaram-se em vetores de conhecimento, prescritores de gosto e provocaram novas formas de consumo (King, 2012; Reynolds, 2005). Esta “rutura abre caminho para a fragmentação da cultura e da sociedade, em que heterogeneidade, multiplicidade, pluralidade, individualidade e fragmentação são os discursos e posições de sujeito proeminentes” (Ulusoy, 2016, p. 246).

Por meio da música, indivíduos empoderaram-se e criam comunidades ou cenas musicais que, segundo Reynolds (2005), são “espaços de produção cultural, que envolvem colaboração e apoio mútuo” (p. 106), além de um “senso de comunidade, cooperação, disponibilidade” (Guerra, 2018, p. 249). O indie é uma “interseção de vários fenômenos estéticos, sociais e comerciais” (Hibbett, 2005, p. 55) que nos faz observá-lo sob prismas variados, porém, com o olhar local ao analisá-lo. É diverso nos *modi operandi*, apresentando variedades de discursos, formas, estilos, e por aí adiante, além, claro, de sonoridades e conflitos. São formas de reinventar realidades servindo “para estabelecer homologias e analogias entre a ordenação da natureza e a da sociedade, e assim ‘explicar’ satisfatoriamente o mundo, tornando-o habitável” (Hebdige, 1979/2018, p. 211).

OS OBJETOS DE ESTUDO

Usaremos nas quatro gravadoras aqui estudadas — Moneyland Record\$, LowFly, Lux Records e Bee Keeper — o conceito de cenas

¹ Um EP, ou *extended play*, é uma forma de fonograma com mais músicas que um *single* (que contém de uma a quatro canções), porém, menor que a de um LP (ou *long play*) que tem por volta de oito a 10 faixas (ou mais). Mais em CD Baby (2019).

musicais², uma vez que identificam-se com seus territórios, ao passo que mantêm relações fora deles (Bennett & Peterson, 2004; Cohen, 1991; Straw, 1991). Nas duas primeiras, podemos chamar de translocais, ou “cenas locais amplamente dispersas, moldadas em uma comunicação regular em torno de uma forma distinta de música e estilo de vida” (Bennett & Peterson, 2004, pp. 6–7), ou seja, nestes casos há uma “base” territorial delimitada (Caldas da Rainha, Póvoa de Varzim), porém, dialogam com outras movimentações musicais. Já a Lux Records foi um “selo de Coimbra”; assim podemos nos referir a este caso como uma cena local, correspondendo “à noção original de uma cena agrupada em torno de um foco geográfico específico” (Bennett & Peterson, 2004, pp. 6–7).

Com isso, e adicionando a Bee Keeper, a troca de experiências e a comunhão afetiva (Maffesoli, 2012/2014) são determinantes para a evolução e o distanciamento do *mainstream* (Moura et al., 2020). Esses selos geraram desejos de proximidade, de cumplicidade (Pais & Blass, 2004), formando, cada um, uma “comunidade emocional resultante de um desejo de pertença, de enraizamento — de fazer parte — perante um contexto de intensa velocidade e transitoriedade de vivência” (Guerra & Moura, 2016, p. 161). Através do esforço colaborativo calcado nas éticas do “do-it-yourself”³ (faça você mesmo; DIY) e do “do-it-together” (faça em conjunto; DIT), formaram-se comunidades em prol do trabalho comunitário (Becker, 1982), integradas pelo afeto e gosto em comum. Essas práticas coletivas transformam o território. Música, afetos, sociabilidades e gostos compartilhados são a “cola” que une essas comunidades, reconfigurando localmente influências externas. Novas experiências derivam dessas atividades, democratizando a produção cultural, sendo esses selos mais que meros reprodutores de sonoridades locais. São “oásis inovadores e criativos para músicos novos ou não convencionais em meio a um negócio discográfico orientado para o capital” (Lee, 1995, p. 13).

Como reação à “indústria cultural”, o indie combate a uniformização do gosto e dos produtos culturais, cujo consumo é uma simples compra de uma mercadoria. Essas conexões à margem do *mainstream* permitiram o acesso e conhecimento de pessoas previamente “não-qualificadas” a capacidades e carreiras criativas que talvez não alcançassem por meios tradicionais:

² O vocábulo “cena”, segundo Bennett e Peterson (2004), começou a ser utilizado por jornalistas a partir dos anos 1940 para expressar o que acontecia no mundo “marginal e boêmio” do jazz americano.

³ O conceito de “do-it-yourself” era inicialmente ligado às questões de pequenos concertos ou reformas caseiras, feitos sem supervisão de um especialista (Bennett, 2018).

a desmistificação foi importante, (...) o compartilhamento de conhecimento. E o encorajamento de quem tenta empreender em qualquer tipo de campo artístico para tentar seguir seu próprio caminho e fazer as coisas por conta própria, sem precisar de permissão. (Travis, como citado em Ogg, 2009, p. 192)

METODOLOGIA UTILIZADA

Os estudos sobre música indie em Portugal ainda se encontram em estágios incipientes e demandam pesquisas baseadas em fontes da imprensa e sistematizações transdisciplinares. Utilizamos entrevistas pessoais com personagens das gravadoras estudadas, em análises comparativas com a bibliografia produzida por autores estrangeiros. Sob um olhar diacrónico, propomos compreender o impacto que os quatro selos tiveram na época que surgiram.

COMO CHAMAR ESSA MÚSICA?

A denominação “indie” apareceu no jornalismo musical no fim da década de 1980, usado para definir gravadoras que eram constituídas sem o apoio de grandes corporações, na maioria, por pessoas alheias ao mercado fonográfico. Não se aceitariam mais parcerias ou vínculos com *majors*, prática comum nas chamadas “independentes” até então. O processo era de total rutura. Para começar, geriam-se por uma nova visão de mercado, com alguma dose, talvez necessária, de irresponsabilidade. As formas tradicionais de expressão, como diz Simmel (como citado em Guerra, 2010, p. 129), já não bastavam. O processo ganhava importância, tanto quanto a música que concebia, levando a imprensa musical a rotular o novo género a partir da forma de criação e não por uma sonoridade específica. O indie é embebido não só nas éticas do DIY e do DIT, afeitas ao punk rock nos anos 1970, mas também em conceitos e atitudes da contracultura dos anos 1960 e desenvolve-se em torno de uma “estética baseada em mobilização e acesso” (Hesmondhalgh, 1999, p. 37).

PRESCRITORES, NOTÁVEIS OU MAVERICKS

Essas movimentações de descentralização e democratização da música, no meio indie, iniciam-se geralmente a partir da figura de um sujeito,

o notável (Guerra, 2010), *maverick* (King, 2012) ou prescritor (Brandão et al., 2019; Hennion, 2002). São *polinizadores* musicais: possuem capital simbólico (Bourdieu, 1993, 1992/1996), são referências de conhecimento e ajudam a transformar ambientes, incentivando a produção musical. A partir deles, indivíduos inspiram-se, produzem e constroem novas relações com a música. Assim, surgem novos mercados, descentraliza-se a produção e o consumo. Com isso, territórios tornam-se locais de experimentação e de não padronização como forma de demarcar posição no país ou como rejeição às suas realidades, fazendo com que a música se torne marca identitária do lugar (Costa & Guerra, 2016; Janotti & Pires, 2018).

De acordo com Bourdieu (1979/2006), cultura musical é mais do que um simples colecionar de experiências, ou que uma “simples soma de saberes” (p. 23). É algo que se adquire juntamente com a experiência de vida e se transforma em valor dentro de uma comunidade. O conhecimento dentro da comunidade indie é valorizado pelo poder de prescrição (Gallego Pérez, 2011):

a noção de capital simbólico designa a faculdade de fazer reconhecer pelos outros agentes o valor dessa propriedade e é um capital que faz com que os agentes concordem num reconhecimento, respeito ou legitimidade dos detentores das diferentes formas de capitais. (Guerra, 2010, p. 604)

“MUNDOS DA ARTE” E CAMPOS

Esse sentimento coletivo vem da multiplicidade do indivíduo na pós-modernidade (Bennett, 2005; Hall, 1992/2006), de onde emerge a *necessidade* de estar junto e fazer junto. O social “racionalizado” dá espaço a uma *socialidade* com preponderância da identificação entre seus participantes (Maffesoli, 1988/1998).

Aqui é importante o conceito de “mundos da arte”, de Howard Becker (1982), uma vez que há “um conjunto de pessoas cujas atividades são necessárias para a produção dos trabalhos que aquele mundo, e talvez também outros, definem como arte” (p. 34). Pela ação coletiva, a arte desenvolve-se, sendo essencial a partilha de conhecimento. Além disso, ajuda a compreender as necessidades do território e de que forma a precariedade e dificuldades podem ser superadas. A prática é uma forma de explicar esses grupos, tornando o indie tradutor de tempos e nichos, uma vez que, como diz Becker (2007), o contexto em que a arte é produzida é determinante para o seu entendimento. Além disso, os mundos da arte são comunidades

em constante mutação, criados a partir de convívios e interesses partilhados. São, segundo Crossley (2015), “espaços sociais e físicos, de interação e de valores, símbolos, definições, objetos compartilhados e práticas geradas através do tempo e por essas interações” (p. 29). Estes locais podem ser, segundo Becker (2007), tanto uma cidade, quanto um bar, ou um bairro que tornam-se focos de novas redes de amizades, afetos e gostos compartilhados (Crossley, 2008, 2015; Crossley & Bottero, 2015).

Diane Crane (1992) adiciona ao conceito de mundos da arte de Becker a ideia de redes sociais informais, numa visão, segundo Guerra (2010), mais diversa:

esta combinação parece ser estimulante para a produção de cultura que é esteticamente original, ideologicamente provocadora ou ambas. Isto porque estas redes tendem a atrair os jovens, trazendo inovação, e porque se sustentam num feedback contínuo entre os criadores e entre estes e as audiências. (p. 499)

Para distinguirem-se do status quo e sobreviverem num mercado hostil como o fonográfico, essas “pequenas organizações culturais” precisam ser permeáveis ao que acontece ao seu redor. Assim, “é impossível entender a natureza e o papel da cultura registada na sociedade contemporânea sem examinar as características das organizações em que é produzida e disseminada” (Crane, 1992, p. 4).

UMA NECESSIDADE CULTURAL TAMBÉM EM PORTUGAL

O indie surge como via para novos artistas em Portugal em 1982, com a Fundação Atlântica, primeira gravadora do género no país (apesar das ligações com a Valentim de Carvalho⁴; Branco, 2019). A gravadora inspirou o surgimento de outros selos que se tornaram vias de escape para produções locais em meio ao mercado retraído por uma crise económica que limitou a procura das majors por novos artistas. Com isso, veio a noção (e a necessidade) de que era possível descentralizar a música, sem a exigência de estar em Lisboa ou no Porto. Era viável fazer da sua comunidade um polo gerador de cultura fazendo crescer o desejo pelo “autogerenciamento, na organização de novos espaços para a promoção de uma música própria” (Ogg, 2009, p. 298).

⁴ As gravações da Fundação Atlântica aconteciam nos estúdios da Valentim de Carvalho, que também distribuía os discos. Com a falência do selo, 2 anos mais tarde, o catálogo da Fundação Atlântica foi incorporado ao da Valentim de Carvalho (Branco, 2019; Guerra, 2010; Moura et al., 2020).

Essa efervescência acontecia após mais de 40 anos de ditadura em Portugal (Lains, 2020). O anseio por novas formas expressão, libertas de amarras e censuras foi determinante para a ampliação de fronteiras musicais, conectando o país, ainda que de forma embrionária, com o que se fazia no mundo. A entrada de Portugal na Comunidade Económica Europeia em 1986 (União Europeia, s.d.) foi determinante ao facilitar o acesso a discos, revistas, fontes musicais e, assim, novas ideias espalharam-se por cidades, aldeias e bairros. Logo, propomos analisar como essa democratização musical se deu de forma mais alargada a partir da década de 1990 em Portugal, ainda um mercado periférico, de poucos consumidores e carente (e ainda é) de infraestrutura para a prática musical.

Esta democratização acontecia ao dar-se voz a expressões musicais de uma localidade pelas bandas de amigos, ou para difundir sonoridades, como a Bee Keeper (catálogo em <https://beekeeperlx.bandcamp.com/>) e Moneyland Record\$ (catálogo em Discogs, s.d.-c), que também garantiam a liberdade de cantar em inglês, como resposta à imposição do português como língua “oficial”, por exemplo, dos “Concursos de Música Moderna”⁵ do Rock Rendez-Vous, em Lisboa, na década anterior. Liberdade criativa que se viu também na Low Fly (catálogo em Discogs, s.d.-a) e na Lux Records (catálogo em Discogs, s.d.-b), com a primeira vinculada à diversidade musical do festival “Cais do Rock” e a segunda agregando intensa atividade musical numa cidade marcada pelo conservadorismo.

A “FAMÍLIA” NOISE DA MONEYLAND RECORD\$

A década de 1990 começa com o mercado fonográfico português em recuperação⁶ (Neves, 1999; Nunes, 2014). Segundo Guerra (2010), foram os anos em que Portugal sai do isolamento cultural e econômico e há um alargamento da oferta musical na televisão por programas como Pop Off e Chuva de Estrelas, mas, principalmente, com a chegada da MTV. Com o canal vinham os géneros alternativos, especialmente o *grunge* de Seattle (Azerrad, 2001; True, 2006), provocando mudanças na juventude

⁵ Os “Concursos de Música Moderna” (CMM) surgiram em 1984, tendo sete edições, todas acontecidas no Rock Rendez-Vous. Os CMM, como eram conhecidos, incentivaram “o surgimento de novas bandas, divulgou valores alternativos, permitiu a troca de experiências musicais e de contatos, o aumento das referências musicais dos participantes e a própria edição discográfica” (Guerra, 2010, p. 294). Tinham como regra a obrigatoriedade do uso do português pelas bandas.

⁶ As vendas em CD (formato mais popular da época) foram 40% maiores em 1990 do que no ano anterior (“1990 de Ouro”, 1991). “Entre 1985 e 1997 o crescimento fonográfico real foi de 184% atingindo os 28,4 milhões de contos de faturação em 1997” (Neves, 1999, p. 15).

portuguesa. Havia um espaço a ser preenchido com novos consumidores sendo formados e desejosos por novidades (Branco, 2019, p. 204). “Também é importante salientar a progressiva abertura social do sistema universitário iniciada a seguir ao 25 de abril de 1974 e que conheceu mais tarde uma grande expansão nos anos 1990” (Guerra, 2010, p. 211).

Neste ambiente de efervescência surge, em 1991, nas Caldas da Rainha, a Moneyland Record\$, pelo artista plástico e músico João Paulo Feliciano. Com a ironia que marcava produções indie, o selo nasce como uma brincadeira. Convidado pelo jornal *Expresso* a criar uma página de tema livre, dentro do periódico, Feliciano cunhou um “anúncio” de uma gravadora fictícia, com um “catálogo diversificado” e de viés artístico, enaltecendo artistas de quem era fã, como MC5, Sonic Youth⁷ e Tina and the Top Ten⁸ (banda da qual fazia parte). Após significativa procura pelos discos, Feliciano percebeu que era um momento de “uma abertura da juventude portuguesa a novas músicas, a novas estéticas, a novas formas de sociabilidade — no fundo, ao apanhar de um ritmo da modernidade” (Feliciano, como citado em Guerra & Moura, 2016, p. 167).

Feliciano era “fervoroso patrocinador do rock alternativo e underground português” (Gonçalves, 1995a, p. 20), disseminava bandas estrangeiras e incentivava a produção musical entre jovens locais⁹, sendo o que Hall (1992/2006) chama de “indivíduos múltiplos”. Com a experiência de ter vivido na capital e no exterior¹⁰, faz da Moneyland Record\$ catalisador da movimentação musical na região. “Ele queria conhecer as bandas que surgiam, vinha ter conosco, apresentava novidades, produzia maquetes” (Falcão, como citado em Guerra & Moura, 2016, p. 166).

Com isso, criou-se uma cena inclusiva, uma comunidade musical nas Caldas da Rainha¹¹, sendo a primeira cena musical de impacto fora do eixo Lisboa–Porto, depois da “micro-cena” de Braga no fim da década

⁷ O Tina and the Top Ten chegou a abrir um concerto da banda em 1994, em Lisboa, considerado um marco no indie nacional e lançado “não-oficialmente” pela Moneyland Record\$ e anos depois pelo próprio Sonic Youth (s.d.).

⁸ Chamada pelo próprio João Paulo Feliciano de “a primeira banda portuguesa falsa de rock n’roll americano”, foi inspirada na Factory de Andy Warhol e na banda estadunidense Velvet Underground e começou como uma brincadeira entre amigos, sem haver inicialmente uma banda.

⁹ João Paulo teve um programa na Rádio Margem (uma emissora local e livre) em que tocava bandas locais e artistas de outros países.

¹⁰ Feliciano mudou-se para Lisboa em 1981 para cursar a Faculdade de Línguas e Literaturas Modernas, da Universidade de Lisboa. Depois, passou 6 meses na Bélgica, trabalhando como artista plástico e, em 1993, esteve em Nova Iorque com uma bolsa de estudos na Experimental Intermedia Foundation (Guerra & Moura, 2016).

¹¹ A cerca de 100 km de Lisboa.

anterior. Foi um marco no começo dos anos 1990 de alinhamento com influências externas, da possibilidade de novas linguagens e de novas identidades entre os jovens portugueses, não só caldenses. Identidades que são investimentos para viver experiências coletivas carregadas de múltiplos valores e códigos (Vila, 2012).

Devido à falta de recursos para edições constantes, a Moneyland promovia também eventos que atraíram artistas de outras localidades, como Lulu Blind, More República Masónica e Cosmic City Blues. Muitas tornaram-se presenças constantes no “Moneyland Comes Alive”, espécie de festival promovido pelo selo em Lisboa e Viseu, ou no “Teenage Drool”, que acontecia regularmente no Johnny Guitar. Estes eventos espalharam um “som das Caldas” e que destacava a “importância da música urbana dos Estados Unidos nos grupos nacionais” (Pinheiro, 1993, p. 18).

Sem sede fixa e circulando entre Caldas da Rainha e Lisboa, o selo notabilizou-se como um prescriptor de uma nova sonoridade em Portugal, sendo precursor de uma segunda onda do rock português que tinha inspiração “na maior parte dos envolvidos (...) da América e não do Reino Unido (...) na reabsorção de ideias inventadas e difundidas além-fronteiras” (Correia, 1992, p. 21). João Paulo Feliciano era “conspirador mor desta *movida*” (Gonçalves, 1995b, p. 8) que se considerava “uma família” (Feliciano, como citado em Guerra & Moura, 2016, p. 159). Porém, a Moneyland sucumbiu à falta de recursos¹² e deixou de editar discos em 1995.

AMADORISMO, AFETOS E FAÇA VOCÊ MESMO: A BEE KEEPER RECORDS

A Bee Keeper, criada por Elsa Pires em 1995, é derivada direta do pacto da Moneyland Record\$ e da cena das Caldas. O desejo de Elsa era que bandas com a sonoridade que gostava pudessem ter mais espaço no país. “Em Portugal, ninguém fazia as coisas que eu gostava de ver. Então porque não fazê-las eu?” (Pires, como citada em Catalão, 1996, p. 3). A “sede” era o sótão da casa da avó de Elsa no bairro da Ajuda, em Lisboa, onde vivia. Para disseminar os lançamentos da Bee Keeper contavam com vendas por correio, pouco usual nas pequenas gravadoras portuguesas. Pouco antes, com o fanzine *Icecreamstar*, lançado também em 1995, em inglês, que dialogava

¹² Sequer o disco de estreia do Tina and the Top Ten, *Teenage Drool*, foi editado via Moneyland Record\$, saindo em 1994 pela El Tatu, gravadora de Zé Pedro, falecido guitarrista do Xutos & Pontapés. Mas, apesar dos poucos lançamentos, o selo chegou a ser distribuído na Inglaterra, França e Japão pela lendária gravadora londrina Rough Trade.

com a nova produção dos subterrâneos da música portuguesa, Elsa se aproximou de Luís Futre, que estava à frente do projeto *Toc'Abrir*, apoiado pela Câmara Municipal de Lisboa, organizando concertos de bandas iniciantes. Juntos, transformaram o fanzine em uma pequena gravadora apoiada pelo interesse numa cultura musical mais conectada com o mundo, e com a música que chegava ainda devagar ao país (Calixto, 2019):

foi uma coisa mais fabricada pela própria Bee Keeper e pela Elsa. Não havia propriamente uma cena. As coisas surgem meio que por acaso. Na primeira metade dos anos 1990, as pessoas aqui não faziam ideia do que era o indie. (Calixto, 2019, 00:39:55)

As influências diretas do selo seriam gravadoras com estéticas similares a do “lo-fi” (Hibbett, 2005; Lopes, 2020) do amadorismo — no sentido estrito — e da proximidade e do afeto como a K Records (<https://krecs.com/>), de Olympia, nos Estados Unidos; e a britânica Slampt (Discogs, s.d.-d), além da Moneyland Record\$, determinante para a “expansão” da Bee Keeper. A influência de João Paulo Feliciano impulsionou o selo com a experiência acumulada nos anos da Moneyland. “Ele além de nos ajudar com a parte estética, também nos dava conselhos sobre como driblar as burocracias, como editar os discos, onde distribuir, etc.” (Luís Futre, entrevista pessoal, 23 de outubro de 2021).

Logo, a produção musical da gravadora descentralizara-se da capital, atingindo diversas partes do país. A cartografia da Bee Keeper provava que havia interesse em Portugal naquela linguagem com bandas de Castelo Branco (Mammies & Kids), Barreiro (Gasoline, Toast), Alcobaça (Forretas Ocultos), Montijo (Mushroom Revolution), entre outras. O cuidado quase artesanal das produções dava a medida de que se tratava de um grupo de jovens que queria ser diferente do status quo. Elsa, inclusive, respondia às cartas endereçadas ao selo, à mão, como para amigos. O selo representava o “Portugal dos pequeninos (...) para quem a cultura não é imposição, mas opção” (Mendes, 1997, p. 8), uma recusa à massificação, ao conformismo e à pasteurização da música pelas *majors*. Era uma gravadora gerida para e por amigos:

não queremos o nosso disco nem em armazéns, nem em distribuidoras, nem em grandes lojas. (...) Quero que isto continue como está, quero controlar as coisas, saber quem compra os meus discos, enviá-los por correio acompanhados de uma carta. (Pires, como citada em Catalão, 1996, p. 3)

O carinho com que cada exemplar de um disco, cada panfleto ou imagem que acompanha o livrete revela um cuidado quase obsessivo. É como se, em vez de deveres escolares, as suas edições fossem a expressão amorosa dos trabalhos de casa, tendo em atenção cada indivíduo. (Catalão, 1996, p. 3)

A agitação não ficava somente no lançamento de cassetes, CDs ou vinis. A Bee Keeper também organizava eventos, como os festivais “Teenagers From Outer Space” e “Supermarket Music”. A ideia era fazer da prática musical algo comum: para Elsa, a Bee Keeper era mais que uma gravadora, era um “veículo de expressão”. “Aqui, as pessoas podem encontrar apoio para tocar, para existir” (Pires, como citada em Lopes, 2020, p. 5).

A Bee Keeper, interrompida com o falecimento de Elsa em 2002, foi reveladora de “uma realidade descentralizada” (Lopes, 2020, p. 2) e lutou contra a falta de oportunidades e à precariedade comuns ao *underground*. “Foi a escassez que fez acontecer a Moneyland Record\$, foi a escassez que fez aparecer a Bee Keeper” (Feliciano, como citado em Lopes, 2020, p. 5). E a maneira para subverter essa realidade seria “tornar a escassez uma arma” (Lopes, 2020, p. 4), documentando, distribuindo e democratizando os frutos dessa escassez.

LOWFLY: UM OÁSIS NO NORTE PORTUGUÊS

Criada em 1994 pelo artista gráfico Esgar Acelerado (<https://www.mr-esgar.com/>), a LowFly transformou a Póvoa de Varzim, a 40 km do Porto, num ponto de referência musical até meados dos anos 2000. O selo tem história vinculada ao festival “Cais do Rock”, concebido pelo artista no mesmo ano para movimentar a cultura local, já que não havia estrutura para a prática musical na cidade e os poucos bares que se “aventuravam” eram vistos pela população “extremamente conservadora” como locais de delinquência juvenil e consumo de drogas (Esgar Acelerado, entrevista pessoal, 21 de outubro de 2021). Logo, Esgar apelou ao poder público, solicitando apoio para um festival de rock, numa prática anteriormente considerada *sell-out*¹³ para o indie, mas mais bem aceite quando falamos em gravadoras do tipo no novo século (Moura et al., 2020):

havia um enorme grupo de pessoas entediadas, reclamando que nada existia na cidade. Resolvi então escrever um

¹³ Literalmente, significa “se vender”, ou seja, se a gravadora ou artista indie tivesse vínculos com *majors* era considerada “vendida” pelo seu nicho por abandonar preceitos do género.

projeto, mostrando que a cidade precisava de um festival e o levei a Câmara de Póvoa de Varzim. Ele foi bem recebido e acabou aceito e financiado. (Esgar Acelerado, entrevista pessoal, 21 de outubro de 2021)

Esgar já tinha ligações com a cultura local ao editar o fanzine *Cru*, no qual também publicava resenhas de discos e bandas que não existiam, numa atitude muito similar à que deu início à Moneyland Record\$. E assim como Feliciano, Esgar recebeu diversos pedidos de discos, percebendo que havia na Póvoa de Varzim público interessado em novas sonoridades e decidiu dar vida à LowFly.

O trabalho de descoberta era facilitado, pois bandas enviavam material gravado para a seleção do “Cais do Rock”¹⁴. E, como usual no universo indie, os primeiros lançamentos (Discogs, s.d.-a) foram de bandas locais e próximas, como o The Clockworks, da Póvoa de Varzim. Logo depois, a procura no país (e até do exterior) aumentou e levou a LowFly para além das fronteiras da cidade¹⁵: “a partir do primeiro lançamento e do Cais do Rock recebi muitas *demotapes*¹⁶. Com isso, já via quem poderia editar. Conheci muitas bandas do país inteiro desse modo. Era uma questão de estar atento” (Esgar Acelerado, entrevista pessoal, 21 de outubro de 2021).

Tanto o “Cais do Rock” quanto a LowFly foram instrumentos de contestação a uma realidade desoladora. Além disso, funcionaram como um oásis no norte de Portugal, uma vez que não havia a quantidade de festivais e selos que há hoje, o que reforçava o papel de agregadores e disseminadores de cultura longe da capital. “O desejo era de fazer acontecer algo, de criar um cenário, movimentar, agitar um lugar onde se falava de música, mas não havia música” (Esgar Acelerado, entrevista pessoal, 21 de outubro de 2021). Mesmo assim, o alvoroço criado não foi suficiente para que se mantivesse uma cultura musical na cidade. Entretanto, Esgar nunca se viu “prejudicado” por não estar num dos grandes centros do país. “Nunca dei atenção ao fato da LowFly ou do Cais do Rock não acontecerem em Lisboa. Sempre achei que onde eu estivesse seria possível fazer algo que pudesse ter relevância em escala nacional” (Esgar Acelerado, entrevista pessoal, 21 de outubro de 2021).

¹⁴ O festival teve sete edições.

¹⁵ Dois exemplos são a banda estadunidense The Anomoanon, que lançou o single “Portland”, pela LowFly, em 1999 e o músico Jed Fair que participou de algumas edições do “Cais do Rock” e de álbuns da gravadora, tornando-se amigo de Esgar.

¹⁶ Fitas cassete de divulgação distribuídas sob o nome de demotape (ou somente demo), corruptela para Demonstration Tape.

Algumas bandas já enviavam gravações prontas para a edição na LowFly. Eram artistas com o desejo de ter seus nomes vinculados ao selo, o que aconteceu com o músico estadunidense Bonnie Prince Billy¹⁷. Outras, a partir do “Cais do Rock”, eram convidadas a gravar num estúdio em Penafiel. Desse modo, a LowFly proporcionou a primeira experiência “profissional” de gravação a diversas bandas, como o próprio Clockwork. Vemos então nessas gravadoras, uma função social de também permitir experiências. Ao mesmo tempo, faz com que novos públicos descubram novas sonoridades musicais:

ninguém lançaria um disco do Forretas Ocultos¹⁸ e eu adorava a banda. Logo, não me importava em perder dinheiro desde que acreditasse e gostasse do projeto, se fosse a única forma de ter em disco uma banda que gosto. (...) Com isso, a LowFly ajudou a moldar um público na época. (Esgar Acelerado, entrevista pessoal, 21 de outubro de 2021)

Não sendo uma fonte de renda, ou mesmo que dava algum lucro, a LowFly acabou em 2004, devido também ao compromisso de Esgar com outras atividades profissionais. Porém, é com certa nostalgia que Esgar (entrevista pessoal, 21 de outubro de 2021) lembra o selo e o legado deixado na região:

muitas pessoas até hoje vêm falar comigo sobre aqueles anos e como a LowFly e o “Cais do Rock” foram importantes para a descoberta de novas bandas e até que poderiam formar uma. Havia mais inocência, mais ingenuidade, era uma coisa mais amadora (nos dois sentidos da palavra). Havia um espírito mais descontraído. Não estou dizendo que é correto ou errado, era diferente. Era mais romântico.

O INDIE PODE SER LONGEVO. O CASO DA LUX RECORDS

Vimos até agora três gravadoras que ampliaram o processo iniciado pela Facadas na Noite (Moura et al., 2020), em Braga, no fim dos anos 1980, fazendo do interior de Portugal produtor ativo de música à margem do establishment. No entanto, até então, os selos mantinham vínculos com Lisboa ou Porto para distribuição e performances ao vivo.

Em 1995, deu-se em Coimbra, a 175 km da capital, a primeira movimentação musical “autocentrada” de destaque no país. A Lux Records

¹⁷ Que lançou o single “Performs Songs of Kevin Loyne”, em 1998 pela LowFly.

¹⁸ Que lançou o álbum *The Worst of the Best*, em 2004, pela LowFly.

(Discogs, s.d.-b) é gerida pelo (agora) ex-enfermeiro e locutor da Rádio Universidade de Coimbra¹⁹ Rui Ferreira, sendo uma das gravadoras mais importantes do país, não só pela longevidade, mas por estar intimamente conectada com a comunidade musical conimbricense e, até hoje, a principal via de expressão para artistas locais. A Lux Records “abrigou” uma “intensa e desorganizada” cena local (Moura, 2021, p. 150) e fez dela uma nova referência de Coimbra: ainda conservadora, mas também local de rebeldia que, por meio de uma comunidade ativa, combatia o tédio e a falta de oportunidades e de infraestrutura. De certa maneira, esta contestação também fazia jus a um passado de oposição ao Estado Novo nos anos 1960 e 1970 pelos movimentos estudantis (Martins, 2013; Réquio, 2016).

A primeira fagulha que acenderia musicalmente a cidade veio com as bandas M'As Foice (depois É M'As Foice) e Tédio Boys, mostrando que Coimbra poderia criar uma música transgressiva (Miguel, 2018). Os jovens de Coimbra viam naqueles artistas um incentivo para criarem sua própria arte, inserindo-se numa movimentação, criando identidades, trocando conhecimento e moldando comportamentos através da música. Juntamente com uma rede de bares e demais locais para a prática musical, Coimbra transformava-se em um centro improvável de frescor cultural:

o contexto musical de Coimbra, sendo efervescente, sempre se marcou muito por uma lógica que não via a música para lá de um hobby, isto é, a música e as bandas eram a possibilidade real de fazer algo para além das tarefas inerentes à condição social de jovens. (Guerra, 2010, p. 319)

A proximidade foi algo determinante para o selo: “a Lux teve a sorte de ter à disposição [bandas] e perto, que é algo que eu gosto (...). Prefiro que as pessoas venham falar comigo, sentar e tomar um café e discutir negócios” (Ferreira, como citado em Moura, 2021, p. 151). A cena foi um ambiente de colaboração entre os agentes em torno da Lux Records, fazendo com que a distinção entre artista e fã fosse menos nítida. Todos participavam, através de redes de *network* e do DIT, na construção de um universo mais propício para a produção musical, mantendo a cena viva e ativa, a despeito das imensas dificuldades encontradas (Crossley, 2008; Crossley & Bottero, 2015):

este tipo de estrutura, que agrega gravação, edição, agenciamento e demais necessidades de uma editora (...) [s]urge como consequência das novas formas de

¹⁹ RUC, criada em 1986 onde Rui possui um programa semanal, o *Cover de Bruxelas*.

organização, mais próximas, mais comunitárias, criadas perante a nova realidade da indústria musical. O que faz a diferença é a personalidade que sobressai nestas micro comunidades. (Lopes, 2017, p. 31)

Ser um meio de expressão para divulgar a música fez da Lux um farol para as produções indie em Portugal, democratizando desde o princípio a produção musical. Para Rui, “o grande incentivo é o ‘primeiro disco’. Ter um modo para lançar o primeiro disco. Só toca se tiver um álbum, só passa na rádio se tiver um disco, uma demo” (Ferreira, como citado em Gigas, 2018).

Ainda, dois projetos de Rui ajudam a movimentar Coimbra culturalmente. Em 2017, Ferreira criou o festival anual²⁰ “Lux Interior”²¹, voltado para a difusão das bandas locais e para celebrar os mais de 20 anos de atividade do selo. Além do evento, no mesmo ano, também abriu a loja Lucky Lux, no centro de Coimbra, sendo a única do género na cidade. O empreendimento permite a Rui viver, literalmente, de música e deu às bandas locais um ponto de venda para álbuns e produtos de merchandising (Farinha, 2017).

CONCLUSÕES

Num movimento de “bola de neve”, os selos indie procuram democratizar o acesso à música e difundir conhecimento. Isto se faz por meio da liberdade artística, do DIY e do DIT, criando ambientes únicos, afirmando-se pela diferença, conhecimento cultural e afetos que, somados, fomentam o capital cultural de sujeitos. Assim, formam-se cenas em que relações e costumes não verbalizados alicerçam o estar-junto (Maffesoli, 1988/1998), fazendo a coletividade moldar-se em torno de uma cultura. Segundo Guglielmino (2014), uma sociedade não pode ser dividida apenas entre “classes económicas e ethos” (p. 12) uma vez que nestes espaços desenvolvem-se outros tipos de valores, ou capital, sejam eles culturais, sociais, simbólicos, e não puramente económicos.

Determinantes para as gravadoras aqui analisadas foram a essência de vanguarda e o poder de absorção e de síntese do que acontecia no exterior para que fosse replicado em novos pontos do país. Esses selos valeram-se do espírito de comunidade nestes territórios para fazer destas movimentações algo relevante e vencer a precariedade encontrada (Stahl,

²⁰ Devido à pandemia da COVID-19 não se realizou em 2020.

²¹ Referência a Erick Lee Purkhiser ou Lux Interior, vocalista da banda estadunidense The Cramps.

2011, p. 150). Foram agentes que reconfiguraram panoramas musicais descobrindo e lançando talentos e fazendo dos seus nichos polos criativos e democráticos de produções musicais.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho é apoiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto UIDB/00736/2020 (financiamento base) e UIDP/00736/2020 (financiamento programático).

REFERÊNCIAS

- Adorno, T. W. (2011). *Introdução à sociologia da música: Doze preleções teóricas* (F. R. de M. Barros, Trad.). Editora Unesp. (Trabalho original publicado em 1962)
- Azerrad, M. (2001). *Our band could be your life: Scenes from the American indie underground 1988-1991*. Back Bay Books.
- Becker, H. (1982). *Art worlds*. University of California Press.
- Becker, H. (2007). *Telling about society*. The University of Chicago Press.
- Bennett, A. (2005). *Culture and everyday life*. SAGE.
- Bennett, A. (2018). Conceptualising the relationship between youth, music and DIY vareers: A critical overview. *Cultural Sociology*, 12(2), 140–155. <https://doi.org/10.1177/1749975517750760>
- Bennett, A., & Peterson, R. (Eds.). (2004). *Music scenes: Local, translocal & virtual*. Vanderbilt University Press.
- Bourdieu, P. (1993). *The field of cultural production: Essays on art and literature*. Columbia University Press.
- Bourdieu, P. (1996). *As regras da arte* (M. S. Pereira, Trad.). Editorial Presença. (Trabalho original publicado em 1992)
- Bourdieu, P. (2006). *A distinção. A crítica social do julgamento* (D. Kerm & G. F. Teixeira, Trans.). Editora Zouk. (Trabalho original publicado em 1979)
- Branco, P. F. (2019). *Sobreviventes: O rock em Portugal na era do vinil*. Marcador.

- Brandão, M. D., Guerra, P., & Sarrouy, A. D. (2019). Antoine Hennion: Música, mediação e amadores. *Estudos de Sociologia*, 2(25), 29–49. <https://periodicos.ufpe.br/revistas/revsocio/article/view/243762>
- Calixto, J. C. (2019). *Passado ao presente* [Vídeo]. RTP Play. <https://www.rtp.pt/play/p1401/e444802/passado-ao-presente>
- Catalão, R. (1996, 18 de dezembro). Qualquer pessoa pode lançar um disco. *Público*, 3.
- CD Baby. (2019, 7 de novembro). *O que é um EP?* Somos Música. <https://somosmusica.cdbaby.com/o-que-e-um-ep/>
- Cohen, S. (1991). *Rock culture in Liverpool: Popular music in the making*. Clarendon Press.
- Correia, J. (1992, 4 de fevereiro). Made in Portugal. Vários. Distorção caleidoscópica. *Blitz*, 379, 21.
- Costa, P., & Guerra, P. (2016). Cenas musicais, comunidades, identidades e culturas urbanas. *CIDADES: Comunidades e Territórios*, 31, iv.
- Crane, D. (1992). *The production of culture: Media and the urban arts*. SAGE Publications.
- Crossley, N. (2008). Pretty connected: The social network of the early UK punk movement. *Theory, Culture & Society*, 25(6), 89–116. <https://doi.org/10.1177/0263276408095546>
- Crossley, N. (2015). *Networks of sound, style and subversion. The punk and post-punk worlds of Manchester, London, Liverpool and Sheffield, 1975-80*. Manchester University Press.
- Crossley, N., & Bottero, W. (2015). Social spaces of music: Introduction. *Cultural Sociology*, 9(1), 3–19. <https://doi.org/10.1177/1749975514546236>
- Discogs. (s.d.-a). *LowFly Records*. Retirado a 21 de setembro de 2001 de <https://www.discogs.com/label/72145-LowFly-Records>
- Discogs. (s.d.-b). *Lux Records*. Retirado a 21 de setembro de 2001 de <https://www.discogs.com/label/56172-Lux-Records>
- Discogs. (s.d.-c). *Moneyland Records*. Retirado a 21 de setembro de 2001 de <https://www.discogs.com/label/86854-Moneyland-Records>
- Discogs. (s.d.-d). *Slampt*. Retirado a a 21 de setembro de 2001 de <https://www.discogs.com/label/45686-Slampt>
- Farinha, R. (2017, 15 de fevereiro). Lucky Lux é a nova loja de discos de Coimbra. *NiT*. <https://www.nit.pt/cultura/musica/lucky-lux-nova-loja-discos-coimbra>

- Gallego Pérez, J. I. (2011). Novas formas de prescrição musical. In M. Herschmann (Ed.), *Nas bordas e/ou fora do mainstream. Novas tendências da indústria da música independente no início do século XXI* (pp. 47–60). Estação das Letras e das Cores.
- Gigas, A. V. (2018). *A cena toda - Entrevista a Rui Ferreira (Lux Records)* [Entrevista]. <https://www.mixcloud.com/alexandre-valinho-gigas/15-a-cena-toda-entrevista-a-rui-ferreira-lux-records/>
- Gonçalves, P. (1995a, 21 de março). Sonic Youth. Uma história portuguesa. *Blitz*, 541, 20–21.
- Gonçalves, P. (1995b, 2 de maio). Caldas verdes. *Blitz*, 548, 8.
- Guerra, P. (2010). *A instável leveza do rock. Génese, dinâmica e consolidação do rock alternativo em Portugal (1980-2010)* [Tese de doutoramento, Universidade do Porto]. Repositório Aberto. <https://hdl.handle.net/10216/56304>
- Guerra, P. (2018). Raw power: Punk, DIY and underground cultures as spaces of resistance in contemporary Portugal. *Cultural Sociology*, 12(2), 241–259. <https://doi.org/10.1177/1749975518770353>
- Guerra, P., & Moura, L. A. (2016). Contributos para a emergência de uma juventude sónica: A constituição da cena noise das Caldas da Rainha. *CIDADES: Comunidades e Territórios*, 32, 158–179. <http://hdl.handle.net/10071/11937>
- Guglielmino, E. (2014). *A qualitative study of small-scale artist run “indie” music businesses in Brisbane*. Queensland University of Technology.
- Hall, S. (2006). *A identidade cultural na pós-modernidade* (T. T. da Silva & G. L. Louro, Trans.). DP&A. (Trabalho original publicado em 1992)
- Hebdige, D. (2018). *Subcultura. O significado do estilo* (P. Guerra & P. Quintela, Trans.). Maldoror. (Trabalho original publicado em 1979)
- Hennion, A. (2002). Music and mediation: Towards a new sociology of music. In M. Clayton, T. Herbert, & R. Middleton (Eds.), *The cultural study of music: A critical introduction* (pp. 80–91). Routledge.
- Hesmondhalgh, D. (1999). Indie: The institutional politics and aesthetics of a popular music genre. *Cultural Studies*, 13(1), 34–61. <https://doi.org/10.1080/095023899335365>
- Hibbett, R. (2005). What is indie rock? *Popular Music and Society*, 28(1), 55–77. <https://doi.org/10.1080/0300776042000300972>

- Janotti, J. J., Jr., & Pires, V. D. A. N. (2018). Limites das cidades musicais: Problematizando cidade, território e música. In C. S. Fernandes & M. Herschmann (Eds.), *Cidades musicais: Comunicação, territorialidade e política* (pp. 141–162). Editora Sulina.
- King, R. (2012). *How soon is now — The madmen and mavericks who made independent music 1975-2005*. Farber & Farber.
- Lains, P. (2020, 15 de fevereiro). Salazar, o ditador. *Diário de Notícias*. <https://www.dn.pt/edicao-do-dia/15-fev-2020/salazar-o-ditador-11821147.html>
- Lee, S. (1995). Re-examining the concept of the “independent” record company: The case of Wax Trax! Records. *Popular Music*, 14(1), 13–31. <https://doi.org/10.1017/S0261143000007613>
- Lopes, M. (2017, 6 de janeiro). É dia de reis e a Pataca Discos faz a festa, perdão, monta um sarau. *Público*, 31.
- Lopes, M. (2020, 3 de julho). Eles queriam contruir o mundo com uma canção “lo-fi” de cada vez. *Público*, 2–7. <https://www.publico.pt/2020/07/03/culturaipsilon/noticia/queriam-construir-mundo-cancao-lofi-1922629>
- Maffesoli, M. (1998). *O tempo das tribos: O declínio do individualismo nas sociedades de massa* (M. de L. Menezes, Trad.; 2.ª ed.). Forense Universitária. (Trabalho original publicado em 1988)
- Maffesoli, M. (2014). *Homo eroticus: Comunhões emocionais* (A. Chiquiari, Trad.). Forense. (Trabalho original publicado em 2012)
- Martins, P. E. A. (2013). *A garagem onde nasci: A cena musical rock de Coimbra nos anos 90* [Dissertação de mestrado, Universidade de Coimbra]. Estudo Geral Repositório Científico da UC. <http://hdl.handle.net/10316/24738>
- Mendes, P. B. (1997, 10 de janeiro). Portugal dos Pequenininos. *O Independente*, 8.
- Miguel, P. (2018). *Uma cena ao centro*. Edição de autor.
- 1990 de ouro. (1991, 12 de fevereiro). *Blitz*, 328, 3.
- Moura, L. A. (2021). (Anti)Tédio Boys — O papel das gravadoras indie na cartografia musical portuguesa. Os casos de Coimbra, Porto, Guimarães e Leiria. *CSOnline: Revista Eletrônica de Ciências Sociais*, (33), 137–170. <https://doi.org/10.34019/1981-2140.2021.34174>

- Moura, L. A., Rabot, J.-M., & Martins, M. de L. (2020). Uma genealogia das gravadoras indie em Portugal (1982–2017). In Z. Pinto-Coelho, T. Ruão, & S. Marinho (Eds.), *Dinâmicas comunicativas e transformações sociais. Atas das VII Jornadas Doutorais em Comunicação & Estudos Culturais* (pp. 118–143). CECS. <https://hdl.handle.net/1822/68433>
- Neves, J. S. (1999). *Os profissionais do disco*. Observatório das Actividades Culturais.
- Nunes, P. (2014). Diversity and synergy in the recording industry in Portugal, 1988-2008. *Journal of World Popular Music*, 1(1), 73–95. <https://doi.org/10.1558/jwpm.v1i1.73>
- Ogg, A. (2009). *Independence days: The story of UK independent recordlabels*. Cherry Red Books.
- Pais, J., & Blass, L. (Eds.). (2004). *Tribos urbanas. Produção artística de identidades*. Imprensa de Ciências Sociais.
- Pinheiro, R. (1993, 9 de fevereiro). A boa farsa. Tina and the Top Ten. *Blitz*, 432, 18.
- Réquio, P. M. J. (2016). *Mudança cultural e política na Academia de Coimbra: O caso da Via Latina (1958-1962)* [Dissertação de mestrado, Universidade de Coimbra].
- Reynolds, S. (2005). *Rip it up and start again*. Faber & Faber.
- Sonic Youth. (s.d.). *Blastic scene (Live in Lisbon 1993)*. bandcamp. <https://sonicyouth.bandcamp.com/album/blastic-scene-live-in-lisbon-1993>
- Stahl, G. (2011). “DIY or DIT!” Tales of making music in a creative capital. In G. Keam & T. Mitchell (Eds.), *Home, Land and Sea: Situating Music in Aotearoa-New Zealand* (pp. 145–160). Pearson Education.
- Straw, W. (1991). Systems of articulation, logics of change: Communities and scenes in popular music. *Cultural Studies*, 5(3), 368–388. <https://doi.org/10.1080/09502389100490311>
- True, E. (2006). *Nirvana - The true story*. Omnibus Press.
- Ulusoy, E. (2016). Subcultural escapades via music consumption: Identity transformations and extraordinary experiences in Dionysian music subcultures. *Journal of Business Research*, 69(1), 244–254. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.07.037>
- União Europeia. (s.d.). *Portugal*. Retirado a 10 de outubro de 2001 de https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/country-profiles/portugal_pt

Vila, P. (2012). Práticas musicais e identificações sociais. *Significação: Revista de Cultura Audiovisual*, 39(38), 247–277. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-7114.sig.2012.71197>

Citação:

Moura, L. A., Rabot, J.-M., Martins, M. L., & Guerra, P. (2022). *From outer space*. O processo de descentralização da música indie portuguesa (1991–2000). In Z. Pinto-Coelho, S. Marinho & T. Ruão (Eds.), *Práticas comunicativas, organizações e educação. Atas das VIII Jornadas Doutorais do CECS* (pp. 45–65). CECS.

GISELLE COSTA, TERESA RUÃO & SARA BALONAS

gicandrade.34@gmail.com; trua0@ics.uminho.pt; sarabalonas@ics.uminho.pt

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho, Braga, Portugal

O CONCEITO DE ORGANIZAÇÃO VIRTUAL E A SUA RELAÇÃO COM AS ESCOLAS DA COMUNICAÇÃO COMO CONSTITUTIVA DA ORGANIZAÇÃO: ANÁLISE DE PONTOS EM COMUM

RESUMO

O objetivo deste trabalho foi apresentar uma análise dos estudos constituídos à volta da ideia de organização virtual na relação com as escolas de pensamento que advogam o princípio da comunicação como constitutiva da organização, procurando pontos de convergência e de divergência. Isso se deu a partir do entendimento de que a aceleração da virtualização das organizações, ocorrida nos últimos 2 anos por conta da pandemia da COVID-19, fez surgir novos desafios para a comunicação, trazendo à tona a necessidade da academia se debruçar sobre o conceito da organização virtual no contexto do campo teórico da comunicação organizacional. A nossa intenção foi mostrar que essas são realidades comunicativas e discursivas em afirmação e tão complexas quanto as tradicionais, enquadrando esta reflexão na teoria da comunicação como constitutiva da organização. Identificamos na organização virtual o funcionamento de uma organização clássica, uma vez que as ferramentas tecnológicas atuam como facilitadoras do processo comunicativo organizacional e integram uma série de atribuições que antes só eram possíveis de executar em espaços físicos, convertendo-se em escritórios que operam em qualquer lugar ou hora, desde que haja tecnologia e internet.

PALAVRAS-CHAVE

comunicação organizacional; comunicação como constitutiva da organização; organização virtual; tecnologias da informação e comunicação

INTRODUÇÃO

Os estudos sobre a organização virtual não são recentes. Datam da década de 90. No entanto, de lá para cá, o tema veio se desdobrando através da crescente adesão das organizações às plataformas digitais. Em seu livro, *Becoming Virtual. Reality in the Digital Age* (Tornar-se Virtual. Realidade na Era Digital), Levy (1995/1998) exemplifica as diferenças entre o real e o virtual, afirmando que uma organização convencional reúne os seus trabalhadores num edifício ou num grupo de prédios. Cada colaborador ocupa uma posição física e tem horários a cumprir. Por outro lado, uma empresa virtual faz uso extensivo do teletrabalho. Substitui a presença física pela participação em rede de comunicação eletrónica e a utilização de softwares que promovem a cooperação. No último ano, com a pandemia da COVID-19, podemos dizer que houve uma aceleração da virtualização das empresas, que tiveram que recorrer a softwares e plataformas digitais para continuarem a desempenhar as suas atividades. Com a impossibilidade de continuarem a funcionar fisicamente, as organizações passaram a existir virtualmente, aderindo a plataformas digitais como Workplace, Microsoft Teams, Zoom, Meets. Em nossa visão, essas ferramentas têm se tornado verdadeiros escritórios, uma vez que oferecem uma série de funcionalidades que antes só seriam possíveis de serem executadas em espaços físicos (desde chats, partilhas de documentos, cocriação de planilhas e apresentações, videochamadas e telefone, criação de salas de trabalho individualizadas por equipas, armazenamento de ficheiros, entre outras funções).

É diante dessa complexidade que surge o tema deste trabalho. Procuramos olhar os estudos da organização virtual a partir dos pressupostos das três escolas de pensamento que defendem o princípio da *comunicação como constitutiva da organização* (CCO; cujo o original em inglês é *communicative constitution of organization*) — a escola de Montreal (com Taylor & Cooren, 1997), o modelo dos quatro fluxos (McPhee & Zaugg, 2000) e a teoria dos sistemas sociais de Luhmann (1995). Em nosso entendimento, as organizações virtuais seguem a complexa estrutura comunicacional das organizações convencionais e funcionam num fluxo contínuo discursivo. Assim como as teorias da CCO, a organização virtual também emerge e é perpetuada como uma rede de eventos ou processos de comunicação, sendo a comunicação um processo dinâmico e interativo. Taylor (2007) é ainda mais categórico ao afirmar que uma organização não existe de forma real, mas apenas virtualmente e é nesse ponto que ela exerce a sua influência e o seu poder para agir. Para ele, a tarefa da comunicação organizacional é descobrir a organização na comunicação e não mais o estudo da comunicação na organização.

Larson (2020) toca em outro ponto importante da comunicação na organização: a noção de espaço. Num mundo em que cada vez mais trabalhamos na “rua” e nos apropriamos desses lugares, cafeterias, escritórios de *coworking*, o trabalho a partir de casa passa a ser contributivo da CCO, porque a CCO considera que as relações entre vários atores (humanos e não humanos) agem em nome de uma organização e desempenham um papel na constituição da organização (Cooren, 2018). Ou seja, são os softwares e as plataformas digitais que viabilizam que esses espaços terceiros (casa, cafeterias, escritórios de *coworking*) venham a ser a organização, nem que seja temporariamente. Visto isso, acreditamos ser pertinente avançar com a hipótese de que as organizações virtuais podem ser analisadas a partir das escolas de pensamento da CCO.

Para este trabalho, faremos uma análise a partir da revisão de literatura da CCO e da organização virtual, com o objetivo de encontrar pontos convergentes que justifiquem o enquadramento dos estudos da organização virtual na CCO. Com isso, buscamos contribuir não só para o avanço das teorias da comunicação organizacional, mas também para os dois campos que nos comprometemos refletir.

A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E A COMUNICAÇÃO COMO CONSTITUTIVA DA ORGANIZAÇÃO

A comunicação organizacional, no seu desenvolvimento, “constitui a proposta enquadradora das Ciências da Comunicação para o estudo dos fenómenos de comunicação humana a ocorrer em empresas e instituições” (Ruão, 2016, p. 7), sendo uma subdisciplina estabelecida nos estudos da comunicação (Cheney, 2007). Para a construção deste referencial, abordamos autores envolvidos em sua génese, como Weick (1973), Thayer (1979), Katz e Kahn (1966), Kreps (1990), Welch (2012), Taylor (1993), Giddens (1984, 1987); e mais os atuais como Putnam e Mumby (2014), Argenti e Barnes (2009, 2009/2011), Cheney (2007), entre outros.

A partir do seu surgimento como campo académico (1940 e 1950), várias teorias construíram a comunicação organizacional. Desde o período positivista, o movimento interpretativo da década de 70 até à teoria crítica e pós-moderna, a comunicação organizacional evoluiu de forma a procurar compreender e explicar o todo que envolve a complexidade organizacional, alargando os seus conceitos e dando a conhecer os seus sistemas, as suas políticas e seus processos de comunicação (Ruão, 2016). Foi com o aparecimento das teorias sistémicas, de Katz e Kahn (1966), que o “grande

salto na conceptualização” (Ruão, 2016, p. 14) acabou por acontecer. Eles defenderam que as organizações são sistemas abertos e que se fundem em redes de relacionamento, nas quais a comunicação desempenha um papel fundamental (Ruão, 2016). No final da década de 70, Weick (1973) abordou as organizações como construídas pela comunicação, sendo que nós reconstruímos a realidade continuamente, argumentando que a comunicação é central à vida humana e às organizações, porque constrói o processo de organizar. Perante esse processo, a organização deixa de ser uma contidora dos fluxos de informação para fazer parte da essência de organizar (Ruão, 2016), passando a comunicação a constituir a organização. É assim que emerge a teoria que adotamos para o nosso estudo: a CCO.

A CCO surgiu nos anos 80, quando estudiosos interpretativos e críticos questionaram o paradigma funcionalista, tendo como marco para a mudança a “Alta Conference”, ocorrida em Utah, nos Estados Unidos. Segundo Putnam e Fairhurst (2015), a conferência traçou uma mudança nas visões instrumentistas da comunicação, em que os pesquisadores desafiaram a crença de que as organizações eram objetos reificados e começaram a desenvolver perspectivas baseadas em processos comunicativos. O crescente interesse em abordagens interpretativas e críticas, em conjunto com o interesse na linguística, filosofia e outras disciplinas, levaram a uma maior atenção na comunicação organizacional para o papel do discurso/ linguagem no final da década de 90 e início de 2000 (Boivin et al., 2017).

Essa perspectiva teórica ganha corpo nos anos 90, influenciando diversos autores da comunicação organizacional como Taylor (1993), Putnam e Mumby (2014), Deetz (2001), Latour (2005), Luhmann (1995), McPhee e Zaug (2000, 2009), Cooren et al. (2006), Putnam e Fairhurst (2015), Schoeneborn et al. (2014), Bisel (2010), Brummans (2006), entre outros. Mesmo estes autores partilhavam a ideia de que as organizações são entendidas como fenômenos comunicacionais. Nesse sentido, é possível identificar três pilares da teoria da CCO (Schoeneborn et al., 2014): a escola de Montreal (com Taylor e Cooren), o modelo dos quatro fluxos (McPhee e Zaug) e a teoria dos sistemas sociais de Luhmann. Em seu processo evolutivo, surge em 1998 a visão pós-modernista, que também mantém a organização como o meio e produto da dinâmica do processo comunicativo (Putnam & Mumby, 2014).

Face à fragmentação característica dessas três escolas, importa-nos analisá-las sistematicamente por meio da comparação dos principais ideais que cada uma desenvolve sobre organização e comunicação. Assim, pretendemos delimitar, da melhor forma possível, o que as unem e o que as afastam para, depois, construir uma relação com o nosso tema de estudo.

A ESCOLA DE MONTREAL

Segundo Putnam e Mumby (2014), a escola de Montreal, representada por James Taylor, é a perspectiva primária que se origina totalmente no campo da comunicação organizacional, desenvolvendo um conceito sofisticado de comunicação que se concentra na relação dinâmica entre conversação, texto e organização. Para Taylor (1993), a organização é constituída como uma entidade que não tem outra existência senão o discurso (Brummans et al., 2014) ou ainda que a comunicação é o local e a expressão da organização (Brummans, 2006).

Nessa definição, a organização é definida como uma rede interligada de processos de comunicação, em que é preciso olhar tanto para a dimensão da entidade social quanto para o fenómeno processual (Schoeneborn et al., 2014; Taylor, 1993). Cooren diz ainda que “uma organização é híbrida, corporificada ou encarnada, que se materializa em qualquer coisa ou qualquer pessoa que possa ser reconhecida como representativa, tornando-a presente” (Schoeneborn et al., 2014, p. 292). Assim, uma pergunta se torna preponderante: se a organização se constitui pelo discurso e a comunicação é o seu local de expressão, como essa emerge da comunicação? Podemos responder pela teoria da ação comunicativa, alinhada às ideias de Pierce contra a noção de que a organização ocorre monologicamente e que sugere que a significação envolve hábitos de ação socialmente desenvolvidos e organizados, especialmente através da linguagem. Simplesmente, as organizações existem na comunicação e não por ela (Brummans, 2006). Portanto, para a escola de Montreal, a construção da organização ocorre no plano das relações texto-conversa e não tem existência que não ao nível do discurso. Sendo assim, a organização é, pois, para estes autores, um efeito da comunicação e uma realidade emergente, que se encontra num constante estado de formação (Taylor & Cooren, 1997). Ainda sobre esse aspeto, Taylor pontua que a organização é emergente, o que não significa dizer que ela sempre sobressai como uma entidade transcendente,

mas sim que sua existência é para sempre contingente à sua construção no mundo material recalcitrante que é a preocupação contínua de seus membros e mediada por interações discursivas — as conversas e os textos — que permitem às pessoas dar sentido à sua experiência. (Schoeneborn et al., 2014, p. 310)

Taylor (1993) concebe a organização e a comunicação como sendo bimodais, isomórficas, pois a comunicação está a organizar e a organização

comunica. “Uma organização não é apenas uma composição de performances individuais, unidas pela comunicação. Ela existe como uma ordem de realidade que engloba. A comunicação tem uma superestrutura transacional e interacional que inclui mensagens como componentes funcionais” (Taylor, 1993, p. 225). Na visão de Cooren, a comunicação é uma ação que implica não apenas um agente e um destinatário, mas também que esse agente aja em nome de ou por alguém ou outra coisa, lançando, assim, a tese do ventríloquo:

os humanos fazem as políticas que dizem algo em circunstâncias específicas ou ainda na medida em que essas políticas os levam a dizer coisas específicas e não outras coisas. Não existe um ponto de partida porque vivemos um mundo relacional. (Schoeneborn et al., 2014, p. 299)

Assim, nessa escola, a organização passa a ser um efeito da comunicação e uma realidade em constante estado de formação.

O MODELO DOS QUATRO FLUXOS

Baseados na teoria da estruturação de Giddens (1984), McPhee e Zaugg (2000) identificaram um modelo dos quatro fluxos (negociação de participação, autoestruturação, posicionamento institucional e coordenação de atividades) de estruturação organizacional inter-relacionados que, coletivamente, dão origem à organização e se conectam com a sociedade de formas distintas (Boivin et al., 2017; Schoeneborn et al., 2014). A sua visão dedutiva que mostra como uma organização emerge por microassociações entre humanos e não humanos gerou críticas de outras escolas, por não acreditarem que o modelo pudesse fornecer uma teoria precisa para explicar como a organização surge na comunicação (Brummans et al., 2014).

Para McPhee e Zaugg (2000), no centro está o fluxo da autoestruturação reflexiva, nos quais os processos criam uma fronteira de associação conhecida, determinando a sua permeabilidade para projetar, propositalmente, a relação entre os membros. Nesse modelo, há um conjunto de processos de comunicação que podem contribuir para os fluxos da *negociação de membros* (incluindo processos que relacionam indivíduos às organizações como sistemas identificáveis — aprendizagem de tarefa, acumulação de poder, identificação e desidentificação), *coordenação de atividades*, processos de ajuste mútuo contextualizado às atividades dos outros de maneiras não tanto guiadas pela *autoestruturação reflexiva* e pelo *posicionamento*

institucional, cuja comunicação individual gera relações entre uma organização especificada e o seu conjunto de concorrentes, reguladores e assim por diante. Para McPhee (Schoeneborn et al., 2014), à semelhança de Luhmann, as organizações são sistemas com limites, podendo ser vistas alcançando um nível de integração efetiva que permite que um conjunto de pessoas engajadas em práticas sociais sejam realisticamente identificáveis como uma organização.

Ao definir comunicação, McPhee (Schoeneborn et al., 2014) afirma ser a intermediação de cada uma das quatro dimensões básicas da ação: significação, dominação, legitimação, constituição. Para o teórico, a comunicação é a emergência fundida em interação simbólica, de significado, enquanto falamos sobre comunicação, poder e suas bases: força normativa, sistemas e contextos social ou materialmente constituídos.

À semelhança da escola de Montreal, o modelo dos quatro fluxos enfatiza a importância dos textos na CCO. Para McPhee (2004), fundamentado na teoria de Giddens, um texto precisa ser definido em um sentido bastante estrito como se fosse “uma formulação simbólica relativamente permanente” (p. 365) que, distinto de outras formas de interação, é uma pré-condição vital para o desenvolvimento e a existência contínua das organizações.

Assim sendo, o modelo dos quatro fluxos de McPhee enxerga a organização não apenas como comunicação, mas sendo um lugar de interações que permite que indivíduos se identifiquem com as organizações, para que essas sejam entendidas de forma suave e não como uma definição rígida, estática e objetificável.

TEORIAS DOS SISTEMAS DE LUHMANN

A teoria dos sistemas de Luhmann (1995), reconhecido cientista alemão, afirma que a organização é um sistema autorreferencial (ou seja, um sistema que se produz como sistema) com capacidade de estabelecer relações entre si e de diferenciar essas relações com o seu meio. O que é crucial para Luhmann é que tais sistemas (sociais, psíquicos e vivos) são marcados por sua capacidade de produzir por si mesmos uma diferença que os distingue de seu próprio ambiente (Brummans et al., 2014; Cooren et al., 2011).

De acordo com Seidl (Schoeneborn et al., 2014), nas teorias de Luhmann, as organizações existem por meio da interconexão de comunicações relacionadas às decisões ao longo do tempo. Elas são compactas e comunicam suas contingências às redes de processos de decisão inter-relacionadas. Além disso, compõem um dos três tipos de sistemas sociais:

sociedade (sistema que abrange a comunicação) e a interação face a face (sistema que abrange a comunicação entre pessoas que reflexivamente percebem uma às outras), conceituando os três como sistemas de comunicação autopoieticos ou auto-reprodutores. Dessa forma, para Luhmann (1995, como citado em Schoeneborn et al., 2014), “os sistemas sociais autorreferenciais de comunicação constituem essencialmente a realidade social. Para compreendê-la requer estudar como os sistemas sociais se desdobram e evoluem como processos de comunicação, estabelecem fronteiras entre si e o seu ambiente” (p. 303). Para Luhmann (1995), toda e qualquer comunicação que possa existir é interna ao sistema social e, em última análise, à sociedade (sistema social global), que é formada por todos os sistemas sociais. Para o cientista, “quando o Ego consegue diferenciar mensagem de informação ocorre a compreensão. Mensagem, informação e compreensão formam uma unidade inseparável que corresponde à comunicação” (Luhmann, 1995, p. 131).

O que diferencia a teoria dos sistemas é o fato de convidar a cada um de nós para se tornar um observador de segunda ordem, um observador que observa outro observador (Brummans et al., 2014). Isto é, o ser humano é parte do ambiente onde acontecem os processos de comunicação, propondo a distinção entre a comunicação (sistema social) e os indivíduos (sistema psíquico). Para Luhmann (1995), a comunicação é uma síntese da informação (o que), enunciado (como) e compreensão (porquê). “A comunicação é compreendida como um fenómeno emergente que surge da interação entre indivíduos. Apenas um evento comunicativo pode determinar a maneira particular pela qual será compreendido” (Schoeneborn et al., 2014, p. 290). Por isso, a comunicação tem caráter autorreprodutivo, pois será a rede de comunicação que atribuirá significado e sentido à comunicação. Podemos entender, portanto, que a comunicação funciona a partir de uma seleção de conteúdo e pela forma de interpretação da mensagem (compreensão), finalizando o processo na decisão. Essa, por fim, passa a ser um evento que produz, por um lado, distinção face ao contexto e, por outro, autorreferência a eventos comunicativos passados e futuros (Luhmann, 1986; Schoeneborn, 2011).

Em suma, vê-se que as teorias da CCO convergem em alguns aspetos e divergem em outros. No que concordam, veem a comunicação como o alicerce da organização, como uma condição necessária para a sua existência, um meio pelo qual as organizações são estabelecidas e perpetuadas. Esses estudos examinaram a relação comunicação-organização no âmbito do discurso (conversas e textos), da criação de sentido, das construções

discursivas, de processos emergentes e da estruturação reflexiva. Após essa análise, avançamos para o conceito da organização virtual.

AS NOVAS FORMAS DE ORGANIZAÇÕES E O CONCEITO DA ORGANIZAÇÃO VIRTUAL

Nos últimos 30 anos, com a evolução das tecnologias da informação e comunicação (TIC) em resposta às necessidades de uma sociedade tecnologicamente conectada, vimos surgir novos formatos de organizações. Diferentemente das tradicionais, as novas organizações estão inseridas nesse espaço híbrido, atuando de forma descentralizada, priorizando o trabalho em equipa e em rede, sendo permeáveis e flexíveis, horizontais, caracterizando-se pela não presencialidade, independência, impermanência, pela tecnologia e inovação. Além disso, trabalham de forma ágil, em busca da assertividade dos processos, com estrutura enxuta e desmaterializada (Child & McGrath, 2001; Mowshowitz, 1994; Ribeiro, 2016). Enquadram-se na descrição anterior conceitos de organizações pós-modernas (Clegg, 1990/1998), emergentes (Brafman & Beckstrom, 2006; Gloor & Cooper, 2012), e virtuais/virtualizadas (Davidow & Malone, 1992/1993; Mowshowitz, 1994; Trevisan, 2006).

Em nossa investigação, importa refletir sobre como esses sistemas complexos alteram o modo operacional das organizações e influenciam na complexidade das relações. Queremos olhar para a organização virtual, assente num programa informático, e poder identificar uma organização clássica. Esses sistemas complexos caracterizam-se pela importância do relacionamento e da participação no processo, pela apreciação da mudança organizacional e pela instabilidade e importância de estar aberto ao ambiente da informação (Ribeiro, 2016).

No entanto, para conceituar organização virtual, antes, porém, é preciso pensar sobre dois importantes aspetos: o virtual e o digital. Segundo Pierre Levy (1995/1998), o termo “virtual” deriva do latim medieval *virtualis*, que se originou de *virtus*, cujo sentido é força e poder. Virtual é tudo aquilo que não tem existência real e que tende à atualização; é tudo o que existe em potência e não em ato ou o que possui a potencialidade para se atualizar sem passar à concretização efetiva ou formal (Levy, 1995/1998). Já o digital é possível apenas a partir de um processo de digitalização ou nasce digital. No dicionário, “digital” caracteriza-se pelo oposto ao analógico. É tudo o que apresenta dados sob forma numérica. Para Levy (1995/1998), no mundo digital, a distinção entre original e a cópia deixou de ter qualquer significado

real, pois “uma vez que esses dois planos, o do potencial-real e o do virtual-real, tenham sido claramente identificados, é fundamental que promovamos imediatamente o seu envolvimento recíproco com a digitalização” (p. 53).

Contudo, a virtualização estende-se às organizações, que optam ou são levadas a adotar o ciberespaço. Porém, antes de avançar, demonstra-se importante ressaltar que o termo “organização virtual” surge no início dos anos 90 com Davidow e Malone (1992/1993) no livro *A Corporação Virtual*, em que buscam definir esse novo tipo de organizações que emerge para responder à necessidade do complexo mercado do século XXI.

A Organização Virtual começou com uma visão futurista, tornou-se uma possibilidade para teóricos da administração, e é agora uma necessidade económica para os executivos. (...) O que não apenas ressalta a inevitabilidade desse novo modelo de negócio, mas também indica a aceleração do tempo que o caracterizará. (Davidow & Malone, 1992/1993, p. 5)

Foi por isso que, anos mais tarde, Trevisan (2006) afirmou que no universo da virtualização das organizações, umas já nascem virtuais, enquanto outras vão virtualizando seus processos gradativamente, atendendo às necessidades internas e externas.

Levy (1995/1998) exemplifica as diferenças entre o real e o virtual nas organizações, afirmando que uma organização convencional reúne seus membros num prédio ou grupo de prédios. Cada um ocupa uma posição física e tem horários a cumprir. Por outro lado, uma empresa virtual faz uso extensivo do teletrabalho. Substitui a presença física pela participação em rede de comunicação eletrónicas e a utilização de recursos de software que promovem a cooperação:

o centro de gravidade da organização não é mais um grupo de edifícios, estações de trabalho e horários, mas um processo de coordenação, que redistribui as coordenadas espaço-temporais da comunidade de trabalho e cada um de seus membros em função de várias restrições. (Levy, 1995/1998, p. 26)

Para Mowshowitz (1997), a organização virtual, tocando em computadores, sistemas operacionais, simulação, rede, gerenciamento, comunidade e até mesmo na personalidade humana, tem a generalidade necessária e caracteriza-se pela sua constante mensagem. Assim como ele, outros tantos pensadores começaram a refletir sobre a organização virtual, como Ferreira et al. (2002), que afirmam que a virtualidade pressupõe como

característica principal a desterritorialização, que vem a ser a “não-presença” ou uma quebra do “aqui e agora”, sendo a virtualização organizacional a possibilidade de existência a qualquer hora e lugar, baseado nas informações em tempo real, inclusive nas suas relações com o meio onde se insere o seu mercado global.

Nas organizações virtuais, a presença física é substituída pela participação numa rede de comunicação, com uso de recursos que favoreçam a cooperação (Trope, 1999). Mowshowitz (1997) destaca como atributos-chave a impermanência, onde tudo é inconstante e há uma expressiva temporariedade e dispersão geográfica na composição de equipas, que são apoiadas pelas tecnologias. Para o autor, a organização virtual não pressupõe nenhuma estrutura de controlo particular, nem requer arranjos espaciais ou funcionais específicos, podendo obedecer a estruturas centralizadas ou descentralizadas, formais ou informais. Para Sieber e Griesse (1998), uma organização virtual ou virtualizada acede a conhecimentos e recursos externos, por vezes, geograficamente dispersos, fornecendo bens e serviços, que busca atingir o máximo de eficácia de agregação de valores em seu processo operacional e administrativo. A evolução de uma organização convencional em virtual não é fácil, pois requer redução de sua complexidade, maior flexibilidade de resposta, desenvolvimento em novas áreas e segmentos de mercado.

Por outro lado, Ferreira et al. (2002) afirmam que uma organização virtual pode constituir-se como uma aliança estratégica de empresas, somando suas capacidades, ou como uma única empresa; ter instalações amplas, ou estar em um único computador; ser uma *joint venture*, ou pequena empresa. Com isso, o centro da organização não é mais um conjunto de departamentos, de postos de trabalho e de livros de ponto, mas um processo de coordenação que redistribui as coordenadas espaço-temporais da coletividade e de cada um de seus membros (Levy, 1995/1998; Sotto, 1986), sendo, nesses casos, crucial, e não trivial, gerenciar parcerias (Kürümlüoglu et al., 2005), pois para prosperarem é necessário um gerenciamento eficiente de tarefas e de negócios colaborativos. Eles defendem que a evolução de uma organização virtual leva em conta a gestão de várias dimensões complexas (colaboração, partilha de conhecimento, plano logístico, infraestrutura da tecnologia, processos organizacionais e estratégia integrada), sendo o seu gerenciamento baseado num caminho de desenvolvimento mútuo acordado na base da confiança. Essas organizações caracterizam-se pela autonomia na decisão, a ausência de uma “sede comum”, autogestão, flexibilidade, estando sempre apoiadas pelas

TIC (Kürümlüoglu et al., 2005). Com isso, desenvolvemos uma Tabela 1 com as definições e uma proposta de conceito.

ORGANIZAÇÃO VIRTUALIZADA		CONCEITO PRINCIPAL
Mowshowitz (1997)	É impermanência, inconstância, expressiva temporariedade e dispersão geográfica na composição de equipas, que são apoiadas pelas tecnologias. Obedece a estruturas centralizadas ou descentralizadas, formais ou informais.	Caracteriza-se pela impermanência, descentralização e dispersão geográfica
Sieber (1997)	Acede conhecimentos e recursos externos, geograficamente dispersos, busca máxima eficácia em seu processo operacional. Requer redução da complexidade, flexibilidade. Atua em novas áreas e segmentos de mercado.	Dispersão geográfica com uso de recursos tecnológicos. Mais flexível, redução da complexidade e atuação em novos mercados
Levy (1998)	Uma organização virtual faz uso extensivo do teletrabalho. Substitui a presença física pela participação em rede de comunicação eletrônicas e pela utilização de recursos de software.	Presença em rede com uso de softwares e recursos informáticos
Trope (1999)	Presença física substituída pela participação numa rede de comunicação, com uso de recursos que favoreçam a cooperação.	Rede com uso de recursos tecnológicos
Ferreira et al. (2002)	Constitui-se como uma aliança estratégica de empresas, somando suas capacidades, ou, como uma única empresa; tem instalações amplas, ou, está em um único computador; uma <i>joint venture</i> ou pequena empresa.	Funciona em um único computador ou ser uma aliança de geograficamente dispersas
Trevisan (2006)	Virtualizar é atuar. É mostrar-se, escancarar-se, apresentar informações coerentes, identidade visual adequada à imagem institucional que se pretende construir e, sobretudo, abrir espaço para a interatividade.	É atuar de acordo com uma estratégia de comunicação e ser aberto à interatividade

Roche et al. (2009, 2016)	É uma aliança para integrar competências e recursos de várias empresas reais independentes que estão geograficamente dispersas. Essa integração é possível em todo o layout de uma infraestrutura de sistema de informação para satisfazer os requisitos do cliente ou para aproveitar uma oportunidade de negócio sem ter que formar uma nova entidade legal.	É uma aliança de várias empresas independentes, geograficamente dispersas, que fazem uso de sistema de informação para assegurar sua integração
Weber e Kim (2015)	Caracteriza-se pela a dispersão espacial e temporal, a diversidade funcional e o dinamismo estrutural. Organizações concentram-se cada vez mais na adaptabilidade e flexibilidade. Diversidade funcional e dinamismo, bem como as características configuracionais (em quais locais os membros estão localizados, os isolamentos de outros membros e o equilíbrio entre os grupos em termos de funções de trabalho).	A virtualização impacta no funcionamento estrutural da organização. É preciso pensar na adaptabilidade, diversidade funcional, flexibilidade, no dinamismo estrutural e nas características configuracionais
A NOSSA PROPOSTA		
É uma organização descentralizada, que atua geograficamente dispersa, com recursos humanos diversificados, mantém relações sociais complexas à distância, faz uso das tecnologias de informação e comunicação. Procura abrir-se e ser flexível, mas ainda enfrenta barreira em si mesma para gerir a sua identidade e cultura no ciberespaço.		

Tabela 1 Conceito de organização virtual e proposta de definição

O fato é que as TIC oferecem às organizações a chance de se tornarem virtuais por meio de redes baseadas em computador para capitalizar sobre as vantagens dos diferentes fusos horários, localizações e culturas (Koblas & Jackson, 2008). Essas ferramentas online, Microsoft Teams, Workplace (Facebook), Meets (Google) e o Zoom, permitem aos indivíduos um novo formato de interação, possibilidade de socialização, aquisição de novas habilidades e experiências. Koles e Nagy (2014) defendem que a presença das organizações nesses ambientes inovadores permite que tenham uma nova visão de suas atividades, explorem novas formas de trabalho e entendam os mecanismos que influenciam os comportamentos online e alcancem os seus *stakeholders* com mais assertividade.

No entanto, é preciso perceber como esses novos formatos de trabalho podem agir na produtividade, satisfação e sociabilidade. Larson

(2020) afirma que, ao trabalhar numa cafeteria, em casa, ou num espaço de *coworking*, aquele ambiente acaba por agregar-se, nem que parcialmente, à organização. Usando como argumento a CCO, Larson (2020) defende que a agência não humana (materialidade) age e se comunica, pois “embora os espaços não possam falar ou escrever, eles podem se comunicar e interagir por meio da ligação com pessoas, práticas e coisas” (p. 302), o que acaba por influenciar no reconhecimento da cultura organizacional e na identificação dos colaboradores com os valores, missão e visão. Portanto, é importante considerar a relação desses espaços com a organização nem que seja por breves minutos, horas ou dias, porque eles influenciam na forma como nós enxergamos a organização e também como o outro nos vê. Esse avanço para além da fronteira organizacional, em que não há mais separação entre a vida privada e o exercício do trabalho, pode trazer consequências e afetar o desempenho, o sentido de pertença, além de provocar maior cansaço e stress. O certo é que há vantagens e desvantagens no modelo de trabalho remoto e não podemos ignorar o fato de que esses espaços “terceiros” contribuem e expandem a noção que temos sobre organização.

A ORGANIZAÇÃO VIRTUAL E AS TRÊS ESCOLAS DE PENSAMENTO COMUNICAÇÃO COMO CONSTITUTIVA DA ORGANIZAÇÃO: ANÁLISE DOS PONTOS EM COMUM

Após apresentar a revisão de literatura, passamos ao enquadramento da organização virtual nos fundamentos teóricos da CCO.

Em primeiro lugar, e já mencionado anteriormente, importa-nos olhar para a organização virtual da mesma forma que para uma organização convencional, pois identificamos nesses sistemas, assentes em programas informáticos, a ideia fundadora da existência das organizações clássicas. Essas ferramentas integram uma série de funcionalidades e atuam como facilitadores do processo comunicativo organizacional, convertendo-se em escritórios que operam em qualquer lugar e hora, desde que haja tecnologia e internet.

No processo da CCO está envolvida toda a estrutura, ações, interação, atores humanos e não humanos (materialidade), identidade e cultura. Nós também compreendemos ser possível uma organização virtual reproduzir essa complexa estrutura comunicacional, funcionando num fluxo contínuo da conduta discursiva (Giddens, 1984). Comprovamos a nossa percepção através da definição de Mowshowitz (1994), que afirmou serem os padrões sociotecnológicos tão importantes quanto a tecnologia no pilar

estrutural de uma organização virtual. Em sua visão, não é possível desmembrar os componentes sociais (as interações, por exemplo) da tecnologia e que esses avanços tecnológicos são apenas fios condutores para os padrões sociais que sustentam esse tipo de organização. No fundo, é preciso olhar para a componente humana. Essa, sim, é a base do processo.

Concordamos com Mowshowitz (1997), principalmente quando diz que a organização virtual é consistente com todas as formas de organizações, porque ela não obedece a uma estrutura de controle particular nem requer arranjos espaciais ou funcionais específicos. Nesse nível, difere da organização tradicional cuja estrutura necessita de um lugar-sede, com fronteiras estabelecidas e delimitadas (Priego-Roche et al., 2016), tendo objetivos definidos e alinhados com todos os envolvidos. Ao contrário, a organização virtual tem como fundamento a partilha, a autonomia e os envolvidos nem sempre estão em interação, porque essa existe em várias frentes, tornando-se dinâmica e flexível. Por sua vez, a teoria da CCO, segundo Mease (2020), reconhece a mudança organizacional como uma norma de existência da organização, almejando alcançar aspetos estáveis da mesma. Concentra-se na comunicação como evento coconstruído, como a pedra angular de nossa realidade social e organizacional. Assim, os teóricos veem a organização como um lugar de coorientação, mais de dissenso do que consenso, mas também em busca de uma estabilidade, tendo a comunicação como estabilizadora deste processo.

As organizações virtuais também buscam esta estabilidade, que consideramos ser a procura por um entendimento comum e coletivo sobre a organização. Isso se dá pelo fato de que as relações são tidas à distância, intermediadas por canais digitais, o que traz desafios e barreiras comunicativas e pode gerar instabilidade e resultar em interrupções ou falhas nos processos comunicativos. Mesmo embora os canais digitais atuem como facilitadores da comunicação e permitam um fluxo comunicativo em que todos possam ser atores e produtores ativos de conteúdo, a profusão de mensagens e ainda as dificuldades de acessibilidade podem gerar entraves ao processo. Por isso, acreditamos que os desafios comunicativos existentes numa organização tradicional também estão presentes numa virtual. A comunicação tanto virtual como tradicional obedece a um fluxo bidirecional, interativo que perpassa por múltiplos canais (formais e informais), propiciando uma comunicação dinâmica, interativa e participativa. Se fossemos comparar a estrutura, poderíamos dizer que a organização virtual procura ser flexível, mas encontra barreiras em si mesma para gerir a sua identidade e cultura no ciberespaço. Já a organização tradicional precisa de

ter lugar definido, opera tanto fisicamente quanto de forma híbrida, tende aos relacionamentos presenciais, cada um tem um lugar definido e age dentro do seu limite espacial.

Diante dessa complexidade apresentada, entendemos ser pertinente avançar com a percepção de que as organizações virtuais podem ser analisadas pela base teórica das escolas de pensamento da CCO, por serem realidades comunicativas e discursivas tão complexas quanto as tradicionais organizações que ocupam espaços físicos. Sendo assim, tanto na organização virtual quanto na tradicional, a comunicação pode ser vista como o alicerce organizacional, “uma condição necessária para a sua existência, um meio pelo qual as organizações são estabelecidas, levando em consideração não só a linguagem e o discurso, mas também a fala, o texto, a conversa, entre outras formas de expressão organizacional” (Ruão, 2016, p. 16). A partir dessa reflexão, apresentamos a seguir a Tabela 2 com um quadro comparativo entre as três escolas de pensamento da CCO e a organização virtual.

TEMAS	PENSAMENTOS CONVERGENTES	ESCOLA DE MONTREAL	MODELO DOS QUATRO FLUXOS	TEORIA DOS SISTEMAS	ORGANIZAÇÕES VIRTUAIS (EN-QUADRAMENTO)
Epistemologia / ontologia e características	A comunicação não é apenas um epifenómeno periférico das ações humanas, mas o modo de explicar a realidade social. Portanto, uma constituição comunicativa da realidade	Relacional; transcendente, pragmatista, distinção entre idealismo e realismo; observador e objetos de interesse agem um sobre o outro	Apresenta dualidade de produção e reprodução; o observador confia no conhecimento (institucionalizado) e na sua viabilidade na prática	Construtivista radical; o observador constrói uma realidade única de maneira autorreferencial; mundo externo determina quais construções de realidade funcionam (ou seja, são viáveis) e quais não	Descentralizada, geograficamente dispersa, mantém relações sociais complexas à distância, não presencial, impermanente, faz uso da tecnologia da informação; procura ser flexível, mas encontra barreira em sim mesma para gerir a sua identidade e cultura no ciberespaço

TEMAS	PENSAMENTOS CONVERGENTES	ESCOLA DE MONTREAL	MODELO DOS QUATRO FLUXOS	TEORIA DOS SISTEMAS	ORGANIZAÇÕES VIRTUAIS (ENQUADRAMENTO)
Comunicação	A comunicação como processo dinâmico, interativo, indeterminado (verbal ou não verbal) e, portanto, precário; rejeição de visões de transmissão de comunicação	A comunicação como relação transacional; os atores constituem uma relação agente-principal (falando “em nome de”); atores não humanos entram em relações transacionais quando expressos na comunicação	A comunicação é a intermediação das quatro dimensões básicas da ação: significação, dominação, legitimação e constituição; e a emergência fundida na interação simbólica	A comunicação como processo de autorreprodução de negociação de sentido, síntese de três seleções: informação, enunciado e compreensão. O que importa a continuação da comunicação	A comunicação (formal e informal) é dinâmica, interativa, ágil, com fluxo bidirecional, e acontece através de múltiplos canais inseridos em softwares/plataformas digitais. O recetor é ativo. Há fluxo contínuo de comunicação. Diálogo personalizado
Relação entre organização e comunicação	A organização emerge e é perpetuada como uma rede de eventos ou processos de comunicação interligados; a organização é evocada por meio de atribuições comunicativas do ator; organização como uma entidade processual	Ênfase nas propriedades organizadoras da comunicação; todos os tipos de atos de fala têm o potencial de dar origem à organização. A organização tanto como uma entidade transacional (um coletivo comunicativo identificável) e como um processo imbricado (uma rede de comunicação auto-organizada)	Quatro fluxos de comunicação constituem coletivamente a organização: (a) autoestruturarão reflexiva, (b) negociação de membros, (c) coordenação de atividades e (d) posicionamento institucional	A comunicação orientada para a decisão tem a capacidade de fazer surgir a organização. Organização como rede autopoietica e autorreferencial de eventos comunicacionais orientados para a decisão; as decisões se conectam para formar sequências de decisões	A organização descentralizada mantém fluxo de comunicação contínuo; complexidade das relações cria barreira comunicativa (feedback e ruído); as relações de poder estão presentes nesses ambientes; redes sociais funcionam como facilitadoras da comunicação e são resultado da dinâmica da interação social

TEMAS	PENSAMENTOS CONVERGENTES	ESCOLA DE MONTREAL	MODELO DOS QUATRO FLUXOS	TEORIA DOS SISTEMAS	ORGANIZAÇÕES VIRTUAIS (ENQUADRAMENTO)
Atores humanos e não humanos	Descentraliza a agência de indivíduos humanos e reconhece — de maneiras diferentes — a importância da agência não humana	Texto, ferramentas ou outros objetos materiais são dotados da agência (ou seja, a capacidade de “fazer a diferença”) assim que são reconhecidos, mobilizados ou colocados em primeiro plano no contexto do uso da linguagem	Reconhece que os objetos tecnológicos e outros permitem e restringem a organização, mas também enfatiza as diferenças nas capacidades dos atores humanos e não humanos	Os sistemas sociais são atores não humanos por direito próprio (apenas a comunicação pode comunicar); objetos materiais, no entanto, são parte do ambiente de uma organização e, portanto, só podem “perturbar” a comunicação	Atores produtores de conteúdo; presença da cultura e identidade organizacional nas plataformas digitais

Tabela 2 *A comunicação como constitutiva da organização e a organização virtual: Enquadramento*

Fonte. Schoeneborn et al., 2014, pp. 307–308

5. CONCLUSÃO

O objetivo deste trabalho foi apresentar uma análise sobre os conceitos da organização virtual e da CCO, relacionando-as e encontrando pontos que as aproximam, mas que também as diferenciam. Isso se deu a partir do nosso entendimento de que a aceleração da virtualização das organizações ocorrida nos últimos 2 anos por conta da pandemia da COVID-19 fez surgir novos desafios para a comunicação, trazendo à tona a necessidade de se debruçar sobre o conceito da organização virtual e associá-lo ao campo teórico da comunicação organizacional. Nesse sentido, avaliamos ser uma organização virtual uma realidade comunicativa e discursiva tão complexa quanto a tradicional, pois a comunicação nesse modelo organizacional também ocupa lugar de destaque, uma vez que também funciona como uma realidade dinâmica, coconstruída e coorientada, flexível, obedecendo

a um fluxo bidirecional, interativo, em que seus atores também são produtores de conteúdo. A sua impermanência e dispersão geográfica podem criar barreiras e instabilidades, resultando em falhas comunicacionais. Dessa forma, é pertinente acolher os estudos sobre a organização virtual e a teoria da CCO, tornando possível refletir sobre os aspetos comunicativos de uma organização que necessita da TIC para funcionar.

Sendo assim, e depois de uma breve análise da CCO e da organização virtual, acreditamos que os desafios comunicativos existentes numa organização tradicional também estão presentes numa virtual e que com a crescente virtualização das atividades das organizações torna-se ainda mais pertinente um trabalho como este. No entanto, precisamos pontuar a dificuldade de encontrar estudos que abordem as duas áreas, bem como as relacionem à pandemia. A respeito da organização virtual percebemos que há uma produção crescente a partir da década de 90, quando surge, mas que vai diminuindo a partir da segunda década do século XX. Quando à CCO, isso não acontece, mas tivemos dificuldade em encontrar estudos relacionados à pandemia. Isso demonstra a relevância desse tema, que abre caminho para a atualização de ambas as áreas e permite um avanço no campo da comunicação organizacional. Acreditamos que este é um pequeno passo para aproximar a organização virtual das teorias da comunicação organizacional e permitir que outros assuntos surjam a partir dessa análise, pois, a nosso ver, é possível que uma organização virtual reproduza essa complexa estrutura comunicacional que existe numa organização clássica.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho é financiado por uma Bolsa de Investigação para Estudantes de Doutoramento [BI_Doutoramento/FCT/CECS/2021 (UI/BD/151120/2021)], da Fundação para a Ciência e Tecnologia, ao abrigo do Protocolo de Colaboração para Financiamento do Plano Plurianual de Bolsas de Investigação para Estudantes de Doutoramento, celebrado entre a FCT e a Unidade de I&D CECS (UID 00736). Este trabalho é apoiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto UIDB/00736/2020 (financiamento base) e UIDP/00736/2020 (financiamento programático).

REFERÊNCIAS

- Argenti, P. A., & Barnes, C. M. (2009). *Digital strategies for powerful corporate communications*. McGraw-Hill.
- Argenti, P. A., & Barnes, C. M. (2011). *Sobrevivendo na selva da internet: Como fazer uma comunicação poderosa na web e proteger a reputação de sua empresa* (B. Torii, Trad.). Editora Gente. (Trabalho original publicado em 2009)
- Bisel, R. S. (2010). A communicative ontology of organization? A description history, and critique of CCO theories for organization science. *Management Communication Quarterly*, 24(1), 124–131. <https://doi.org/10.1177/0893318909351582>
- Boivin, G., Brummans, M. J. H. B., & Barker, J. R. (2017). The Institutionalization of CCO scholarship: Trends from 2000 to 2015. *Management Communication Quarterly*, 31(3), 331–355. <https://doi.org/10.1177/0893318916687396>
- Brafman, O., & Beckstrom, R. A. (2006). *The starfish and the spider: The unstoppable power of leaderless organizations*. Penguin.
- Brummans, B. H. J. M. (2006). The Montréal school and the question of agency. In F. Cooren, J. R. Taylor, & E. J. Van Every (Eds.), *Communication as organizing: Empirical and theoretical explorations in the dynamic of text and conversation* (pp. 197–211). Lawrence Erlbaum.
- Brummans, B. H. J. M., Cooren, F., Robichaud, D., & Taylor, J. R. (2014). Approaches to the communicative constitution of organizations. In L. Putnam & D. Mumby (Eds.), *The Sage handbook of organizational communication – Advances in theory, research and methods* (pp. 173–194). Sage.
- Cheney, G. (2007). Organizational communication comes out. *Management Communication Quarterly*, 21(1), 80–91. <https://doi.org/10.1177/0893318907302639>
- Child, J., & McGrath, R. G. (2001). Organizations unfettered: Organizational form in an information-intensive economy. *Academy of Management Journal*, 44(6), 1135–1148. <https://doi.org/10.5465/3069393>
- Clegg, S. R. (1998). *As organizações modernas* (F. Assunção, Trad.). Celta Editora. (Trabalho original publicado em 1990)
- Cooren, F. (2018). Materializing communication: Making the case for a relational ontology. *Journal of Communication*, 68(2), 278–288. <https://doi.org/10.1093/joc/jqx014>

- Cooren, F., Kuhn, T., Cornelissen, J. P., & Clark, T. (2011). Communication, organizing and organization: An overview and introduction to the special issue. *Organization Studies*, 32(9), 1149–1170. <https://doi.org/10.1177/0170840611410836>
- Cooren, F., Taylor, J. R., & Van Every, E. J. (2006). *Organization as organizing – Empirical and theoretical explorations in the dynamic of text and conversation*. LEA.
- Davidow, W. H., & Malone, M. S. (1993). *A corporação virtual* (N. Montingelli Jr., Trad.). Editora Pioneira. (Trabalho original publicado em 1992)
- Deetz, S. (2001). Conceptual foundation. In L. Putnam & F. Jablin (Eds.), *The new handbook of organizational communication* (pp. 3–46). SAGE.
- Ferreira, A., Reis, A., & Pereira, M. (2002). *Gestão empresarial: De Taylor aos nossos dias*. Editora Pioneira.
- Giddens, A. (1984). *The constitution of society. Outline of the theory of structuration*. Cambridge Polity Press.
- Giddens, A. (1987). *Social theory and modern sociology*. Cambridge Polity Press.
- Gloor, P. A., & Cooper, S. M. (2012). The new principles of a swarm business. *Sloan Management Review*, 48(3). <https://sloanreview.mit.edu/article/the-new-principles-of-a-swarm-business/>
- Katz, D., & Kahn, R. L. (1966). *The psychology of organizations*. John Wiley.
- Koblas, J., & Jackson, P. (2008). *Becoming virtual – Knowledge management and transformation of the distributed organization*. Physica-Verlag; Springer.
- Koles, B., & Nagy, P. (2014). Virtual worlds as digital workplaces. Conceptualizing the affordances of virtual worlds to expand the social and professional spheres in organizations. *Organizational Psychology Review*, 4(2), 175–195. <https://doi.org/10.1177%2F2041386613507074>
- Kreps, G. (1990). *Organizational communication - Theory and practice*. Longman.
- Kürümlüoğlu, M., Nøstdal, R., & Karvonen, I. (2005). Base concepts of virtual organization. In L. M. Camarinha-Matos, H. Afsarmanesh, & M. Ollus (Eds.), *Virtual organizations: Systems and practices* (pp. 11–28). Springer.
- Larson, E. W. (2020). Where is an organization? How workspaces are appropriated to become (partial and temporary) organizational spaces. *Management Communication Quarterly*, 34(3), 299–327. <https://doi.org/10.1177/0893318920933590>
- Latour, B. (2005). *Reassembling the social: An introduction to actor-network-theory*. Oxford University Press.

- Levy, P. (1998). *Becoming virtual. Reality in the digital age* (R. Bononno, Trad.). Plenum Trade. (Trabalho original publicado em 1995)
- Luhmann, N. (1986). The autopoiesis of social systems. In F. Geyer & J. van der Zouwen (Eds.), *Sociocybernetic paradoxes: Observation, control and evolution of self-steering systems* (pp. 171–192). Sage.
- Luhmann, N. (1995). *Social systems*. Stanford University Press.
- McPhee, R. D. (2004). Text, agency and organization in the light of structuration theory. *Organization*, 11(3), 335–371. <https://doi.org/10.1177/1350508404041997>
- McPhee, R. D., & Zaug, P. (2000). The communicative constitution of organizations: A framework for explanation. *Electronic Journal of Communication*, 10(1–2). <https://cios.org/EJCPUBLIC/010/1/01017.html>
- McPhee, R. D., & Zaug, P. (2009). The communicative constitution of organizations: A framework for explanation. In L. L. Putnam, & A. M. Nicotera (Eds.), *Building theories of organization: The constitutive role of communication* (pp. 21–48). Routledge.
- Mease, J. J. (2020). Techniques and forces and the communicative constitution of organization: A Deleuzian approach to organizational (in)stability and power. *Management Communication Quarterly*, 35(2), 226–255. <https://doi.org/10.1177/1056492620969969>
- Mowshowitz, A. (1994). Virtual organization: A vision of management in the information age. *The Information Society*, 10(4), 267–288. <https://doi.org/10.1080/01972243.1994.9960172>
- Mowshowitz, A. (1997). Virtual organization: A vision of management in the information age. *Information Society*, 10(4), 267–288. <https://doi.org/10.1080/01972243.1994.9960172>
- Priego-Roche, L. M., Rieu, D., & Front, A. (2009). *A 360° vision for virtual organizations characterization and modelling: Two intentional level aspects*. International Federation For Information Processing (IFIP). https://doi.org/10.1007/978-3-642-04280-5_33
- Priego-Roche, L. M., Front, A., & Rieu, D. (2016). A framework for virtual organization requirements. *Requirements Engineering*, 21, 439–460. <https://doi.org/10.1007/s00766-015-0223-5>
- Putnam, L. L., & Fairhurst, G. T. (2015). Revisiting “organizations as discursive constructions”: 10 years later. *Communication Theory*, 25(4), 375–392. <https://doi.org/10.1111/comt.12074>

- Putnam, L. L., & Mumby, D. K. (Eds.). (2014). *The Sage handbook of organizational communication: Advances in theory, research and methods*. SAGE.
- Ribeiro, P. C. (2016). *A comunicação interorganizacional em rede na transferência de conhecimento: A abertura das universidades às empresas* [Tese de doutoramento, Universidade do Minho]. RepositóriUM. <https://hdl.handle.net/1822/44976>
- Ruão, T. (2016). *A organização comunicativa: teoria e prática em comunicação organizacional*. Centro de Estudos da Comunicação e Sociedade. <https://hdl.handle.net/1822/41119>
- Schoeneborn, D. (2011). Organization as communication: A Luhmannian perspective. *Management Communication Quarterly*, 25(4), 663–689. <https://doi.org/10.1177/0893318911405622>
- Schoeneborn, D., Blaschke, S., Cooren, F., McPhee, R. D., Seidl, D., & Taylor, J. R. (2014). The three schools of CCO thinking: Interactive dialogue and systematic comparison. *Management Communication Quarterly*, 28(2), 285–316. <https://doi.org/10.1177/0893318914527000>
- Sieber, P., & Griese, J. (Eds.). (1998). *Organizational virtualness. Proceedings of the VoNet – Workshop*. http://www.communicationcache.com/uploads/1/0/8/8/10887248/organizational_virtualness.pdf
- Sotto, R. (1986). The virtualization of the organizational subject. In R. Chia (Ed.), *Organized worlds – Explorations in technology and organization with Robert Cooper* (pp. 62–88). Routledge.
- Taylor, J. R. (1993). *Rethinking the theory of organizational communication: How to read an organization*. Ablex.
- Taylor, J. R. (2007). Da tecnologia na organização à organização na tecnologia (J. P. Neves & C. Gonçalves, Trads.). *Comunicação e Sociedade*, 12, 83–103. [https://doi.org/10.17231/comsoc.12\(2007\).1098](https://doi.org/10.17231/comsoc.12(2007).1098)
- Taylor, J. R., & Cooren, F. (1997). What makes communication ‘organizational’? How many voices of the organization become the one voice of an organization? *Journal of Pragmatics*, 27(4), 409–438. [https://doi.org/10.1016/S0378-2166\(96\)00044-6](https://doi.org/10.1016/S0378-2166(96)00044-6)
- Thayer, L. (1979). *Comunicação, fundamentos e sistemas*. Atlas.
- Trevisan, N. M. (2006). Comunicação organizacional em organizações virtuais: Estudos para uma teoria de comunicação organizacional on-line a partir do caso REA/Brasil. In S. Ferreira (Ed.), *Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação* (pp. 1–15). Intercom; Universidade de Brasília. <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R0442-1.pdf>

- Trope, A. (1999). *Organização virtual – Impactos do teletrabalho*. Qualitymark.
- Weick, K. E. (1973). *The social psychology of organizing*. Addison-Wesley.
- Welch, M. (2012). Appropriateness and acceptability: Employee perspectives of internal communication. *Public Relation Review*, 38(2), 246–254. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2011.12.017>
- Weber, M. S., & Kim, H. (2015). Virtuality, technology use, and engagement within organizations. *Journal of Applied Communication Research*, 43(4), 385-407. <https://doi.org/10.1080/00909882.2015.1083604>.

Citação:

Costa, G., Ruão, T., & Balonas, S. (2022). O conceito de organização virtual e a sua relação com as escolas da comunicação como constitutiva da organização: Análise de pontos em comum. In Z. Pinto-Coelho, S. Marinho & T. Ruão (Eds.), *Práticas comunicativas, organizações e educação. Atas das VIII Jornadas Doutorais do CECS* (pp. 66–89). CECS.

TATIANE RODRIGUES CARVALHO DE OLIVEIRA & TERESA RUÃO

tatiane.rco@gmail.com; truaou@ics.uminho.pt

**Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Instituto de
Ciências Sociais, Universidade do Minho, Braga, Portugal**

A (RE)ORGANIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO INTERNA A PARTIR DE PROCESSOS PARTICIPATIVOS

RESUMO

A pandemia COVID-19 trouxe muitas mudanças em nossas vidas e também nas organizações. A partir do regime de trabalho remoto, com o confinamento, embaralhamos definitivamente o público e o privado em nossas casas, as escolhas passaram a não estar somente em benefício de alguns, mas a nível de toda a sociedade, e tivemos que lidar com informações globalmente dispersas entre os múltiplos atores. Nesse cenário, que foi interconectado por dispositivos tecnológicos, as relações participativas nas organizações mostraram-se essenciais. Neste estudo, fazemos uma revisão histórica e conceitual da comunicação interna e problematizamo-la nas organizações contemporâneas, a partir da premissa de que qualquer processo comunicacional necessita de equilíbrio pela participação. Entendendo a participação como uma efetiva redistribuição de poder, propomos uma (re)organização da comunicação interna que permita a construção de espaços sociais, interativos, de partilha, de responsabilidades, de planeamentos e tomada de decisões. Assim, a comunicação interna é percebida no estudo como uma construção simbólica de significados, envolvendo todos os colaboradores, em todos os níveis, por meio da criação de um ambiente de trabalho como um espaço social, integrativo. Ressalta-se ainda que é preciso que profissionais de comunicação reconheçam sua capacidade e responsabilidade de funcionar como agentes de mudança nos locais de trabalho, observem as estruturas e experiências proporcionadas pelas novas tecnologias de comunicação e ajudem a criar um ambiente organizacional que proporcione a participação dos colaboradores de forma ativa.

PALAVRAS-CHAVE

comunicação interna; organizações; participação; COVID-19; espaços sociais

INTRODUÇÃO

A comunicação interna tem como função manter o processo de interação no ambiente interno da organização. Por isso, envolve o estudo das teorias da comunicação, dos canais formais e informais, da estrutura organizacional, da cultura entre os seus membros. Embora as interações diárias sejam uma parte da comunicação interna, as organizações também precisam comunicar suas metas, objetivos e prioridades. O processo comunicativo ajuda-nos a encontrar um propósito comum dentro das organizações, para trabalharmos juntos. Geralmente, a comunicação interna abrange a comunicação administrativa (memorandos, cartas, instruções), a comunicação corporativa (aquela que utiliza os canais formais da organização) e a comunicação interpessoal (face a face, entre colaboradores, entre a gestão/colaboradores).

A importância dos estudos da comunicação interna é um fenómeno ainda recente, ganhando força apenas nos anos 1980 e 1990, e a sua compreensão na atualidade aponta para uma área autónoma ligada às profissões de relações públicas, gestão do conhecimento, marketing ou recursos humanos. No âmbito científico, grande parte das pesquisas são provenientes dos estudos da comunicação organizacional. Entretanto, na prática, a comunicação interna ainda é confundida com a comunicação por canais formais (Welch & Jackson, 2007), e enfatiza habilidades como produção de informações, anúncios e boletins internos, redação e publicação de conteúdos na rede e nas plataformas. Ainda hoje, predominantemente, os profissionais de comunicação e as organizações dão mais importância à comunicação unidirecional, representando esta apenas uma posição de gerenciamento, falhando em dar voz aos colaboradores (Yaxley et al., 2020). A comunicação interna, desta maneira, acaba por ter como característica essencial, em muitas organizações, ser mera produtora e reprodutora de discursos da gestão, desconsiderando a comunicação bidirecional, participativa.

Se essa comunicação já era fundamental dentro das organizações, com a pandemia de COVID-19, que se alastrou pelo mundo, podemos observar isso ainda com mais clareza. Abordar as questões da prevenção da saúde — como os efeitos do isolamento nas relações familiares, as medidas de trabalho remoto mais adequadas, os níveis de impacto da empresa

na natureza para evitar a propagação do vírus —, passaram a ser assuntos extremamente relevantes na vida atual das organizações. O público misturou-se ainda mais ao privado a partir do momento em que começamos a realizar os trabalhos em nossas próprias casas, quebrando antigas barreiras hierárquicas de comunicação que existiam dentro das companhias. As escolhas e decisões passaram a não estar mais a cargo de uns e para benefícios de alguns, mas a nível de todos.

Nesse cenário complexo e interconectado, as relações participativas nas organizações mostraram-se essenciais. O objetivo neste estudo é, pois, produzir uma revisão histórica do conceito de comunicação interna e problematizá-lo no contexto das vivências das organizações contemporâneas, pensando a partir da premissa de que qualquer processo comunicacional necessita de um equilíbrio pela participação. E isso inclui, não somente uma reflexão sobre o equilíbrio das relações em que os colaboradores podem interagir nos processos, mas implica também na construção de espaços que permitam a partilha de responsabilidades, de planejamentos e tomada de decisões. Essa é uma maneira de organizar os espaços de trabalho de forma a que sejam sociais, concentrados no diálogo. Observamos que os espaços sociais possuem tensões, mas também negociações e são transformadores, porque tornam os colaboradores conscientes do que decidem, de suas responsabilidades e também mais ativos.

CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA DA COMUNICAÇÃO INTERNA

Muito pouco é documentado sobre a história da comunicação interna. Um relato recente vem de uma perspectiva do Reino Unido, de Ruck e Yaxley (2015), e baseia-se em fontes arquivísticas, acadêmicas e práticas para rastrear o desenvolvimento. De acordo com os autores, a comunicação interna formal surge na sociedade moderna industrializada do final do século XIX e início do XX para atender a necessidade de contato pessoal entre a gestão e seus colaboradores. As raízes dessa comunicação encontram-se nas publicações escritas (em inglês *house organs*) que atuavam refletindo os interesses da administração e não dos membros internos, numa abordagem paternalista, sendo desenvolvidas simultaneamente em países como Estados Unidos, Reino Unido, Alemanha, Índia e Canadá. Algumas destas primeiras publicações tinham um alcance global e serviam para melhorar a comunicação em diferentes locais de trabalho (revisão completa em Ruck & Yaxley, 2015).

O interesse nestas produções refletia o reconhecimento da importância das relações com os colaboradores, estimuladas pelas teorias das

organizações nos Estados Unidos, como os estudos de Hawthorne nos anos 1920/1930. Foi então que começaram a aparecer os primeiros departamentos de comunicação que valorizavam as revistas para os colaboradores como formato eficiente de comunicação nos Estados Unidos. Na Grã-Bretanha, o desenvolvimento acontecia de forma mais contida e teve sua crescente popularidade afetada, na década de 1940, por fatores externos como o racionamento de papel, com a Segunda Guerra Mundial. Em 1949, marcou-se então um foco renovado das publicações com a formação da Associação Britânica de Editores e as revistas para colaboradores começam a ser produzidas por editores. Os exemplares que continham “editores qualificados” eram considerados eficientes pelos departamentos de pessoal, o que acabou por fortalecer a presença de jornalistas nas empresas (Yaxley et al., 2020). Especialistas neste tipo de comunicação ficaram conhecidos à época como “editores industriais” ou “jornalistas de negócios” (Grunig, 1992, p. 533) e essas publicações tinham a intenção de satisfazer os colaboradores com notícias informativas, de forma a representar uma perspectiva mecanicista da comunicação.

Na década de 1970, as publicações escritas internas voltaram-se para o objetivo de convencer os colaboradores da política seguida pela empresa para o alcance dos resultados e lucros (persuasão), ainda sem envolvimento ou participação dos mesmos, reforçando o posicionamento da publicação interna firmemente sob o controle da gestão. Os estudos da comunicação interna ganharam força apenas nos anos 1980 com as novas exigências organizacionais do período. Os anos são marcados pelas novas ideias que destacam as dimensões simbólicas e expressivas das organizações, incluindo estudos sobre a cultura organizacional. Houve ainda mudanças económicas globais, impulsionadas especialmente pelas tecnologias, que fazem com que os processos de comunicação interna se estabeleçam e reforçam a importância das relações humanas nos processos comunicativos. Em 1984, Grunig e Hunt (1984) desenvolvem o modelo de excelência das relações públicas, baseado em uma comunicação simétrica, bidirecional com os colaboradores utilizando-se dos média, mas também da comunicação interpessoal e o diálogo (Ruck & Yaxley, 2015, p. 8; Yaxley et al., 2020).

Nos anos 1990, a comunicação interna avançou nos Estados Unidos e espalhou-se pela Europa, saindo da perspectiva predominantemente de edição industrial para ser vista cada vez mais com uma função estratégica valorizada. Fatores como a globalização, desregulamentação e crises económicas trouxeram um cenário de reestruturações permanentes,

terceirizações, fusões e aquisições, redução de tamanho das empresas, *downsizing*¹. Isso resultou numa redução da confiança dos colaboradores nas instituições e a comunicação interna emergiu como uma função crítica para as organizações reestabelecerem o conhecimento sobre as suas unidades, reconstruir relacionamentos interpessoais, diminuir incertezas e minimizar a resistência às mudanças, melhorando a percepção para os seus colaboradores. É neste período que são criados no Reino Unido vários departamentos da área nas organizações (Ruck & Yaxley, 2015; Tourish & Hargie, 2004; Verčič et al., 2012). Embora passos significativos tenham sido dados na década de 1990, uma pesquisa realizada por Wright (1995) mostrou que a prática ainda permaneceu dominada pelas habilidades jornalísticas técnicas como a produção de boletins informativos, em vez de se trabalhar os relacionamentos com os colaboradores. As tecnologias de comunicação que surgiram foram também sendo incorporadas a essa comunicação informativa, tais como a produção de boletins por email, áudios, vídeos, ou mesmo as intranets nas organizações.

Com base em diversos autores, Yaxley et al. (2020) dividem essas primeiras fases da comunicação interna em quatro momentos: paternalismo (no século XIX até início do XX), apresentação (anos 1940), persuasão (1980) e mudança cultural (1990). Já Dover (1959) segmenta o seu desenvolvimento em três períodos: era do entretenimento (antes da Segunda Guerra Mundial), era da informação (anos 1940 com os jornalistas à frente das revistas) e era da interpretação e persuasão (anos 1950). Grunig e Hunt (1984) adicionam mais uma era — a era do entendimento mútuo —, a partir do entendimento de que a comunicação facilitava o diálogo com os colaboradores (Grunig, 1992).

No entanto, na primeira década do século XXI, o surgimento da web 2.0, das plataformas digitais e sociais, provoca mudanças nas formas de comunicação e não tarda para que as organizações introduzam tecnologias semelhantes para a comunicação com seus colaboradores. Apesar da intranet ainda ter um papel importante como repositório oficial de informações, várias plataformas internas foram incorporadas para permitirem que os colaboradores possam participar em mais conversas sobre o trabalho, as funções, as regiões e os níveis hierárquicos (Huang et al., 2013). Como resultado, a comunicação ganhou uma função ainda mais estratégica como área-chave dentro das complexas organizações (Yaxley et al., 2020). Welch (2020) resume os objetivos da comunicação interna nos últimos tempos:

¹ Termo utilizado para se referir a uma “redução intencional no número de pessoas de uma organização” (Tourish & Hargie, 2004, p. 18). É realizado por meio de um conjunto de ações como congelamento de contratações, demissões, entre outras.

nos anos 1990, suportar processos de reengenharia e organização de mudança cultural; anos 2000, contribuir para o engajamento e para a participação; e a partir de 2010, após a crise e recessão global, alcançar maior transparência e reconstruir a confiança (Figura 1).



Figura 1 *Objetivos da comunicação interna*

Fonte. Adaptado de Yaxley et al. (2020) e Welch (2020)

O reconhecimento da importância da área resultou em uma série de iniciativas destinadas a entender e analisar o campo como um domínio independente. Em 2000, a Universidade de Kingston, em Londres, lançou o primeiro diploma de pós-graduação em gestão da comunicação interna. No ano de 2008, o Chartered Institute of Public Relations (www.cipr.co.uk) lançou um certificado de especialista em comunicação interna e, em 2009 criou a classificação de especialista com grau académico equivalente ao nível de mestrado (Ruck & Yaxley, 2015). Em 2010, é divulgado o primeiro livro didático dedicado à área, *Exploring Internal Communication* (Explorando a Comunicação Interna), com o objetivo de apoiar publicações do Chartered Institute of Public Relations. Também em 2010, os profissionais da área criaram no Reino Unido o Instituto de Comunicação Interna (<https://www.ioic.org.uk>) como uma entidade separada da Chartered Institute of Public Relations. Na Europa continental, o Instituto de Comunicação Interna também liderou uma transformação da Federação das Associações Europeias de Comunicadores de Negócios (<http://www.feiea.com>), uma associação de comunicadores internos (Verčič et al., 2012).

Apesar dessas iniciativas recentes e do crescimento da educação e treinamento, ainda há pouca atenção acadêmica à comunicação interna, resultando em um vácuo na orientação sobre conhecimentos específicos necessários para a prática. Há também alguns profissionais que encontram barreiras para cumprir o papel estratégico e outros que não têm confiança para cumpri-lo. Wright (1995) ressalta a importância de os profissionais fazerem parte da coalizão, onde as decisões são tomadas, e para isso é preciso que estejam em funções-chave como a de gestores de comunicação interna sênior ou executivos, com papel ativo na tomada de decisões junto à alta administração. O autor também recomenda que estes profissionais reconheçam sua capacidade e responsabilidade de funcionar como agentes de mudança nos locais de trabalho. Quando isso não ocorre e a função da comunicação interna não é vista como estratégica e alinhada à missão e às decisões organizacionais, o serviço comunicacional acaba por ser apenas tático, funcionando como um “carteiro corporativo” e resultando em poucos níveis de engajamento por parte dos colaboradores (Yaxley et al., 2020).

Não existem orientações claras sobre quais devem ser as competências a ser desenvolvidas por um profissional de comunicação interna, mas há alguns estudos, como o apontado por Yaxley et al. (2020), que enfatizam alguns pontos como os fatores comportamentais: (a) conduzir pesquisas e analisar dados para desenvolver planos estratégicos; (b) orientar a resolução de problemas e conflitos; (c) construir relacionamento com os *stakeholders*²; (d) escrever e comunicar nas diversas plataformas e tecnologias; e (e) apoiar o propósito organizacional, o engajamento dos colaboradores e a comunicação da mudança (Yaxley et al., 2020). Com base em uma revisão de artigos na revista *Strategic Communication Management* e outras publicações voltadas para a comunicação interna (conferências e fóruns), Likely (2008, p. 15) também registra algumas funções operadas pelo profissional: (a) comunicador (repórter, facilitador, democrata); (b) educador (formador, coach); (c) agente de mudança; (d) consultor de comunicação (com foco em desempenho operacional e processos); e (e) gestor de estratégia organizacional (responsável, líder, diretor, gestor de relacionamento).

Em todas essas funções não há menção sobre a competência de escuta dos colaboradores, algo que é central à ideia de comunicação como uma coconstrução de significados. Em pesquisa realizada com profissionais da área, com representantes da Federação das Associações Europeias

² O termo em inglês *stakeholder* se refere à parte interessada, qualquer indivíduo ou grupo que possa ser afetado pelas ações de uma corporação (Argenti & Barnes, 2009, p. 11). Abordaremos o conceito de forma aprofundada ao longo do estudo.

de Comunicadores de Negócios (Verčič et al., 2012), os entrevistados descreveram a comunicação interna como uma função gerencial encarregada da comunicação intraorganizacional e com uma função que integrava elementos de gestão, comunicação, marketing e recursos humanos. Os entrevistados consideraram a área responsável pela disseminação da informação, gerenciamento e produção de mídia, em uma visão mais unidirecional da comunicação.

No contexto de (re)organização contemporânea e de complexidade das práticas com o acentuar dos fenômenos tecnológicos, um desafio colocado aos profissionais de comunicação é de não se servirem apenas como os antigos “jornalistas de negócios” na perspectiva mecanicista da comunicação ou como “carteiros corporativos” para os colaboradores, meros transmissores de informações de gestão, mas de adquirirem papéis ativos no processo de construção e negociação de significados, sendo fundamental que os profissionais se concentrem em desenvolver as relações de interação entre os membros, o diálogo dentro das organizações.

Durante o processo de elaboração desta pesquisa, acompanhamos a pandemia mundial causada pelo novo coronavírus (COVID-19). De um momento para o outro, a sociedade teve que conviver a partir de uma (des) construção de certezas. No final de janeiro de 2020, a Organização Mundial da Saúde declarou um surto do vírus SARS-CoV-2 como uma emergência de saúde pública internacional. No dia 11 de março, preocupada com os níveis alarmantes de propagação e por sua gravidade, a Organização Mundial da Saúde passou a considerar a COVID-19 como uma pandemia, um surto com distribuição geográfica internacional muito alargada e simultânea (Organización Mundial de la Salud, 2021).

Com a globalização da doença e a gravidade de propagação do vírus, países no mundo todo começam a anunciar medidas de confinamento. Passados mais de 1 ano com este cenário, inúmeros setores da economia se viram obrigados a se reinventarem em um modelo generalizado, tentando encontrar apoio de toda a sociedade civil e do Estado para tentar conter a pandemia e a situação econômica. As organizações tiveram que abandonar o quadro de referência fixo que possuíam para se adaptarem, com informações globalmente dispersas entre os múltiplos atores. Neste curto espaço de tempo, tiveram que lidar com uma reconfiguração estrutural e comunicacional. Houve redução dos espaços físicos, intensificação do trabalho individual e remoto, em que a vida pessoal e a profissional passaram a se fundir.

A situação trouxe a exigência de mais adaptabilidade e intensificação da comunicação por meio das tecnologias, levando as organizações

a terem que entender novos comportamentos comunicacionais, aplicar formatos alternativos para interações com os *stakeholders*, reforçar ou re-visitare suas estratégias e sair do modelo unidirecional de comunicação. As escolhas e decisões passaram a não estar mais a cargo de uns e para benefícios de alguns, mas a nível de todos.

O CONCEITO COMUNICAÇÃO INTERNA

A conceitualização da comunicação interna é frequentemente permeada pela lógica de comunicação entre indivíduos e grupos dentro de uma organização com determinado objetivo para comunicar propósitos, metas, gerir ações, coordenar atividades do dia a dia e projetar a imagem da instituição. De acordo com Welch e Jackson (2007), devido à maior necessidade de discussão sobre a comunicação interna, vários autores têm citado as mesmas passagens, como a de Frank e Brownell, para defini-la em seus trabalhos. Para estes dois teóricos, o termo refere-se à “transação de comunicação entre indivíduos e/ou grupos de variáveis níveis e diferentes áreas de especialização que se destinam a projetar e reprojetar organizações, implementar projetos e coordenar atividades do dia a dia” (Frank & Brownell, 1989, como citados em van Riel, 1995, p. 13).

Pensando em algumas atualizações do conceito, Welch e Jackson (2007) questionam se as definições utilizadas de comunicação interna, como as de Frank e Brownell, são apropriadas para as organizações de hoje. Os autores sugerem que a área está melhor situada dentro do que é denominado “relações públicas estratégicas” ao lado de relações com os média, comunicação ambiental, relações com investidores, comunicações do mercado de trabalho e publicidade corporativa. Desta forma e considerando a natureza da comunicação, propõem uma revisão do termo incluindo a perspectiva das partes interessadas (*stakeholders*), concentrando-se numa abordagem voltada também para os participantes do processo comunicativo e no relacionamento como resultado das interações, considerando a comunicação interna como um elemento estratégico de relações públicas.

Welch e Jackson (2007) identificam os seguintes *stakeholders*: todos os colaboradores da organização; a gestão estratégica (diretores executivos, equipas de gestores seniores); a gestão do dia a dia (supervisores, gestores médios, gestores de linha); as equipas de trabalho (departamentos e divisões); e as equipas de projetos (comunicação interna, grupos de revisão). Os *stakeholders* podem sugerir dimensões da comunicação interna inter-relacionadas: (a) comunicação interna de gerenciamento de linha ocorre em

todos os níveis nas organizações e está relacionada às funções dos colaboradores e o impacto nas suas comunicações pessoais, envolve métodos de discussão e definição de metas, objetivos e relaciona-se às atividades diárias de gerenciamento como acesso aos recursos; (b) comunicação interna em nível de equipa pode envolver gerentes e colaboradores em uma situação de equipa ou uma comunicação colaborador-colaborador (pares) ou uma configuração de grupo e tem como conteúdo as discussões de tarefas da equipa; (c) comunicação interna no nível de projeto gira em torno de questões do projeto e possui como característica a comunicação predominantemente ser bidirecional, em redes e pequenos grupos, os participantes incluem gestores e colaboradores ou colaborador-colaborador (pares) como membros dos projetos, com objetivo de entrega de objetivos específicos; e (d) comunicação corporativa interna concentra a comunicação para toda a empresa e todos os colaboradores, a fim de promover o comprometimento com a organização (Welch & Jackson, 2007, pp. 185–186).

As metas servem para envolver os colaboradores não apenas nas suas funções e tarefas, mas envolvê-los em toda a organização e, por isso, Welch (2020) ressalta a importância do engajamento dos colaboradores. A partir da discussão que fazem sobre a comunicação interna, Welch e Jackson (2007) desenharam a definição: “uma gestão estratégica das interações e relações entre os *stakeholders* de todos os níveis dentro da organização” (p. 190).

Cheney e Christensen (2001) também fazem referência à importância das interações e sugerem três níveis de participação: gerenciamento diário (relações com os funcionários), estratégico (missão) e gerenciamento de projetos (desenvolvimento organizacional). Para os autores, a definição de comunicação interna contempla as “relações com os funcionários, declarações de missão, políticas e desenvolvimento organizacional” (p. 233). Kalla (2005) propõe também um olhar sobre a comunicação interna entendendo que ela se manifesta como um fenômeno multidisciplinar, multinível e estratégico em vez de orientado para habilidades. Assim, sugere que a comunicação interna pode ser definida como “uma integração interna da comunicação, ou seja, toda comunicação formal e informal que ocorre internamente, em todos os níveis da organização” (Kalla, 2005, p. 304). Kalla (2005) utiliza ainda o termo “comunicações internas”, de forma a designar todos os processos de comunicação que ocorrem dentro da organização, dividindo em: empresarial (aborda as habilidades de comunicação de todos os colaboradores), gerencial (concentra-se no desenvolvimento das competências e capacidades de comunicação dos gerentes), corporativa (concentra-se na função formal da comunicação corporativa) e organizacional

(aborda questões mais filosóficas e teoricamente orientadas), compondo as comunicações internas integradas, ou seja, todas as comunicações formais e informais que ocorrem em todos os níveis dentro da organização.

Kreps (1990), em abordagem mais pragmática, define a comunicação interna como um “padrão de mensagens partilhadas entre os membros da organização” (p. 20) e considera os canais comunicacionais, a comunicação formal e informal, os fluxos informacionais, as estruturas, bem como as relações interpessoais. Bovée e Thill (1992) tratam da comunicação interna como troca de informações em canais formais e informais das organizações, de acordo com os fluxos da estrutura e apresentam características de uma comunicação eficaz.

Na mesma linha de pensamento, estudos da teoria da excelência de Grunig e Hunt (1984) identificam o diálogo ou a prática de uma comunicação simétrica bidirecional fundamental para a comunicação interna eficaz. Segundo esta teoria, a visão assimétrica das relações públicas é uma forma da organização conseguir o que quer sem mudar comportamentos, ou obter comprometimentos, em que se disseminam objetivos somente com informações favoráveis à organização, baseando-se em pesquisas que desenvolvem mensagens que persuadem os públicos para fazerem o que a organização quer. A visão assimétrica também é caracterizada por sistemas fechados (quando as informações fluem para fora da organização e não dentro dela), eficiência e controle, elitismo (quando focada nos líderes), conservadorismo (quando a mudança é pouco considerada), tradição (quando estimula a estabilidade) e autoridade central (quando o poder está concentrado nas mãos dos poucos líderes; Grunig & White, 1992, pp. 31–64). Esta escola de pensamento entende que a excelência das relações públicas está na comunicação simétrica bidirecional que, em contraste, tem um modelo que se baseia em pesquisas que sugerem o diálogo para gerenciar conflitos, melhorar entendimentos, e construir relações com os públicos, através de compromisso, escuta, negociação em vez do uso de persuasão, manipulação ou pelo mero cumprimento de ordens.

A comunicação simétrica acaba por ter em conta características como interdependência (organizações não se isolam nos ambientes), sistemas abertos (organização é aberta com sistemas interpenetrantes e com trocas de informações permanentes), equilíbrio móvel (organizações como sistemas que se esforçam para obter equilíbrio, que também têm em consideração ambientes de mudança), equidade, autonomia, inovação, descentralização da gestão (organizações com uma gestão que deve ser coletiva, o que melhora a autonomia, a satisfação dos colaboradores e a inovação), responsabilidade, resolução de conflitos, liberalismo do grupo

de interesse (organizações que promovem a negociação aberta dentre os grupos; Grunig & White, 1992, pp. 31–64). De acordo com Grunig e Hunt (1984), parte da essência da teoria da excelência é a ideia de reciprocidade. As organizações excelentes percebem que podem obter mais do que desejam, dando aos públicos parte do que desejam. A lógica da reciprocidade acaba por quebrar a ideia de que um ator (no caso, a organização) tem mais poder que outros (os públicos). A teoria da excelência prevê, desta forma, que as relações públicas contribuem para a eficácia organizacional quando ajudam a reconciliar as metas organizacionais com expectativas dos seus constituintes estratégicos e a comunicação interna para as organizações excelentes também é vista pelos autores como simétrica.

As abordagens contemporâneas apresentadas refletem o esforço dos estudiosos de enquadrar a comunicação interna não apenas com uma função de transmissão e distribuição de mensagens, mas também com uma visão que percebe a comunicação como constitutiva de significados, considerando a relação entre os diversos participantes das práticas comunicativas. Ocorre que na prática a comunicação interna acaba por ter como característica essencialmente ser, em muitas organizações, mera produtora e reprodutora de discursos da gestão, desconsiderando a comunicação informal, que não é planejada, mas que emerge das relações interpessoais naturalmente dentro das organizações.

De acordo com Verčič et al. (2012), a comunicação interna ainda está na sua infância, no máximo na sua adolescência, tanto como prática, como em domínio. Para os autores, a comunicação interna descreve o sistema de comunicação gerenciado pela organização, onde os colaboradores são considerados públicos internos ou stakeholders. Também neste trabalho todos os colaboradores são entendidos como tendo um papel ativo nas organizações e contribuem para a construção de sentido, e, portanto, para a comunicação interna, independentemente de suas funções ou do nível hierárquico. De acordo com essa proposta, as relações que ocorrem entre esses diversos atores necessitam de reciprocidade e também de um equilíbrio pela participação.

A PARTICIPAÇÃO COMO PROCESSO DE EQUILÍBRIO NA COMUNICAÇÃO INTERNA

A participação como conceito flutua em diferentes níveis e é em parte derivada de conjunturas históricas e políticas. No campo da comunicação, o conceito foi muito significativo nos anos 1960 e 1970 para a promoção dos direitos à comunicação. Mas ganhou mesmo popularidade com o uso da

world wide web, nos anos 1990, e posteriormente, foi potencializado a partir da web 2.0, com o crescente interesse pela interação e, conseqüentemente, pela participação na comunicação (Carpentier et al., 2019).

Segundo Carpentier et al. (2019), o termo tem diferentes significados a partir das tradições teóricas, mas duas abordagens podem ser apresentadas. Por um lado, a abordagem sociológica define “participação” como forma de fazer parte de uma determinada realidade, resultando em uma interação social concreta. Por outro, a abordagem política encara o conceito como uma forma de partilhar poder, baseada na teoria democrática, um sistema que se define na tensão entre a representação (com a delegação de poder) e a participação. Essa última perspectiva política sugere uma distinção entre participação e interação social, em que a participação é colocada como uma forma de tornar as relações de poder equitativas, no contexto de decisões formais e informais. Carpentier et al. (2019) ressaltam que a interação sempre será essencial no equilíbrio de poder, no entanto, não pode ser considerada característica definidora de participação, porque não constitui por si só as condições para que a participação se concretize. Para haver participação requer-se uma efetiva redistribuição de poder. Isso não implica que a interação não seja relevante, muito pelo contrário, a dimensão é vital, mas ela não é definidora exclusiva da participação.

Arnstein (1969) ajuda a desenvolver os limites da participação por meio de uma tipologia de uma escada de participação desenvolvida em torno de três categorias principais: poder, *tokenismo* e não-participação. A categoria de não-participação é composta por dois níveis: a manipulação e a terapia. O objetivo dessas práticas é, aparentemente, “promover a atribuição de poder aos participantes para que estes possam ser ‘educados’ ou ‘convertidos’”, em vez de atribuir responsabilidades de planejamento ou condução (Arnstein, 1969, p. 217). O argumento repete-se na próxima categoria, o *tokenismo*, composto pelos níveis de informação, consulta e conciliação, que apenas permitem que os não-ouvidos tenham voz, não possibilitando condições para que seus pontos de vista sejam atendidos. O trabalho de Arnstein (1969) ensaia aquilo que Carpentier et al. (2019) vêm chamar de “participação negativa ou oculta”, dimensões que estão longe de serem encaradas como participação. Já a categoria de redistribuição de poder é composta pelos níveis de parceria, poder delegado e controle do cidadão, em que as negociações ocorrem junto aos detentores do poder e a redistribuição é de facto concretizada com a partilha de responsabilidades, planejamentos, tomadas de decisão, através de estruturas como conselhos conjuntos, comités, e outros mecanismos para resolver impasses e conflitos (Arnstein, 1969). Carpentier et al. (2019) defendem que a participação consiste “em

um ponto de vista formal ou informal, num processo de tomada de decisão, envolvendo diversos atores, em diversas constelações de poder que procuram equilibrar e corrigir uma redistribuição adequada do poder” (p. 24). Para o nosso estudo, adotaremos esta abordagem que reflexiona a participação efetiva como partilha de responsabilidades, planeamentos e tomadas de decisão, sob a conceção de equilíbrio entre os integrantes.

O envolvimento nas decisões organizacionais deveria ser garantido pelas políticas e condições comerciais das organizações. Se uma decisão afeta o bem-estar pessoal, social e nacional, os *stakeholders* deveriam ter o direito de ser representados nessa decisão. Quando há esse envolvimento, as ações são mais bem valoradas, refletindo um tipo particular de cultura e estilo (Deetz & Brown, 2004). A fim de equilibrar essa participação no processo decisório, o teórico de comunicação organizacional, Stan Deetz (1995, como citado em Eisenberg et al., 2010), propõe um modelo múltiplo com o objetivo de estimular as organizações a se preocuparem com interesses de diferentes grupos e pessoas e a balancearem as demandas do mundo global, respeitando o bem-estar de cidadãos com suas famílias, seus estilos de vida, perfis. O modelo procura dar voz e amplitude de envolvimento no poder decisório pelos colaboradores.

- *Criar um espaço de trabalho em que cada membro pensa e age como dono.* Ocorre quando cada *stakeholder* torna-se responsável pela tomada de decisão e pelos resultados dessa decisão.
- *Reintegrar a gestão do trabalho com o “fazer” o trabalho.* Prevê reintegrar aquele que controla e realiza as decisões no trabalho, a fim de que não “assista” às pessoas, mas que participe.
- *Ampliar e distribuir informação de qualidade.* Sugere que memorandos, cartas, newsletters e outros canais formais de comunicação tragam atenção dos colaboradores em relação aos negócios e aos impactos deles na sociedade e no planeta.
- *Permitir uma estrutura social para crescimento do nível inferior em vez de reforçar o topo.* Se a ideia básica de um espaço democrático participativo valoriza consentimento dos governados na governança dos assuntos quotidianos, tudo deve ser realizado por negociações em andamento entre os vários colaboradores (Deetz, 1995, como citado em Eisenberg et al., 2010, p. 210).

As estratégias utilizadas na proposta desenvolvida por Deetz (1995, como citado em Eisenberg et al., 2010) movimentam as organizações em direção a estruturas e práticas mais democráticas e responsivas, envolvendo

colaboradores, equipas, redes, e reforçam a tentativa de trazer alternativas mais equitativas para as relações de poder na organização. Esta maneira de organizar os espaços de trabalho chega mais próxima a uma ideia de que a comunicação não é parcial, ou baseada em alguns indivíduos ou grupos. Ela deve ser social, construída, negociada em um complexo ambiente e não se reduz ao caráter informacional e unidirecional. Assim, uma visão da comunicação interna pode ser entendida como uma construção simbólica de significados, envolvendo todos os colaboradores, em todos os níveis, por meio da criação de um ambiente de trabalho como um espaço social, integrativo.

De acordo com Deetz e Brown (2004), essa participação geralmente conduz às melhores decisões, indicando que a diversidade pode permitir maior criatividade e que as pessoas podem fazer boas decisões colaborativas, se tiverem chance. As equipas com mais pessoas envolvidas no processo têm a oportunidade de aprender mais sobre a organização, ter percepções mais acuradas, aceder e gerar mais informações, ter mais criatividade, e, com frequência, inovam mais, tornando-se, desta maneira, conscientes e ativos.

O simples facto de participar da decisão faz as pessoas sentirem-se membros da organização, de questões importantes e disponíveis para comunicar sobre essas questões (Deetz & Brown, 2004; Eisenberg et al., 2010; Seibold & Shea, 2001). Welch e Jackson (2007) afirmam que, para gerar o sentimento de pertencimento, a participação em grupos sociais na organização é fundamental porque afeta os autoconceitos dos colaboradores. Quando participa, um colaborador pode se ver como um membro da sua equipa na sua organização (autocategorização) e como membro da equipa na sua organização bem respeitada (autoaprimoramento), com um resultado positivo de identificação social (Welch & Jackson, 2007). A perspectiva do envolvimento na expressão de interesse próprio constitui base para um processo democrático e boas decisões coletivas (Deetz & Brown, 2004).

Apesar de algumas empresas realizarem esforços em direção às práticas participativas, há ainda pouca credibilidade nos ambientes de participação. Modelos fracos de descentralização são por vezes implementados e os próprios colaboradores acabam fazendo piadas com a participação em processos comunicativos como comités, em reuniões de decisão, por terem natureza, muitas vezes, apenas figurativa dentro da empresa. Seibold e Shea (2001) e Cheney et al. (2011, pp. 215–251) fazem uma revisão detalhada dos principais programas de participação nas organizações, que são primariamente consultivos, diferenciando-se por níveis de participação que eles proporcionam aos colaboradores. Os programas são geralmente as

escolhas mais populares nas gestões para aumentar os lucros das organizações e são valorados pela produtividade, sem o intuito de devolver poder aos colaboradores, por isso, não são necessariamente democráticos.

Para Deetz e Brown (2004), a participação é dificultada pelo modelo de comunicação implícito tanto na seleção das lideranças, como no modelo de comunicação suportado em toda a organização. Para os autores, as nossas condições atuais fornecem modelos complexos de negociação. Uma participação mais ampla e equitativa requer um modelo que atenda às formas sistêmicas de comunicação, como a construção de espaços de trabalho que otimizem a diferença, de maneira a investigar e “desconstruir” experiências, por meio de uma estrutura que se concentra em decisões que satisfaçam mutuamente. As corporações podem ser instituições sociais positivas, que providenciam fóruns e otimizam as diferenças, para articulação e resolução de conflitos sociais. A construção desses espaços requer igualdade e diversidade, e, portanto, está prevista uma condução de conflitos e tensões entre os integrantes e a criatividade (Deetz & Brown, 2004).

À GUIA DE UMA REFLEXÃO SOBRE A (RE)ORGANIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO INTERNA

A partir do que foi exposto anteriormente, pretendemos problematizar a comunicação interna nas organizações, pensando a partir da premissa de que qualquer processo comunicacional necessita de um equilíbrio pela participação. E isso inclui não somente um equilíbrio nas relações em que os colaboradores podem interagir nos processos, mas implica também na construção de espaços que permitam a partilha de responsabilidades, de planejamentos e decisões. Essa é uma maneira de organizar os espaços de trabalho de forma com que sejam sociais, negociados, concentrados no diálogo.

Para o nosso estudo, consideramos o entendimento da comunicação interna como uma construção simbólica de significados, com a participação de todos os colaboradores, em todos os níveis, por meio da criação de um ambiente de trabalho como um espaço social, integrativo, capaz de gerar públicos mais conscientes, atuantes e ativos. Os novos desafios trazidos com as tecnologias de comunicação e com o acentuar do processo de transformações com a pandemia tendem a favorecer alguns aspectos da participação, por providenciarem melhores oportunidades de comunicação por redes entre líderes, gestores e colaboradores. Parece-nos que os espaços sociais de trabalho podem ser uma possibilidade para promover

esse planejamento de comunicação em processos interativos, mas também capazes de aprimorar o equilíbrio, de maneira a otimizar a diversidade e proporcionar características de participação, conforme Arnstein (1969), Deetz e Brown (2004), Carpentier et al. (2019). Os espaços sociais alcançam diferentes públicos internos da organização, e podem torná-los mais conscientes e ativos (Figura 2).



Figura 2 A organização como espaço social.
Tipologia formatada pela autora

A participação nos espaços sociais tem a capacidade de gerar níveis de comprometimento nas decisões, durante o desenvolvimento de novos produtos, de crises ou até mesmo de processos de mudanças. Também torna a estrutura hierárquica muito mais ativa e rápida diante de situações de complexas decisões. Coloca ainda os colaboradores diante de informações sobre a organização, fazendo com que possam tornar-se advogados, influenciadores positivos, porque estão envolvidos na distribuição de responsabilidades e, conseqüentemente, possuem acesso às informações. Torna os membros mais conscientes de seus processos, decisões e, portanto, empenhados em ter insights e descobrir novas formas de conhecimento para a organização, gerando mais inovação e criatividade. Além de gerar mais lealdade, fazendo com que muitos membros se sintam parte do negócio, reduzindo assim o nível de ausências, ampliando o nível de satisfação com a empresa (Deetz et al., 2000), promovendo um senso de comunidade. Todos esses aspectos influenciam e são influenciados diretamente

pelo ambiente externo, com maior preocupação da organização na comunicação e, naturalmente, maior aproximação nas relações voltadas para o atingimento de metas e objetivos das empresas.

Em resumo, o desafio no complexo ambiente das organizações contemporâneas, com informações globalmente dispersas entre os múltiplos atores, em um cenário pós-pandemia COVID-19, é ultrapassar as características unidirecionais históricas na comunicação, que não são mais suficientes quando pensamos nas transformações que proporcionam novas dinâmicas e as agências distribuídas no âmbito corporativo. As pessoas querem e precisam de ter voz. Neste cenário, uma (re)organização da comunicação interna que permita a construção de espaços sociais, interativos, de partilha de responsabilidades, de planejamentos e tomada de decisões, torna-se fundamental. Assim, ressalta-se que é preciso que profissionais de comunicação reconheçam sua capacidade e responsabilidade de funcionar como agentes de mudança nos locais de trabalho, observem as estruturas e experiências proporcionadas pelas novas tecnologias de comunicação voltadas para a comunicação de bidirecionalidade e ajudem a criar um ambiente organizacional que proporcione a participação dos colaboradores de forma ativa, dialógica, com incentivo aos relacionamentos interpessoais, compreendendo a comunicação interna como uma coconstrução de significados entre todos os envolvidos (Figura 3).



Figura 3 Proposta para a participação na comunicação interna. Tipologia formatada pela autora

A ideia central deste estudo será ainda aprofundada em direção à pesquisa da comunicação externa e busca movimentar a noção de (re)organização para uma comunicação que reforça alternativas mais equitativas para as relações nas empresas e no ecossistema em que estão envolvidas.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho é financiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto UIDB/00736/2020 (financiamento base) e UIDP/00736/2020 (financiamento programático).

REFERÊNCIAS

- Argenti, P. A., & Barnes, C. M. (2009). *Digital strategies for powerful corporate communications*. McGraw-Hill.
- Arnstein, S. R. (1969). A ladder of citizen participation. *Journal of the American Planning Association*, 35(4), 216–224. <https://doi.org/10.1080/01944366908977225>
- Bové, C. L., & Thill, J. (1992). *Business communication today*. McGraw-Hill.
- Carpentier, N., Melo, A., & Ribeiro, F. (2019). Resgatar a participação: Para uma crítica sobre o lado oculto do conceito. *Comunicação e Sociedade*, 36, 18–35. [https://doi.org/10.17231/comsoc.36\(2019\).2341](https://doi.org/10.17231/comsoc.36(2019).2341)
- Cheney, G., & Christensen, L. T. (2001). Organizational identity: Linkagens between internal and external communication. In F. M. Jablin & L. L. Putnam (Eds.), *The new handbook of organizational communication, advances, theory, research and methods* (pp. 231–269). Sage Publications.
- Cheney, G., Christensen, L. T., Zorn, T., Jr., & Ganesh, S. (2011). *Organizational communication in an age of globalization: Issues, reflections, practices*. Waveland Press.
- Deetz, S., & Brown, D. (2004). Conceptualizing involvement, participation and workplace decision process. In O. Hargie & D. Tourish (Eds.), *Key issues in organizational communication* (pp. 172–187). Routledge.
- Deetz, S., Tracy, S. J., & Simpson, J. L. (2000). *Leading organizations through transition: Communication and cultural change*. Sage Publications.

- Dover, C. J. (1959). The three eras of management communication. *Journal of Communication*, 9(4), 168-172. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1959.tb00314.x>
- Eisenberg, E., Trethewey, A., LeGreco, M., & Goodall, H. L., Jr. (2010). *Organizational communication: Balancing creativity and constraint*. Bedford/St. Martins.
- Grunig, J. E. (1992). Symmetrical systems of internal communication. In J. E. Grunig, D. M. Dozier, W. P. Ehling, L. A. Grunig, F. C. Repper, & J. White (Eds.), *Excellence in public relations and communication management* (pp. 531–575). Lawrence Erlbaum Associates.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. Holt, Rinehart and Winston.
- Grunig, J. E., & White, J. (1992). The effect of worldviews on public relations theory and practice. In J. Grunig (Ed.), *Excellence in public relations and communication management* (pp. 31–64). Lawrence Erlbaum Associates.
- Huang, J., Baptista, J., & Galliers, R. D. (2013). Reconceptualizing rhetorical practices in organizations: The impact of social media on internal communications. *Information and Management*, 50(2–3), 112–124. <https://doi.org/10.1016/j.im.2012.11.003>
- Kalla, H. K. (2005). Integrated internal communications: A multidisciplinary perspective. *Corporate Communications: An International Journal*, 10(4), 302–314. <https://doi.org/10.1108/13563280510630106>
- Kreps, G. L. (1990). *Organizational communication: Theory and practice*. Longman.
- Likely, F. (2008). Securing the function the greatest protection. *Strategic Communication Management*, 12(3), 15.
- Organización Mundial de la Salud. (2021). *Cronología de la respuesta de la OMS a la COVID-19*. <https://www.who.int/es/news/item/29-06-2020-covidtimeline>
- Ruck, K., & Yaxley, H. (2015). Tracking the rise and rise of internal communication from the 1980s. In K. Ruck (Ed.), *Exploring internal communication: Towards informed employee voice* (pp. 25–36). Routledge.
- Seibold, D., & Shea, B. (2001). Participation and decision making. In F. M. Jablin & L. L. Putnam (Eds.), *The new handbook of organizational communication, advances, theory, research and methods* (pp. 664–703). Sage Publications.
- Tourish, D., & Hargie, O. (2004). The communication consequences of downsizing trust, loyalty and commitment. In O. Hargie & D. Tourish (Eds.), *Key issues in organizational communication* (pp. 17–36). Routledge.

- van Riel, C. B. M. (1995). *Principles of corporate communication*. Prentice Hall.
- Verčič, A., Verčič, D., & Sriramesh, K. (2012). Internal communication: Definition, parameters, and the future. *Public Relations Review*, 38(2), 223–230. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2011.12.019>
- Welch. M. (2020). Dimensions of internal communication and implications for employee engagement. In K. Ruck (Ed.), *Exploring internal communication: Towards informed employee voice* (pp. 45–59). Routledge.
- Welch, M., & Jackson, P. R. (2007). Rethinking internal communication: A stakeholder approach. *Corporate Communications*, 12(2), 177–198. <https://doi.org/10.1108/13563280710744847>
- Wright, D. K. (1995). The role of corporate public relations executives in the future of employee communications. *Public Relations Review*, 21(3), 181–198. [https://doi.org/10.1016/0363-8111\(95\)90020-9](https://doi.org/10.1016/0363-8111(95)90020-9)
- Yaxley, H., Ruck, K., & Pilkington, A. (2020). The evolution of practice and change role of practitioner. In K. Ruck (Ed.), *Exploring internal communication: Towards informed employee voice* (pp. 27–43). Routledge.

Citação:

Oliveira, T., & Ruão, T. (2022). A (re)organização da comunicação interna a partir de processos participativos. In Z. Pinto-Coelho, S. Marinho & T. Ruão (Eds.), *Práticas comunicativas, organizações e educação. Atas das VIII Jornadas Doutorais do CECS* (pp. 90–110). CECS.

RENATA CALONEGO¹, ROSEANE ANDRELO¹ & GISELA GONÇALVES²

renata.calonego@unesp.br; roseane.andrelo@unesp.br; gisela@ubi.pt

¹ Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, São Paulo, Brasil | ² Departamento de Comunicação e Artes, Faculdade de Artes e Letras, Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal

O NEOLIBERALISMO E SEUS REFLEXOS NOS DISCURSOS ORGANIZACIONAIS

RESUMO

O objetivo deste trabalho é de articular reflexões sobre o neoliberalismo e seus possíveis impactos nos sujeitos a partir da perspectiva do discurso organizacional e sua influência nos funcionários. Para tanto, estuda-se o neoliberalismo a partir da sua performance psicológica, compreendendo que os discursos das organizações geram efeitos concretos em diversos âmbitos e, portanto, configuram-se como mecanismos de poder. Fazendo uso de estratégias e atuando em esferas distintas, as corporações se legitimam em um novo patamar de significação, onde se observa cada vez mais a prioridade do trabalho na sociedade. Sendo assim, a metodologia adotada consiste na pesquisa bibliográfica dos temas debatidos e em uma investigação empírica e exploratória dos valores e princípios de três multinacionais (Ambev, Grupo Pão de Açúcar e Eurofarma), que estão entre as empresas de destaque sobre diversidade de acordo com a revista *Exame* (“A Metodologia que Embasa o Guia Exame Diversidade”, 2021). Como categorias de análise, utilizou-se 10 contornos da subjetividade empreendedora apresentados por Scharff (2016), definidos com o objetivo de abordar a vida psíquica do neoliberalismo. A partir disso, observamos que tais discursos são permeados pela positividade e por elementos que buscam reconfigurar as noções de responsabilidades e obrigações, assim como por características individualizantes e psicológicas, sugerindo que o poder do neoliberalismo talvez atue em um nível mais profundo da autoexploração.

PALAVRAS-CHAVE

neoliberalismo; discurso organizacional; subjetividade; valores organizacionais

INTRODUÇÃO

Este estudo parte do entendimento sobre neoliberalismo como “uma forma de vida definida por uma política para a nomeação do mal-estar e por uma estratégia específica de intervenção com relação ao estatuto social do sofrimento” (Safatle et al., 2021, p. 7). Ou seja, para além da concepção econômica, os autores reforçam que o neoliberalismo determina um modo de vida pautado no modelo da empresa e indicam que uma das principais forças do neoliberalismo se encontra na recodificação dos sujeitos, interferindo em suas identidades e valores.

Nesse processo de modificação, as relações de trabalho são impactadas. Nos dias atuais, a jornada de um trabalhador ocupa quase um terço do seu dia e, mesmo nos horários em que ele não está trabalhando, investe em atividades vinculadas ao seu desenvolvimento profissional (Sólio, 2008). De fato, a busca pelo crescimento na carreira vem sendo cada vez mais valorizada pelas pessoas e, com isso, a esfera profissional assume espaços que antes eram preenchidos por outras atividades. Ou seja, mais do que nunca, as pessoas nascem, vivem e morrem nas organizações (Etzioni, 1980, como citado em Kunsch, 2003).

A partir disso, as organizações assumem um novo patamar no corpo social, passando a desempenhar, inclusive, funções originalmente de responsabilidade do Estado. Elas passam a ocupar um lugar significativo no imaginário cultural e simbólico da sociedade, criando estratégias que objetivam fomentar esse imaginário para manterem sua legitimação social (Freitas, 2002; Sólio, 2008). Nesse sentido, o próprio entendimento sobre as organizações se altera, “deixa de ser considerada apenas uma reguladora da crise econômica e social, passando a desempenhar papel cada vez mais importante como fornecedora de significações, gratificações e, por fim, identidade” (Freitas, 2002, p. 57).

O fato é que, com o fortalecimento do neoliberalismo e com o consequente surgimento de outras maneiras de gerenciamento e controle, “a atividade do trabalho adquire novos sentidos e esses sentidos também implicam em diferentes sensações e sentimentos” (Britto, 2014, p. 57), processo permeado pela comunicação organizacional e seus discursos a partir de um viés de causa e efeito (Sólio, 2008). Isto é, ao mesmo tempo em que os discursos são um espelho das práticas relacionais e comunicacionais das corporações, tais práticas também interferem na produção dos novos discursos. Sendo assim, é necessário considerar que as interações estabelecidas no ambiente de trabalho são enredadas por um jogo de forças, conflitos e discordâncias, que envolvem a psique dos sujeitos organizacionais.

A dominação exercida pelas corporações e seu fortalecimento enquanto produtora de significação é facilitada pela absorção de práticas e valores culturais impostos pelas organizações por meio de seus discursos, que podem ser manifestados, por exemplo, através de seus princípios e valores. Diante disso, este estudo amparou-se em uma análise empírica e exploratória para analisar os reflexos do discurso neoliberal nos valores e princípios organizacionais e, possivelmente, na subjetividade dos funcionários.

Para tanto, realizamos uma pesquisa bibliográfica dos principais temas debatidos, como neoliberalismo e discurso organizacional, e selecionamos três empresas de ramos distintos que aparecem em destaque no *Guia Exame Diversidade 2021* (“A Metodologia que Embasa o *Guia Exame Diversidade*”, 2021), sendo elas: Ambev, Grupo Pão de Açúcar (GPA) e Eurofarma. Como categorias de análise, foram utilizados os 10 contornos da subjetividade empreendedora (neoliberal) apresentados por Scharff (2016), que teve como objetivo abordar a vida psíquica do neoliberalismo.

A PERFORMANCE PSICOLÓGICA DO NEOLIBERALISMO

O recorte adotado para refletir sobre o neoliberalismo neste trabalho diz respeito à sua performance por meio de um registro psicológico (Kanai & Gill, 2020). De acordo com os autores, essa dimensão psicológica opera em um nível micro da subjetividade e possui certos padrões, caracterizados pelo cultivo de uma atitude mental positiva, que foram reforçados, inclusive, pela pandemia da COVID-19. Para Kanai e Gill (2020), a hegemonia neoliberal se concretiza nas ideias presentes na vida cotidiana, de modo a reconfigurar “noções de responsabilidade pessoal, relacional e de obrigação social” (p. 10), trazendo efeitos tanto individualizantes, como psicológicos.

Na perspectiva psicológica, Safatle et al. (2021) indicam o neoliberalismo como gestor do sofrimento psíquico, no sentido de que, ao mesmo tempo que é o responsável por produzir o sofrimento, é também aquele que gerencia. Por isso, os autores afirmam que “cabe compreender o neoliberalismo como uma forma de vida nos campos do trabalho, da linguagem e do desejo. Como tal ele compreende uma gramática de reconhecimento e uma política para o sofrimento” (Safatle et al., 2021, p. 6).

Em outras palavras, o que se tem é que o neoliberalismo determina a legitimidade do sofrimento, que deixa de ser algo clínico e se torna político. Nesse processo, a mídia exerce papel fundamental ao legitimar o sofrimento e consolidar o “novo normal”, valorizando indivíduos empreendedores e

¹ Trata-se de uma revista brasileira que aborda sobre economia, negócios, política e tecnologia.

investidos na autotransformação, e proliferando a autoestima, autoconfiança e amor-próprio. Entre alguns dos gêneros que abordam essa perspectiva na mídia estão produtos de autoajuda e *reality shows*. Nikolas Rose (1996, como citado em Kanai & Gill, 2020) reitera que a mídia forma cidadãos neoliberais que “não precisam ser governados por outros, mas irão governar a si mesmos, dominar a si mesmos, cuidar de si mesmos” (p. 10), o que sustenta, cada vez mais, a hegemonia neoliberal.

É por essa proximidade com a cultura vigente que os quadros clínicos são sazonais, pois cada momento histórico estabelece o que se compreende como sofrimento. Para tanto, esse processo conta também com alterações na linguagem e na narrativização. Safatle et al. (2021) comentam:

a forma como uma cultura escolhe nomear e narrativizar o sofrimento psíquico, a maneira como ele é incluído ou excluído por determinados discursos, o modo como ele reconhece sujeitos para certas demandas e estados informados de mal-estar possuem valor etiológico, tanto quanto as determinações orgânicas. A maneira como interpretamos o sofrimento, atribuindo-lhe causalidade interna ou externa, imputando-lhe razões naturais ou artificiais, agregando-lhe motivos dotados ou desprovidos de sentido, muda literalmente a experiência mesma de sofrimento. (p. 9)

Além dessa dinâmica narrativa, os autores destacam as características psicológicas e morais assumidas pelo discurso econômico neoliberal, que traz expressões de uma psicologia moral e reforça o elemento social do neoliberalismo para além da perspectiva de produção e movimentação de riqueza.

De forma semelhante acerca da hegemonia do neoliberalismo, o filósofo sul coreano Byung-Chul Han (2014/2018, 2010/2019) apresenta a ideia da *psicopolítica* como forma de governo e a consolidação da sociedade de desempenho, que visa a maximização da produção. O autor indica que, com modos de produções imateriais, o sistema neoliberal impõe a autoexploração, tornando os explorados responsáveis por seus próprios fracassos. Isso porque o regime neoliberal tira proveito da psique em primeiro lugar, instaurando a *psicopolítica* como forma de governo.

Para acompanhar essa transição, a noção de disciplina presente na sociedade disciplinar precisou ser reinventada, a fim de tornar possível a exploração da psique (*psicopolítica*). Han (2014/2018) explica que a sociedade pautada pela noção de disciplina é caracterizada como um sistema fechado formado por ambientes disciplinares de reclusão, como prisão, quartel e fábricas. No entanto, a rigidez inerente às sociedades de controle se torna incompatível com as novas formas de produção pós-industriais,

uma vez que surgem maiores exigências de abertura e eliminação de fronteiras (Deleuze, 1990/1992; Han, 2014/2018). Isso ocorre porque, como visto anteriormente, o neoliberalismo gera produtos imateriais e em rede.

É a partir dessa lógica que Han (2010/2019) define o que chama de “sociedade de desempenho” (p. 15). Tal sociedade se afasta do discurso da negatividade e se aproxima do da positividade, representada pela ideia de poder ilimitado. Na prática, substituem-se noções de ordem, proibição e dever, por motivação, iniciativa e empreendedorismo. O autor indica que a ideia central desta sociedade já está presente no inconsciente social, pautada pela maximização da produção.

Considerando que as organizações são espaços de desenvolvimento de atividades socioeconômicas e culturais, pode-se dizer que elas também se configuram em um contexto propício para a reprodução da *psicopolítica* e da sociedade de desempenho propostas por Han (2014/2018, 2010/2019). Rosa e Brito (2009) reafirmam este entendimento ao indicarem que as organizações, por serem macrocosmos sociais, apresentam as mesmas atividades que ocorrem na sociedade.

Paralelamente a isso, outra questão a ser considerada é o papel das organizações na legitimação desse discurso neoliberal. Essa atribuição legitimadora pode ser observada por meio do que Deetz (1992) determina como “colonização corporativa”, termo empregado para expressar a condição colonizadora e de dominação das organizações, que são capazes de interferirem na própria construção de identidade do indivíduo, tanto quanto (ou mais) que outras instituições já consolidadas socialmente, como família, escola e religião. Isso significa que a atuação colonizadora das organizações não se restringe ao comportamento dentro de um contexto corporativo, mas impacta a dinâmica social como um todo.

A partir dessas colocações é possível observar a formação de um ciclo na legitimação das organizações a um patamar de significação inédito: as organizações se valem da sua condição colonizadora e criam estratégias que atuam na esfera cultural, simbólica e imaginária, levando os próprios trabalhadores a priorizarem e se doarem cada vez mais ao trabalho, o que por sua vez, fortalece a posição de dominação das organizações.

DISCURSO ORGANIZACIONAL

O presente trabalho parte do entendimento de que organizações não se limitam a uma entidade, ou um espaço, mas que são um processo em constante construção, tendo como seu elemento base os relacionamentos

(Baldissera, 2009; Marchiori, 2010; Oliveira & Paula, 2009). Isso significa dizer que se admite que as organizações são feitas, imprescindivelmente, por processos interativos, o que coloca a comunicação no centro de todas as atividades organizacionais. Gulbrandsen e Just (2016) também endossam essa concepção ao afirmarem que organizações devem ser compreendidas como redes de relações que são frequentemente formadas e reformadas.

Por essa razão, o recorte escolhido para amparar as reflexões sobre comunicação organizacional neste trabalho foi o do *communication-centered perspective* (ou, “perspectiva centrada na comunicação”; Andersson, 2020; Gulbrandsen & Just, 2016), uma vez que se trata de uma abordagem que tem como enfoque a compreensão constitutiva e processual da comunicação. No entanto, ter como ponto de partida essa abordagem não se resume à compreensão central da comunicação nas organizações. Significa, também, adotar um entendimento das produções de sentido através da linguagem e da comunicação em si, a partir da concepção de que a comunicação é um espelho da realidade (Andersson, 2020).

Essa concepção também pode ser entendida a partir da perspectiva do ciclo de efeito e causa do discurso. Ou seja, ao mesmo tempo em que o discurso pode impactar no comportamento do ator, os discursos são moldados de acordo com as atividades dos atores (Andersson, 2020; Hardy et al., 2000; Sólío, 2008; Vaara, 2010). Nesse viés, portanto, fica evidente que as atividades discursivas devem estar inseridas em um contexto significativo, onde os atores possam se engajar com o discurso de forma a interferir na sua forma de pensar e agir.

Sendo assim, admite-se que os discursos

não devem ser entendidos meramente como um conjunto de componentes linguísticos existentes apenas na linguagem (Hardy & Thomas, 2014). Em vez disso, os discursos têm o potencial de produzir efeitos políticos e econômicos reais (...) (Hardy et al., 2000; Levy et al., 2003). (Andersson, 2020, p. 259)

Em outras palavras, isso significa dizer que os discursos organizacionais existentes no ambiente de trabalho reverberam para além do espaço corporativo, afetando outras relações estabelecidas pelo empregado, assim como na sua saúde e na sua própria construção enquanto sujeito.

Nesse sentido, é possível afirmar que o discurso se configura em uma forma de poder, o qual, para Han (2014/2018), se manifesta de inúmeras formas. Muito além daquele poder que nega a liberdade, o autor afirma que a representação suprema do poder se caracteriza pela atuação

silenciosa e não necessariamente associado à violência ou à repressão. O poder não vem através da opressão, mas sim por meio do agrado, configurando o que o filósofo determina como o *poder inteligente*. Esse poder assume caráter permissivo e “faz com que as pessoas se submetam ao contexto de dominação por si mesmas (...). Em vez de tornar as pessoas obedientes, tenta deixá-las dependentes” (Han, 2014/2018, p. 26). Sennet (2006/2012) reforça essa concepção ao afirmar que “uma das grandes ironias do modelo da nova economia é que, ao livrar-se da jaula de ferro, ele serviu apenas para reinstaurar traumas sociais e emocionais numa nova forma institucional” (p. 49).

Para compreender o poder, é necessário analisar além das suas dinâmicas de circulação. É fundamental considerar, também, as práticas rotineiras formadas pelas relações estabelecidas em determinado contexto e que carregam o elemento subjetivo do poder (impressões, significações, sentidos) e, por isso, que podem representar oposição (ou não) ao saber circulado, criando uma tensão/disputa constante.

Para Sóló (2008), essa noção de detenção do poder pelas empresas pode ser resultado do crescente número de organizações multi(trans) nacionais, que, na busca por se aproximarem do seu público, enfraquecem a identificação deste com seu Estado/nação. Isso porque, estabelecer mecanismos que criam um sentimento de unicidade interna e alinhamento de interesses se torna fundamental para as organizações, pois possibilita que os trabalhadores estejam engajados com os objetivos e estratégias organizacionais (Oliveira & Paula, 2009).

Logo, a dominação exercida pelas corporações e seu fortalecimento enquanto produtora de significação é facilitada pela absorção de práticas e valores culturais impostos pelas organizações (ainda que de forma mascarada/“poder inteligente”). Assim, “quando um sujeito ou grupo é submetido ao que convencionamos denominar cultura organizacional, o simbólico que lhe é apresentado esquematicamente tenta anular/enfraquecer/distorcer o (seu) real” (Sóló, 2008, p. 217).

Sóló (2008) salienta que existem três principais atos que buscam moldar os funcionários de acordo com os valores e práticas culturais organizacionais e que, portanto, podem excluir sinais de identidade e diversidade. São eles: primeiramente, a recepção na instância ideológica através de palestras, oficinas, treinamentos, entre outros; em um segundo momento, a absorção de tais ideologias no comportamento do empregado, tanto no contexto do trabalho, como fora. Por fim, a concretização da cultura organizacional por meio dos valores e princípios, quando a ideologia

experimentada no trabalho atinge outros âmbitos vivenciados pelo empregado, como o familiar e o de lazer.

A fim de aprofundar essa discussão, trazemos cinco pressupostos apresentados por Oliveira e Amaral (2021) sobre a “mobilização discursiva das práticas de diálogo nas organizações” (p. 32), que refletem a atuação dos processos discursivos organizacionais nas práticas interativas. O primeiro pressuposto apresentado pelas autoras (discursos organizacionais podem instaurar e fazer emergir relações de poder) indica que os processos discursivos são formatados com intenções e, portanto, impactam as relações de poder existentes.

O segundo pressuposto aponta que discursos são espaços possíveis para a constituição dos sujeitos e para a possibilidade do reconhecimento da alteridade, considerando que a materialização do discurso organizacional deve ser processada com base em diferentes vozes e dizeres, de modo a apontar diferenças, mas também reconhecimentos. Já o terceiro pressuposto assume que o discurso organizacional, aquele que é oficial e instituído pela organização, sempre terá um contradiscurso, uma fala que irá se opor ao oficial e convocará outras pautas e interesses.

O penúltimo pressuposto sinaliza que o discurso organizacional não é desprovido de estratégias, ou seja, de intenções da organização, aproximando-se do entendimento de Andersson (2020) de que as estratégias organizacionais podem ser entendidas como “um corpo discurso de conhecimento” (p. 257). O quinto pressuposto, por fim, reforça a concepção de que o sentido é construído socialmente pelo discurso, que pode se alterar constantemente, ainda que um determinado acontecimento se mantenha o mesmo. De forma semelhante, Edley (2001, como citado em Scharff, 2016) apresenta seu entendimento sobre discurso como “um conjunto de significados que os indivíduos extraem em suas conversas (...) refere-se a maneiras distintas de falar sobre objetos e eventos no mundo” (p. 111).

Colocadas as discussões acima, analisaremos, de forma exploratória, os reflexos do discurso neoliberal nos valores e princípios, que são formas de manifestações do discurso organizacional responsáveis por direcionar estratégias e práticas comunicativas (Oliveira & Amaral, 2021), de três organizações de ramos distintos, conforme apresentado a seguir.

METODOLOGIA E DISCUSSÃO

Para analisarmos os reflexos do discurso neoliberal nos valores e princípios organizacionais, selecionamos três organizações, de ramos

distintos, que aparecem no *Guia Exame Diversidade 2021*, que consiste em um ranking com as empresas destaques nas principais categorias de diversidade (gênero, LGBTI+, étnico-racial e pessoas com deficiência). A escolha por este ranking se deve pela metodologia utilizada para a elaboração dessa listagem, que foi baseada em guias temáticos elaborados pelo Instituto Ethos² e seus parceiros (são eles: Centro de Estudos das Relações de Trabalho e Desigualdades, Coalizão Empresarial para Equidade Racial e de Gênero, Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+, Movimento Mulher 360 e Rede Empresarial de Inclusão Social). Para obtermos uma versão abrangente, optamos pelas seguintes empresas: Ambev, GPA e Eurofarma, dos setores de bens de consumo, varejo e farmacêutico, respectivamente.

Para a realização de uma análise de conteúdo enquanto metodologia, nos amparamos como categorias de análise nos 10 contornos da subjetividade empreendedora (neoliberal) apresentada por Scharff (2016), que teve como objetivo abordar a vida psíquica do neoliberalismo. Nesse sentido, cabe apontarmos que o entendimento da autora sobre o termo “vida psíquica” parte dos estudos de Butler (1997) e consiste na “formação de subjetividades no e por meio do poder” (Scharff, 2016, p. 111), compatibilizando-se com a proposta deste estudo sobre investigar a constituição do neoliberalismo no e por meio do discurso organizacional, o qual, em última instância, pode impactar no modo de ser e agir de seus empregados.

Os 10 contornos são: (a) o “eu” como negócio, quando o sujeito é entendido como o próprio negócio; (b) constantemente ativo e ainda sem tempo, que consiste na valorização em estar sempre ativo e na busca contínua da otimização do tempo; (c) aceitando riscos, aprendendo com empurrões e permanecendo positivo, que se refere à adoção de atitudes positivas diante dos desafios; (d) sobrevivendo a dificuldades, colocando o empoderamento como um esforço individual e que está no passado (superado); (e) escondendo machucados, que repudia à vulnerabilidade; (f) negociando discursos concorrentes, que demonstram que os discursos neoliberais são negociáveis de acordo com o contexto; (g) rejeitando desigualdades, no sentido de raramente mencionar desigualdades estruturais e padrões de discriminação, o que se compatibiliza com as mitologias neoliberais de meritocracia; (h) ansioso, duvidoso de si mesmo e inseguro, elementos associados à políticas neoliberais de desregulamentação do trabalho;

² De acordo com seu site, o Instituto Ethos (s.d.) consiste em uma organização da sociedade civil de interesse público que tem como missão “mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerirem seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade justa e sustentável” (para. 1).

(i) competindo consigo mesmo, que consiste em uma dinâmica de poder onde a competição é dirigida a si mesmo; e (j) estabelecendo limites e culpando “outros”, característica que reforça o repúdio com aqueles que não são considerados esforçados e falta de empatia com aqueles que não alcançam seus objetivos (dualidade entre “esforçados” versus “preguiçosos”; Scharff, 2016). Assim, tendo como base tais categorias, realizamos uma análise qualitativa e exploratória dos princípios/valores das empresas mencionadas, conforme apresentado abaixo.

AMBEV

A Ambev é uma empresa de bebidas brasileira que atua sob diversas marcas, como Gatorade, Skol, Guaraná Antarctica, entre outras. Em seu site, na aba “Sobre a Ambev” é possível encontrar os “10 princípios que mostram o caminho que devemos seguir e que garantem a consistência no nosso jeito de trabalhar” (Ambev, s.d., para. 2). De modo geral, a página institucional se atenta à ideia de união entre colaboradores e a busca de um sonho em comum. O mote da apresentação da empresa se baseia, portanto, em estabelecer uma cultura forte e focar em pessoas excelentes, o que reverbera nos princípios exibidos.

Considerando as categorias de análise, destacamos três princípios. São eles: “somos uma companhia de donos(as). Dono(as) que lideram pelo exemplo e se responsabilizam pelos resultados” (Ambev, s.d., para. 6); “sempre buscamos melhores resultados. Lideramos mudanças, tomamos riscos e aprendemos com nossos erros” (para. 7); e “nunca pegamos atalhos. Integridade, trabalho duro, qualidade e responsabilidade são essenciais para construir nossa Companhia e nossa reputação” (para. 12).

A partir desses princípios, observamos, primeiramente, o contorno “aceitando riscos, aprendendo com empurrões e permanecendo positivo”, uma vez que valoriza a ideia de tomar riscos e associá-la à prosperidade, de modo a encará-los como experiências de aprendizagem e positivas. A competição consigo mesmo também pode ser considerado mais um contorno expressado, pois há uma individualização na responsabilização de resultados. Além disso, o reforço do viés de donos da companhia, compatibiliza com a perspectiva exploratória proposta pelo neoliberalismo, indicando que as dinâmicas de poder atuam em um nível mais profundo da competição (Scharff, 2016).

Outro elemento que se destaca nos princípios da companhia diz respeito à divisão das pessoas que trabalham duro versus àquelas que são

consideradas preguiçosas. É uma perspectiva de exclusão e barreiras com aqueles que não são vistos como dedicados, em oposição aos colaboradores da empresa, que “trabalham duro” e, portanto, são promovidos e obtêm sucesso.

GRUPO PÃO DE AÇÚCAR

Trata-se de uma empresa do Grupo Casino que reúne redes e marcas do varejo, como Pão de Açúcar, Extra e Compre Bem. Em seu site institucional, é possível encontrar uma cartilha de apresentação com a missão, cultura e valores do GPA (Grupão Pão de Açúcar, s.d.). O mote do grupo se baseia na frase “alimentamos sonhos e vidas”, fazendo muita referência à experiência do cliente e do funcionário. A positividade também permeia os dizeres do material, estando muito presente palavras como “paixão”, “orgulho”, “encantamento” e “felicidade”, subentendendo-se um esforço em esconder os machucados e as vulnerabilidades.

Entre os valores apresentados, destacamos: “deixa comigo – somos feitos de gente protagonista, que se arrisca, assume responsabilidades e faz acontecer. Temos proatividade e atitude de dono(a), não deixamos para depois o que pode ser resolvido agora” (Grupo Pão de Açúcar, s.d., p. 9); e “fazer simples e bem-feito – sabemos que nosso negócio é desafiador, por isso, devemos buscar simplicidade, agilidade e excelência em cada entrega” (p. 6).

Apesar de ser possível identificarmos diversos contornos neoliberais, salientamos a visão sobre os funcionários como se fossem a própria empresa, o que, de acordo com Scharff (2016), gera um distanciamento do sujeito consigo mesmo, que passa a enxergar a si como o negócio, o que significa, em última instância, que é um sujeito que pode ser continuamente melhorado. Os valores também expressam a preocupação com o tempo (“agilidade”, “produtividade”, “resolver agora”), deixando evidente a busca contínua pela otimização do tempo e na importância em ser ativo, produtivo.

EUROFARMA

Consiste em uma multinacional brasileira que produz e comercializa produtos e serviços no ramo farmacêutico. Na parte “Quem Somos” do seu site (Eurofarma, s.d.), a empresa apresenta sua missão, visão e valores, sendo possível notarmos um direcionamento às ideais de inovação (pioneirismo) e sustentabilidade.

Os valores que destacamos, de acordo com a proposta deste trabalho, são: “comprometimento: a competência e o comprometimento com a

empresa propiciam a valorização e o crescimento dos colaboradores. Por isso, sempre que possível, nossos talentos são prestigiados por meio de aproveitamento interno” (Eurofarma, s.d., para. 5); “reinvestimento: com a crença de que assumir riscos é parte integrante da atividade empresarial dinâmica e bem-sucedida, a geração de resultados positivos promove o crescimento da organização por meio do reinvestimento de recursos no próprio negócio” (para. 11); e

respeito: nos orgulhamos de nossa trajetória, origens e capacidade de superação. Nossa história é construída de forma a refletir nosso compromisso com o crescimento de nossos colaboradores e com o desenvolvimento dos países em que atuamos, mantendo respeito aos povos e culturas com os quais nos relacionamos. (para. 12)

Assim como no caso da empresa Ambev, observamos a valorização sobre tomar riscos e sua associação à prosperidade, do mesmo modo que reforça o contorno da competitividade consigo mesmo, ao focar no aproveitamento e crescimento interno de seus talentos. Tal característica também remete à que diz respeito sobre enxergar o sujeito como o próprio negócio, como visto no GPA, valorizando colaboradores comprometidos e competentes, o que expõe à atenção constante ao sujeito em busca de otimização. Ao analisarmos o valor “respeito” exposto pela empresa, fica visível o traço da sobrevivência a dificuldades, reforçando que foi algo no passado, referente à história da companhia. É um discurso que enfoca na superação, enxergando-a como algo positivo e, mais ainda, salientando a capacidade da multinacional em lidar e gerenciar possíveis problemas.

Diante dessa análise, outro contorno que vale ser mencionado e que permeia implicitamente os princípios/valores das empresas estudadas é o que se refere ao perfil ansioso, duvidoso de si mesmo e inseguro. De fato, as razões para isso podem ser inúmeras, no entanto, foi possível perceber que tais discursos buscam associar o sucesso e a dedicação profissionais como a máxima da realização humana. E, ainda que essa concepção seja informal, Britto (2014) indica que ela pode se arraigar no imaginário social de modo a fazer os sujeitos se sentirem totalmente dependentes das organizações para conseguirem qualquer forma de autorrealização.

A busca por esse tipo de realização se torna ainda mais problemática diante de um cenário altamente competitivo, onde a crise de emprego é efetiva e exigem do sujeito seu desempenho máximo. Não por outra razão, “a jornada de um trabalhador representa praticamente um terço de seu dia e parte do horário restante ele se dedica a atividades ligadas ao trabalho, com vistas ao aprimoramento profissional” (Sólio, 2008, p. 210).

Com a concorrência acirrada entre as organizações e entre os empregados, a busca pela manutenção da empregabilidade em contraste com a efemeridade e rapidez dos acontecimentos, requerem dos indivíduos uma “jornada de trabalho emocional” (Britto, 2014, p. 57). Nesse sentido, Britto (2014) reforça que frente à sensação de instabilidade, elementos motivacionais se tornam um “remédio para o comportamento do trabalhador” (p. 58). Muitas vezes, eles são articulados de modo a tentar inibir o estresse no trabalho e servir como um “aparente controle emocional” (Britto, 2014, p. 58), a fim de que haja o máximo de desempenho e produção possíveis.

Em suma, a partir da análise exploratória feita com base nos 10 contornos da subjetividade empreendedora é possível observamos a performance psicológica do neoliberalismo e sua atuação micro da subjetividade. Notamos que tais discursos organizacionais são permeados pela positividade, além de buscarem reconfigurar a noção de responsabilidades, tornando-as como ações individuais (Kanai & Gill, 2020; Safatle et al., 2021). Em oposição a essas observações, cabe apontarmos também que não identificamos elementos característicos da sociedade disciplinar, que remetam à rigidez e reclusão, conforme indicados por Han (2014/2018). Em busca da maximização da produção, tais traços foram reinventados para abrir espaço à autoexploração e a exploração da psique.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho parte do pressuposto de que os discursos vão além de construções linguísticas, mas acarretam, também, efeitos concretos em diversos âmbitos. No cenário corporativo, isso significa dizer que os discursos organizacionais não se limitam à esfera do trabalho, mas permeiam a vida dos funcionários em inúmeros níveis, desde a sua saúde à própria construção enquanto sujeito. Tal dinâmica se tornou ainda mais observável diante do fortalecimento do neoliberalismo e da legitimação das organizações em um novo patamar de significação, que, por meio de estratégias e atuação em esferas distintas, levam os trabalhadores a se entregarem e priorizarem cada vez mais o trabalho.

Entre dos mecanismos que atuam para a manutenção da dominação das organizações no que se refere à (re)significação do trabalho, são as práticas culturais, que podem ser expressas por meio dos princípios e valores organizacionais e são, majoritariamente, legitimadas pela comunicação. É a partir dessa concepção que se observa a institucionalização de um esquema positivo de poder nos processos rotineiros das organizações.

Sendo assim, a fim de ampliar essa discussão, este trabalho se baseou em uma análise empírica e exploratória para investigar sobre os reflexos do discurso neoliberal nos valores e princípios organizacionais e, possivelmente, na subjetividade dos funcionários. O estudo identificou vários aspectos neoliberais nos princípios/valores nos sites institucionais das três empresas analisadas (Ambev, GPA e Eurofarma), que expressaram reconfigurações nas noções de responsabilidades e obrigações, assim como características individualizantes e psicológicas.

A análise abre espaços para debates sobre a presença de processos de exclusão implícitas nos discursos organizacionais embasados pela perspectiva neoliberal, além de sugerir que o poder do neoliberalismo talvez atue em um nível mais profundo, uma vez que condiciona e pressiona a uma competição não somente com os outros, mas consigo mesmo. Por ser um estudo exploratório, investigações adicionais são necessárias. No entanto, esperamos que nossa análise possibilite discussões mais amplas e empiricamente embasadas sobre os reflexos do neoliberalismo nos discursos organizacionais e na subjetividade dos funcionários.

AGRADECIMENTOS

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

REFERÊNCIAS

- Ambev. (s.d.). *Sobre a Ambev – Nosso sonho, nossa gente, nossa evolução cultural*. Retirado a 20 de novembro de 2021 de <https://www.ambev.com.br/sobre/principios/>
- Andersson, R. (2020). Being a 'strategist': Communication practitioners, strategic work, and power effects of the strategy discourse. *Public Relations Inquiry*, 9(3), 257–276. <https://doi.org/10.1177/2046147X20920819>
- Baldissera, R. (2009). Comunicação organizacional na perspectiva da complexidade. *Organicom*, 6(10–11), 115–120. <https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2009.139013>

- Britto, D. F. (2014). *Trabalho e cultura organizacional no discurso da mídia: Uma análise da revista Você S/A* [Tese de doutoramento, Universidade Federal de São Carlos]. Repositório Institucional UFSCar. <https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/6692>
- Butler, J. P. (1997). *The psychic life of power*. Stanford University Press.
- Deetz, S. (1992). *Democracy in an age of corporate colonization*. State University of New York Press.
- Deleuze, G. (1992). *Conversações* (P. P. Pelbart, Trad.). Editora 34. (Trabalho original publicado em 1990)
- Eurofarma. (s.d.). *Quem somos*. Retirado a 21 de novembro de 2021 de <https://eurofarma.com.br/quem-somos>
- Freitas, M. E. de. (2002). *Cultura organizacional: Identidade, sedução e carisma?* FGV.
- Grupo Pão de Açúcar. (s.d.). *GPA: Alimentando sonhos e vidas*. Retirado a 21 de novembro de 2021 de https://www.gpabr.com/wp-content/uploads/2021/03/Institucional_GPA.pdf
- Gulbrandsen, I. T., & Just, S. N. (2016). In the wake of new media: Connecting the who with the how of strategizing communication. *International Journal of Strategic Communication*, 10(4), 223–237. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2016.1150281>
- Han, B.-C. (2018). *Psicopolítica: O neoliberalismo e as novas técnicas de poder* (M. Liesen, Trad.). Âyiné. (Trabalho original publicado em 2014)
- Han, B.-C. (2019). *Sociedade do cansaço* (E. P. Giachini, Trad.). Vozes. (Trabalho original publicado em 2010)
- Hardy, C., Palmer, I., & Phillips, N. (2000). Discourse as a strategic resource. *Human Relations*, 53(9), 1227–1248. <https://doi.org/10.1177%2F0018726700539006>
- Hardy, C., & Thomas, R. (2014). Strategy, discourse and practice: The intensification of power. *Journal of Management Studies*, 51(2), 320–348. <https://doi.org/10.1111/joms.12005>
- Instituto Ethos. (s.d.). *O instituto*. <https://www.ethos.org.br/conteudo/o-instituto/>
- Kanai, A., & Gill, R. (2020). Woke? Affect, neoliberalism, marginalised identities and consumer culture. *New Formations: A Journal of Culture/Theory/Politics*, (102), 10–27. <https://doi.org/10.3898/NewF:102.01.2020>

- Kunsch, M. K. (2003). *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. Summus.
- Marchiori, M. (Ed.). (2010). *Faces da cultura e da comunicação organizacional*. Difusão Editora.
- A metodologia que embasa o *Guia Exame Diversidade*. (2021, junho 17). *exame*. <https://exame.com/geral/a-metodologia-que-embasa-o-guia-exame-diversidade/>
- Oliveira, I. D. L., & Amaral, L. L. D. (2021). Discurso organizacional: Presença de poder e sentidos na busca de legitimidade. *Organicom*, 18(36), 28–39. <https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2021.186805>
- Oliveira, I., D. L. & Paula, M. (2009). Desafios da comunicação interna: Interferências da contemporaneidade. In C. Estrella, R. Benevides, & R. Freitas (Eds.), *Por dentro da comunicação interna: Tendências, reflexões e ferramentas* (pp. 13–28). Champagnat.
- Rosa, A. R., & Brito, J. (2009). Ensaio sobre violência simbólica nas organizações. *Organizações & Sociedade*, 16(51), 629–646. <https://doi.org/10.1590/S1984-92302009000400002>
- Safatle, V., Silva, N. da, Jr., & Dunker, C. (2021). *Neoliberalismo como gestão do sofrimento psíquico*. Autêntica Editora.
- Scharff, C. (2016). The psychic life of neoliberalism: Mapping the contours of entrepreneurial subjectivity. *Theory, Culture & Society*, 33(6), 107–122. <https://doi.org/10.1177/0263276415590164>
- Sennet, R. (2012). *A cultura do novo capitalismo* (C. C. M. de Oliveira, Trad.). Record. (Trabalho original publicado em 2006)
- Sólio, M. (2008). Comunicação e poder nas organizações. *Em Questão*, 14(2), 207–222. <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/10637>
- Vaara, E. (2010). Taking the linguistic turn seriously: Strategy as a multifaceted and interdiscursive phenomenon. In J. A. C. Baum & J. Lampel (Eds.), *The globalization of strategy research* (pp. 29–50). Emerald Group.

Citação:

Calonego, R., Andrelo, R., & Gonçalves, G. (2022). O neoliberalismo e seus reflexos nos discursos organizacionais. In Z. Pinto-Coelho, S. Marinho & T. Ruão (Eds.), *Práticas comunicativas, organizações e educação. Atas das VIII Jornadas Doutorais do CECS* (pp. 111–126). CECS.

MARINA MARIA SOARES SILVA & LUÍS ANTÓNIO SANTOS

marinamaria.soares@gmail.com; lsantos@ics.uminho.pt

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Instituto de
Ciências Sociais, Universidade do Minho, Braga, Portugal

EDUCAÇÃO NA ERA DA PÓS-VERDADE: COMO LIDAR COM ESTA REALIDADE?

RESUMO

A desinformação, as *fake news*, as meias verdades e o cenário denominado “pós-verdade” em que nos encontramos influenciam vários campos e dinâmicas sociais. Um desses territórios é o contexto da educação, em que importa compreender as implicações desta era de informação turbulenta e de ascensão de ferramentas tecnológicas que fomentam estados de desinformação. A atual conjuntura tem reflexos nas interações em sala de aula e é necessário perceber de que forma isso acontece e que ferramentas e/ou métodos poderão ser usados para mitigar efeitos, nomeadamente via mudanças nas práticas pedagógicas. Portanto, este artigo apresenta uma revisão de literatura desenvolvida com o objetivo de começar a perceber as implicações e formas de lidar com a realidade da era da pós-verdade no contexto educacional. Além disso, foram incluídos autores-chave em temas essenciais nesse panorama, como a educação, que permitiram também uma compreensão da necessidade de trabalho a longo prazo neste combate. A literatura sugere, por exemplo, a necessidade de formação contínua dos professores, necessidade de aumentar a capacidade de pesquisa dos estudantes e a importância de criar debates em sala de aula, tendo em vista que uma das características da pós-verdade é a dificuldade do diálogo plural.

PALAVRAS-CHAVE

pós-verdade; desinformação; educação

INTRODUÇÃO

Com o avanço tecnológico foi possível estabelecer ferramentas que possibilitam um ambiente digital extremamente favorável para criar, segmentar e impulsionar a propagação de informações falsas ou manipuladas. Nos últimos anos isto resultou numa série de acontecimentos emblemáticos baseados em desinformação, em áreas como a política, a saúde ou a ciência, e este tema passou a ser tratado com mais preocupação, principalmente devido à tendência de agravamento (Cardoso et al., 2018; Esteves & Sampaio, 2019; Santaella, 2018; Spinelli & Santos, 2020).

Estamos, segundo alguns autores, vivendo uma era de “pós-verdade” que assenta na credibilização e propagação de informações de acordo com as emoções e crenças individuais e não a factos (Ceppas & Rocha, 2019; Esteves & Sampaio, 2019; Prior, 2019; Santaella, 2018). Esta era é fomentada pela desinformação, por instabilidade na informação e na comunicação em geral e pode afetar os ambientes democráticos (Santaella, 2018), visto que a desinformação é estabelecida para fomentar ideologias, interesses políticos e manipular a opinião pública (Volkoff, 1999/2000).

De acordo com Guedes e Melo (2020), “a pós-verdade não é uma questão de ignorância ou apenas falta de senso crítico”, mas antes “o fomento de confusão e polarizações, extinguindo a possibilidade de diálogo, pois o objetivo é derrubar o adversário” (p. 9). Por isso, o desafio envolve a promoção do diálogo e a consciência crítica sobre a necessidade de ele acontecer. Essa importância de dialogar e normalizar o convívio com o diferente e o diverso faz parte da democracia e vem sendo ofuscada pela desinformação e pós-verdade.

A luta contra a desinformação e pós-verdade poderá ser eficiente com um conjunto de ações de curto, médio e longo prazo e as ações e estudos nesse sentido não parecem ser excludentes entre si, antes complementam-se, tamanha a complexidade do fenómeno. Existem várias facetas para tratar esse tema e uma delas é a proposta no presente artigo: perceber as implicações do fenómeno no contexto educacional, para que seja possível percorrer caminhos para melhor lidar com esta realidade e para perceber as eventuais dificuldades do profissional “linha de frente” neste contexto: o professor.

Sendo assim, a questão que conduziu este artigo foi: quais as implicações da era da pós-verdade no contexto da educação e como é possível lidar com isso? O objetivo principal do trabalho foi desenvolver uma revisão de literatura para obter insights metodológicos e identificar linhas teóricas e possíveis direcionamentos futuros (Gall et al., 1996). Além disso, foram estabelecidos dois objetivos específicos:

1. iniciar a pesquisa do embasamento teórico sobre as implicações da pós-verdade no contexto educacional;
2. perceber direcionamentos na literatura sobre como lidar com a pós-verdade no contexto educacional.

Para responder à questão geral e alcançar os objetivos estabelecidos, este artigo se debruçou em desenvolver uma revisão de literatura. As conclusões abordam os principais insights obtidos com o trabalho.

METODOLOGIA

No que concerne aos procedimentos metodológicos, o presente artigo foi desenvolvido através de uma revisão de literatura conduzida com as indicações de Randolph (2009), desde a formulação do problema até à análise dos dados coletados e incluídos.

Foi realizada uma busca na literatura sobre os desafios da educação na era da pós-verdade, através dos seguintes repositórios: Repositório Científico de Acesso Aberto de Portugal (RCAAP) e OpenAIRE com combinações das palavras-chave: “ensino”; “pós-verdade”; “desinformação”; “educação” e “education”; “*post-truth*”; “*teaching*”. A seleção dos documentos incluídos foi considerada um desafio, por muitos, até à data de recolha de 30 de setembro de 2021, serem de acesso restrito e pela dificuldade de se encontrar material específico com a junção dos temas propostos. Após a busca com as palavras-chave, os documentos foram pré-selecionados pelo título, de forma a realizar uma primeira triagem dos que, no título, apresentavam contexto ou palavras correspondentes ao objetivo da pesquisa, como por exemplo: “ensino”, “ciência”, “pós-verdade”, “desinformação”, “educação”, “*pedagogy*” (pedagogia), “*teaching*” (ensino), “*student*” (estudante), “*education*” (educação) e “*post-truth*” (pós-verdade). Em seguida foi realizada a leitura dos resumos, na tentativa de validar ou não o documento como sendo de interesse para esta pesquisa e, posteriormente, os documentos que apresentaram indicação da junção dos temas no resumo foram lidos de forma completa e incluídos na discussão (Tabela 1).

REPOSITÓRIO	ENCONTRADOS	SELECIONADOS	INCLUÍDOS
OpenAire	164	17	17
RCAAP	59	5	0

Tabela 1 Resumo dos documentos encontrados, selecionados e incluídos

É importante ressaltar que ao longo da discussão também foram incluídos outros estudos-chave sobre os temas que surgiram na discussão, como por exemplo sobre literacia para os média e educação, Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (2013), Buckingham (2019), Pinto et al. (2011) e Freire (2003).

EDUCAR NA ERA DA PÓS-VERDADE: IMPLICAÇÕES E PERSPETIVAS PARA LIDAR COM ESSA REALIDADE

Para iniciar essa discussão é necessário tentar fixar o espectro de atividades abrangidas pelo descritivo “pós-verdade”. De acordo com Ceppas e Rocha (2019):

a pós-verdade é esse campo de informações esvaziadas de sentido. Ela molda a opinião pública de acordo com apelos emocionais e ideológicos, a partir de imagens e frases de efeito que têm como principal função provocar um efêmero e reiterativo sentimento de identificação ou repulsa ao conteúdo exposto. Vídeos e áudios cuidadosamente editados, manipulação de imagens, memes e jargões espalhados e repetidos à exaustão contribuem para enredar a população em uma teia de *fake news*, e de reações a elas, manipuladas de acordo com os interesses de cada grupo, em especial daqueles que detêm maior poder de mobilização e investimentos. Os impactos das *fake news* são cada vez mais evidentes na influência crescente da internet nos processos eleitorais em todo o mundo, e no uso das redes sociais como uma das principais ferramentas de governo, tornando a disputa político-cultural em grande medida refém de sua frenética produção. (p. 294)

Chinn et al. (2021) identificam três desafios impostos pela pós-verdade: a dificuldade de as pessoas reconhecerem uma informação falsa e partilharem sem terem certeza sobre a fiabilidade do conteúdo; a incorporação de uma competência não-capacitada, fundamentada pelo digital, isto é, as pessoas passaram a acreditar que têm conhecimentos aprofundados de certos assuntos sem os ter; e, por último, a opinião individual como mais credível e relevante do que os próprios factos. Com essa identificação, os autores traçam algumas recomendações como, por exemplo, a diversidade na aprendizagem, tanto de fontes de informação como de conteúdos, fornecendo assim um leque de informações mais inclusivo e crítico, o qual permite aos alunos perceberem as estruturas dos sistemas sociais

e políticos. Os autores sugerem ainda o trabalho na parte emocional dos alunos, no sentido de promover positivamente as emoções com direcionamento à curiosidade e interesse (Chinn et al., 2021, p. 5).

Para Barcellos (2020), o conceito “educação bancária”, apresentado por Paulo Freire (2003), tem uma relação intrínseca com a era da pós-verdade. Isto porque a educação bancária é a que não ensina o indivíduo a ser crítico, o ensina a ser mais uma peça do sistema opressor em que vivemos. Assim, podemos inferir que se os oprimidos, carentes de uma educação crítica, ganharam voz com o ciberespaço, mais especificamente com as redes sociais, não estavam preparados para as manipulações em massa causadas pelas informações falsas e afins. Ainda não preparados como indivíduos críticos, se afogam no mar da desinformação e estão credibilizando e baseando a sua “libertação” neste tipo de conteúdo. É preciso que em sala de aula haja espaço para dialogar, saber buscar fontes fiáveis e, acima de tudo, ter criticidade para chegar até ela.

Dessa forma, o pensamento crítico apresenta-se como um grande aliado de combate à pós-verdade. Isto porque trata-se da desconstrução de preconceitos diversos que nos condicionam a tirar conclusões enviesadas e, ao mesmo tempo, da construção de um intelecto comprometido com a objetividade dos factos, com o diálogo diverso, com a reflexão sobre o que há por detrás das informações que consumimos, nomeadamente quem a produziu, qual a intenção e a sua fiabilidade (Abul-Fadil, 2018; Arede et al., 2019; Cooke, 2018; Silva & Videira, 2020).

Hughes (2019) endossa que é, por isso, necessário desenvolver novas habilidades nos alunos relativamente à pesquisa. A falha na habilidade de pesquisa foi também observada no estudo de Aragonés e Luis (2020), no qual jovens participantes demonstraram que não possuem habilidades críticas para selecionar fontes de informação. Nesse sentido, Hughes (2019) defende a importância de uma educação crítica para a capacidade de pesquisa, argumentando que esta é uma das formas capazes de transformar o aluno num cidadão que sabe pesquisar, questionar e pensar de forma crítica.

Já Gibbs (2019) aborda a perspectiva da pós-verdade no ensino superior, reforçando que mesmo este grau de ensino está vulnerável. O autor afirma a importância de falar a verdade e a responsabilidade dos académicos em se comprometerem com isso. Este comprometimento com a verdade parece ser uma representação desafiadora na era da pós-verdade. Por isso, o autor faz um questionamento essencial: afinal, em quem podemos confiar (Gibbs, 2019)? É nesse sentido que Farrow e Moe (2019) sugerem outra forma de lidar com essa realidade de várias alternativas de

verdade: o reforço da “autoridade cognitiva”, pois “um ambiente de aprendizagem deve incluir indivíduos com conhecimentos superiores para produzir materiais de aprendizagem e/ou ministrar instrução” (p. 284). Isto é, este momento requer que haja posicionamento e esclarecimento sobre quem é “fonte” de conhecimento fidedigno. Algo que poderia parecer lógico anos atrás, hoje em dia é um desafio diante das múltiplas possibilidades de fontes de informação. É preciso reforçar a credibilização dos detentores da responsabilidade de passar conhecimento baseado em ciência, baseado em informações factuais.

Sob outra perspetiva, Silva e Videira (2020) defendem que para lidar com esta era e “promover a cultura científica” (p. 1065) é preciso também a autocrítica. Assim, é ainda necessário resguardar as universidades, as escolas e a educação básica como campos de conhecimento e de formação intelectual, esforço que só pode ser realizado com a junção de vários atores governamentais e também da sociedade civil (Silva & Videira, 2020).

O negacionismo e as narrativas anticiência, por sua vez, são pautas que ganharam força com a pós-verdade e, de acordo com a literatura, estes temas têm de ser discutidos em sala de aula. Os desenvolvimentos noticiosos da pandemia do COVID-19 em 2020–2021, por exemplo, ressaltaram e ressaltam a problemática da pós-verdade na qual estamos inseridos (Barcellos, 2020). Os *pseudo* tratamentos que se tornaram virais, os dados manipulados e as informações falsas contra a vacina são alguns exemplos dos assuntos problemáticos que precisam de ser discutidos em sala de aula (Barcellos, 2020). Isso não significa que os eventos políticos anteriores envolvendo informações falsas e manipuladas não foram suficientes para notar a gravidade da situação, mas a pandemia infelizmente causou a morte de milhares de pessoas e ainda que a ciência tenha encontrado uma vacina eficiente, isto não é suficiente nesta era. Ainda que a Organização Mundial de Saúde indique que é necessário tomar a vacina para evitar mais mortes e para o controlo da pandemia, isto não é o suficiente. Esta é a problemática da dúvida implantada pela desinformação, que faz parte da era da pós-verdade e que coloca em causa as vidas ao redor do planeta. Isto é grave e sugere a necessidade de o tema ser tratado em sala de aula continuamente, com atividades adequadas a cada faixa etária.

É preciso ainda ter-se em atenção que temas sensíveis, como o negacionismo, são sustentados principalmente pelo uso dos média sociais, que são alicerce para a desinformação (Esteves & Sampaio, 2019; Pereira & Santos, 2020), e que, por sua vez, são fundamentados para criar uma dependência crónica entre o usuário e a rede. Isso é pontuado por Patino

(2019) da seguinte forma: “a nova forma da internet não é semântica: é, sim, desenhada pela economia da atenção” (p. 55). Por isso, para Pereira e Santos (2020) é preciso trabalhar com os alunos a alfabetização científica mediática. Os autores sugerem que professores precisam de ter formação inicial e contínua sobre conceitos do jornalismo científico, para serem capazes de desenvolver essa temática com os alunos.

No estudo sobre a hesitação em tomar vacinas desenvolvido por Arede et al. (2019), por exemplo, os autores concluem que há necessidade de uma estratégia de longo prazo para ensinar a crianças e adolescentes a importância da imunização, assim como ensiná-los a ter pensamento crítico. Arede et al. (2019) criaram indicações para idades entre 5 e 18 anos, para contribuir com o aprendizado defendido nas escolas e nos média. Sendo que mostrar exemplos de pessoas com experiências ruins devido a não vacinação pareceu ser eficiente (Arede et al., 2019). Os autores recomendam ainda o uso dos média sociais como meio de informação e comunicação para grandes organizações como a Organização Mundial de Saúde e afins. Segundo os autores, o uso destas plataformas já faz parte do quotidiano e é importante que organizações renomadas utilizem este artifício para chegarem aos públicos, como os jovens, que consomem informação a cada minuto por estes veículos. Ou seja, a forma de lidar com a pós-verdade é também utilizando os meios que a fomentam. Por isso, Fonseca (2019) defende o uso dos telemóveis nas atividades em sala de aula, com moderação, mas inserido nas práticas, de maneira que se possa incluir o dispositivo de forma positiva no contexto escolar.

Educar na pós-verdade, era da relatividade, das meias verdades, das mentiras e da polarização é uma problemática complexa. É nesse sentido que o papel do professor surge sendo defendido na literatura como fundamental. O papel de tratar esse assunto com maestria para que seja percebido com clareza e, acima de tudo, com crítica. Para que os alunos possam aos poucos exercer a cidadania sem dúvidas quanto à defesa da democracia e que filtrem todas as informações recebidas através de um olhar crítico e preparado para a diversidade. O papel do professor é crucial na formação dos cidadãos e, neste momento, permanece com uma grande responsabilidade e com uma característica de ser chave para o tratamento da pós-verdade. Por isso, é preciso ouvi-lo e prepará-lo.

O uso dos meios eletrónicos para o desenvolvimento das aulas demanda a formação específica dos professores, algo que, embora tenha sido impulsionado com o ensino à distância devido à pandemia COVID-19, ainda surge como carência. De acordo com um estudo com professores

realizado na Espanha, por exemplo, embora as competências de comunicação tenham sido muito satisfatórias, o nível de competências digitais da amostra foi baixo (Garzón-Artacho et al., 2021). Portanto, há necessidade de preparar os professores continuamente para práticas pedagógicas atualizadas e condizentes com os materiais que estão sendo utilizados na vida cotidiana dos alunos.

Em outro estudo realizado com professores, conduzido por Silva e Ribeiro (2020), os autores perceberam que embora existam práticas sendo realizadas em sala de aula para o combate à desinformação e, consequentemente, a pós-verdade, elas são leves e iniciais, não são suficientes. Por isso, a formação contínua dos professores é necessária e os professores precisam ser mais ouvidos e treinados continuamente.

Na perspectiva de Kouritzin (2018), o discurso e iniciativas vindas dos professores são fundamentais para lidar com as novas gerações no contexto da pós-verdade. A criticidade deve partir do professor, assim como a consciência sobre o tema.

Devo mostrar aos alunos que, embora existam diferentes visões de mundo e conceituações de realidades, todas as afirmações da verdade não são relativas. Valorizar pluralidades de perspectiva não se refere ao uso da linguagem na criação e disseminação deliberada de fatos alternativos e notícias falsas ou à eliminação de questões do mundo real, removendo a linguagem da mudança climática. (Kouritzin, 2018, p. 4)

Por outro lado, os professores também devem respeitar o momento de fala dos alunos, dando espaço para que se expressem (Arede et al., 2019). Ensinar os alunos sobre pensamento crítico e fazê-los perceber a importância da pesquisa, do questionamento e da discussão não pode ser uma via única entre professor e aluno, pois as interações entre os próprios alunos também contribuem para o aprendizado. O professor precisa de conduzir e ensinar, mas não é recomendado que domine os alunos ou as discussões propostas em sala de aula (Arede et al., 2019). Nesse sentido, Silva e Ribeiro (2020) endossam a importância da escuta, da troca de experiência em sala de aula e Alexander (2019) reforça a importância do diálogo. Na mesma perspectiva, Fonseca (2019, p. 108) defende que o papel da comunicação em sala de aula é fundamental, sendo que é importante deixar os alunos assumirem esse papel de forma livre nas práticas pedagógicas.

Já no âmbito da formação dos jornalistas, é importante perceber as consequências legislativas das publicações de notícias falsas. É isto que

Pearson (2017) aborda e defende, no intuito de incentivar uma maior responsabilidade na publicação de notícias. O autor considera que este assunto deve ser tratado desde as primeiras formações para os futuros jornalistas, para adequá-los à nova realidade e contribuir para uma formação mais completa e ética. Com isso, de acordo com Bhaskaran et al. (2019), a defesa do ensino de dimensão ética no curso de jornalismo é fundamental, assim como o ensino do pensamento crítico. Para os autores, o aprendizado de ferramentas como a utilização de algoritmos não é suficiente para lidar com a era da pós-verdade de maneira eficiente, sendo preciso incluir o pensamento crítico na “pedagogia do jornalismo” como uma matéria basilar (Bhaskaran et al., 2019, p. 167). Os jornalistas possuem uma profissão fundamental nesse contexto e aprender sobre o pensamento crítico fará com que compreendam socialmente as intenções, visões e os fins das informações (Bhaskaran et al., 2019).

Esta era representa uma mudança na sociedade (Aragones & Luis, 2020) e, mais do que nunca, é preciso incentivar a educação e o diálogo (Alexander, 2019). Além disso, uma vez que a literacia para os média trata do ensino da capacidade crítica de análise e compreensão de todas as informações que consumimos através de todos os tipos de mídia (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, 2013), é defendida como uma forma eficiente para tratar a problemática da pós-verdade (Friesem, 2019), principalmente a longo prazo (Buckingham, 2019). Esta matéria é essencial por uma questão de cidadania e por auxiliar os professores a cumprirem o seu papel (Nina, 2020), pois é “urgente” que os professores ensinem seus alunos a terem uma consciência crítica e que saibam onde e como podem ter acesso a informações fiáveis (Marques et al., 2020, p. 300).

A formação do profissional da educação no contexto da literacia mediática passa por atualizá-lo, contribuir para sua própria existência como cidadão e capacitá-lo para ajudar no desenvolvimento de outros cidadãos. Além disso, ao adquirirem novas competências, os professores passam a promover o tema de forma a contribuírem para atualizações do currículo escolar (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, 2013). Segundo Pinto e Pereira (2018):

um professor do século XXI não pode deixar de incorporar na sua formação conhecimentos, competências e atitudes que o habilitem a lidar com as gerações mais novas, mas também a construir-se como profissional e como pessoa nesse novo quadro de vida. (p. 86)

Por isso, deve haver formação inicial e contínua de professores no contexto da literacia para os média como componente complementar essencial para o sistema educacional. De acordo com Buckingham (2019), as dimensões complementares a serem trabalhadas para a aprendizagem dos média são: “leitura (análise de texto); escrita (ou produção criativa); e análise de contexto (o que se baseia em leitura e escrita individual num contexto social amplo)” (p. 69).

CONCLUSÕES

Este artigo proporcionou uma leitura sobre a forma como se encara um tema atual, relevante e complexo no contexto educacional. Ainda que seja pesquisa inicial, podemos perceber que há muitos questionamentos e carência de capacitação profissional nesse sentido. A era da pós-verdade é uma realidade que proporciona reflexão sobre os próximos passos na educação e impõe um grande desafio no contexto escolar e, conseqüentemente, para a profissão do professor.

Os professores estão no “lugar de sempre”: como pivots fundamentais na ação educativa, porém, estão também no lugar de carência de formação adequada para a realidade com a qual nos deparamos. De acordo com a literatura, a formação contínua de professores é fundamental para a manutenção de um ensino adequado e a formação em literacia mediática é uma das matérias importantes a ser tratada para incentivo ao pensamento crítico de professores e alunos e para o combate à pós-verdade.

Ainda que esta não tenha sido uma revisão sistemática de literatura, podemos observar que os estudos encontrados são datados de anos recentes e que a dificuldade em encontrar textos com esta junção de temas significa que é preciso expandir a pesquisa para outros repositórios e que, mesmo num repositório de grande abrangência, o tema ainda está pouco explorado.

O tema atual da pós-verdade no contexto educacional, de acordo com a pesquisa, parece voltado em sua maioria para as gerações mais novas, para professores e jornalistas. Ficou claro que há uma real preocupação para o preparo profissional e que há um certo esquecimento das gerações mais velhas nesse contexto. Os trabalhos que tratam o ensino superior, por exemplo, centram-se na formação de jornalistas, embora seja evidente que as implicações da pós-verdade não se restringem a este público.

O material coletado e analisado para este artigo possibilitou direcionamentos para as próximas fases de um projeto em desenvolvimento sobre o combate à desinformação com professores do ensino básico

português. Além de indicar a necessidade de abrir a pesquisa a outros repositórios, este trabalho evidenciou caminhos temáticos para o questionário a ser aplicado com os professores, pois serão inquiridos tendo em consideração esta realidade. Este caminho percebido passa por incluir temáticas nos questionários como: o uso dos média em sala de aula; a abordagem de temas sensíveis dentro do tema da desinformação em sala de aula, como, por exemplo, o negacionismo, a antivacinação e o terraplanismo; a promoção de debates em sala de aula; as atividades desenvolvidas e aprendizagens contínuas; a relevância da discussão entre os alunos; a preparação individual para lidar com esta realidade; as mudanças acontecidas em contexto de sala de aula ou as eventuais situações de gestão de desinformação; as necessidades de melhoria; a relevância de um ensino crítico; a eventual participação em ações de formação sobre literacia mediática; a percepção sobre a importância da literacia mediática, entre outros.

Também foi possível perceber que os desafios apresentados para a educação na era da pós-verdade parecem resultar de um somatório de falhas da própria educação. Um cidadão desprovido de pensamento crítico não está preparado para os poderes de manipulação permitidos pelos avanços tecnológicos da atualidade. Esse desenvolvimento cresceu de forma desproporcional em relação ao desenvolvimento educacional. Goering e Thomas (2018) apontam, por isso mesmo, responsabilidades especiais à educação e ao jornalismo: “sem uma alfabetização crítica e uma alfabetização midiática cada vez mais crítica, um povo se torna peão de demagogos e bufões” (p. 22).

A obra do filósofo e educador Paulo Freire (2013) simbolizou e demonstrou que a alfabetização é uma prática reacionária, característica que permanece na educação como um todo, sendo que, talvez, mais do que nunca, precisa estar mais forte e atenta às ameaças às democracias.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho é apoiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito da bolsa de investigação UI/BD/151163/2021 do projeto 101676689 (TID) que está sendo desenvolvido também com o apoio do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS). Assim, este trabalho é também apoiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto UIDB/00736/2020 (financiamento base) e UIDP/00736/2020 (financiamento programático).

REFERÊNCIAS

- Abul-Fadil, M. (2018). Combatting disinformation and misinformation through media and information literacy (MIL). In C. Ireton & J. Posetti (Eds.), *Journalism, 'fake news' and disinformation: A handbook for journalism education and training* (pp. 73–83). UNESCO.
- Alexander, R. (2019). Whose discourse? Dialogic pedagogy for a post-truth world. *Dialogic Pedagogy*, 7, E1–E19. <https://doi.org/10.5195/dpj.2019.268>
- Aragones, A. F., & Luis, E. C. (2020). Educando contra la posverdad. La alfabetización informacional como estrategia para hacer resilientes a los menores en el consumo digital. *ZER - Revista de Estudios de Comunicación*, 25(48), 309–327. <https://doi.org/10.1387/zer.21576>
- Arede, M., Bravo-Araya, M., Bouchard, É., Gill, G. S., Plajer, V., Shehraj, A., & Shuaib, Y. A. (2019). Combating vaccine hesitancy: Teaching the next generation to navigate through the post truth era. *Frontiers in Public Health*, 6, 1–6. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2018.00381>
- Barcellos, M. (2020). Ciência não autoritária em tempos de pós-verdade. *Caderno Brasileiro de Ensino de Física*, 37(2), 1496–1525. <https://periodicos.ufsc.br/index.php/fisica/article/view/74653>
- Bhaskaran, H., Mishra, H., & Nair, P. (2019). Journalism education in post-truth era: Pedagogical approaches based on indian journalism students' perception of fake news. *Journalism and Mass Communication Educator*, 74(2), 158–170. <https://doi.org/10.1177/1077695819830034>
- Buckingham, D. (2019). *The media education manifesto*. Polity Press.
- Cardoso, G., Baldi, V., Pais, P., Paisana, M., Quintanilha, T., & Couraceiro, P. (2018). *As fake news numa sociedade pós-verdade: Contextualização, potenciais soluções e análise*. Obercom. <https://obercom.pt/wp-content/uploads/2018/06/2018-Relatorios-Obercom-Fake-News.pdf>
- Ceppas, F., & Rocha, R. R. (2019). Ensino de filosofia na era da pós-verdade. *O Que Nos Faz Pensar*, 28(45), 288–301. <https://doi.org/10.32334/oqnf.2019n45a689>
- Chinn, C. A., Barzilai, S., & Duncan, R. G. (2021). Education for a “post-truth” world: New directions for research and practice. *Educational Researcher*, 50(1), 1–10. <https://doi.org/10.3102/0013189X20940683>
- Cooke, N. A. (2018). *Fake news and alternative facts - Information literacy in a post-truth era*. ALA Editions.
- Esteves, F., & Sampaio, G. (2019). *Viral: A epidemia de fake news e a guerra da desinformação* (1.ª ed.). Desassossego.

- Farrow, R., & Moe, R. (2019). Rethinking the role of the academy: Cognitive authority in the age of post-truth. *Teaching in Higher Education*, 24(3), 272–287. <https://doi.org/10.1080/13562517.2018.1558198>
- Fonseca, G. C. (2019). Educomunicação: O papel do processo comunicativo para práticas pedagógicas inclusivas no âmbito escolar. In P. R. Padilha & J. M. Abreu (Eds.), *Paulo Freire em tempos de fake news* (pp. 106–111). EaD Freiriana; Instituto Paulo Freire; UniFreire.
- Freire, P. (2003). *Pedagogia do oprimido*. Paz e Terra.
- Freire, P. (2013). *Ação cultural para liberdade e outros escritos* (16.^a ed.). Paz & Terra.
- Friesem, Y. (2019). Teaching truth, lies, and accuracy in the digital age: Media literacy as project-based learning. *Journalism and Mass Communication Educator*, 74(2), 185–198. <https://doi.org/10.1177/1077695819829962>
- Gall, M. D., Borg, W. R., & Gall, J. P. (1996). *Education research: An introduction*. White Plains.
- Garzón-Artacho, E., Sola-Martínez, T., Romero-Rodríguez, J. M., & Gómez-García, G. (2021). Teachers' perceptions of digital competence at the lifelong learning stage. *Heliyon*, 7(7), 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07513>
- Gibbs, P. (2019). Why academics should have a duty of truth telling in an epoch of post-truth? *Higher Education*, 78, 501–510. <https://doi.org/10.1007/s10734-018-0354-y>
- Goering, C. Z., & Thomas, P. L. (Eds.). (2018). *Critical media literacy and fake news in post-truth America*. Brill Sense.
- Guedes, C. da S. O., & Melo, J. S. de. (2020). As fake news: Novos desafios para a formação docente. In *CIET:EnPED:2020 - Eixo temático 1 - Ensino e aprendizagem por meio de/para o uso de TDIC* (pp. 1–14). Horizonte; SEaD; UFSCar. <https://cietenped.ufscar.br/submissao/index.php/2020/article/view/1254/934>
- Hughes, G. (2019). Developing student research capability for a 'post-truth' world: Three challenges for integrating research across taught programmes. *Teaching in Higher Education*, 24(3), 394–411. <https://doi.org/10.1080/13562517.2018.1541173>
- Kouritzin, S. (2018). iGeneration language-teacher education: Post-truth pedagogies for decolonizing our professional selves. In J. I. Lontas (Ed.), *The TESOL encyclopedia of English language teaching* (pp. 1–7). John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1002/9781118784235.eelto923>

- Marques, M. B., Castro, F. V. de, & Gomes, L. E. (2020). A literacia da informação e a formação de professores das escolas do ensino básico e secundário. In R. B. Simões, M. B. Marques, & J. Figueira (Eds.), *Media, informação e literacia rumos e perspetivas* (pp. 283–314). Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Nina, I. F. A. (2017). Formação e boas experiências em educação para os média. In S. Pereira & M. Pinto (Eds.), *Literacia, Media e Cidadania – Livro de Atas do 4.º Congresso* (pp. 36–48). CECS. http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/2663
- Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. (2013). *Alfabetização midiática e informacional_UNESCO*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000220418>
- Patino, B. (2019). *A civilização do peixe vermelho*. Gradiva.
- Pearson, M. (2017). Teaching media law in a post-truth context: Strategies for enhancing learning about the legal risks of fake news and alternative facts. *Asia Pacific Media Educator*, 27(1), 17–26. <https://doi.org/10.1177/1326365X17704289>
- Pereira, A. A. G., & Santos, C. A. dos. (2020). Misinformation and denialism in science teaching: Recommendations of knowledge to develop science media literacy. *Ensino & Multidisciplinaridade*, 6(2), 21–40. <https://www.periodicoeletronicos.ufma.br/index.php/ens-multidisciplinaridade/article/view/16626>
- Pinto, M., & Pereira, S. (2018). Experiências, perceções e expectativas da formação de professores em educação para os média em Portugal. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 32(91), 83–103. <https://hdl.handle.net/1822/74820>
- Pinto, M., Pereira, S., Pereira, L., & Ferreira, T. (2011). *Educação para os média em Portugal: Experiências, actores e contextos*. Entidade Reguladora para a Comunicação Social. <https://hdl.handle.net/1822/44959>
- Prior, H. (2019). Mentira e política na era da pós-verdade: Fake news, desinformação e factos alternativos. In P. Lopes & B. Reis (Eds.), *Comunicação digital: Media, práticas e consumos* (pp. 75–97). NIP-C@M - Núcleo de Investigação em Práticas & Competências Mediáticas. <https://doi.org/https://doi.org/10.26619/978-989-8191-87-8.4>
- Randolph, J. J. (2009). A guide to writing the dissertation literature review. *Practical Assessment, Research and Evaluation*, 14, 1–13. <https://doi.org/10.7275/boaz-8t74>

- Santaella, L. (2018). *A pós-verdade é verdadeira ou falsa?* Estação das Letras e Cores.
- Silva, L. de A., & Ribeiro, M. S. de S. (2020). Pesquisa-formação sobre fake news numa perspectiva crítica: Discurso anti-ciência. *Revista UFG*, 20(26), 1–21. <https://doi.org/10.5216/revufg.v20.65944>
- Silva, V. C. da, & Videira, A. A. P. (2020). Como as ciências morrem? Os ataques ao conhecimento na era da pós-verdade. *Caderno Brasileiro de Ensino de Física*, 37(3), 1041–1073. <https://doi.org/10.5007/2175-7941.2020v37n3p1041>
- Spinelli, E. M., & Santos, J. de A. (2020). Alfabetização midiática na era da desinformação. *ECCOM*, 11(21), 147–164. <http://unifatea.com.br/seer3/index.php/ECCOM/article/view/1034/1060>
- Volkoff, V. (2000). *Pequena história da desinformação – Do cavalo de Tróia à internet* (F. Cascais, Trad.). Editorial Notícias. (Trabalho original publicado em 1999)

Citação:

Silva, M. M. S., & Santos, L. A. (2022). Educação na era da pós-verdade: Como lidar com esta realidade? In Z. Pinto-Coelho, S. Marinho & T. Ruão (Eds.), *Práticas comunicativas, organizações e educação. Atas das VIII Jornadas Doutorais do CECS* (pp. 127–141). CECS.

MARLENE VANESSA MARQUES JAMAL¹ & MOISÉS DE LEMOS MARTINS²

vanessa.jamal@hotmail.com; moisesm@ics.uminho.pt

¹ Departamento de Letras e Humanidades, Faculdade de Letras e Humanidades, Universidade Licungo, Quelimane, Moçambique

| ² Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho, Braga, Portugal

EDUCAÇÃO SOCIAL DE RUA COMO MUDANÇA PARADIGMÁTICA EM MOÇAMBIQUE

RESUMO

Nos dias que correm, a questão social tem-nos interessado bastante, eis a razão de pretendermos levar a cabo a pesquisa sobre a educação social da criança em situação de rua. Verificamos a existência de um número elevado de crianças e adolescentes a deambular pelas ruas, protagonizando assaltos a viaturas, assim como aos munícipes. Pretendemos retratar e trazer a reflexão desta realidade que muitas vezes nos causa grande indignação e revolta. Não é fácil ver crianças a passarem necessidade num ato de violação dos direitos fundamentais dos seres humanos. Uma criança precisa de amparo, carinho e acolhimento no seio da sociedade em geral e da família. Há, portanto, necessidade de se pensar num programa sério de ocupação destas crianças e de se criar a figura do educador social de rua em Moçambique. Olhamos para a pedagogia do educador social como uma saída, uma busca, a cultura da solidariedade. Pretendemos, deste modo, perceber também os esforços, se é que existem, por parte do Estado no que tange a educação dessas crianças, pois entendemos que as crianças encontradas permanentemente nas ruas dos centros das cidades, aparentemente desvinculadas de qualquer instituição responsável por um direcionamento educacional, são o indicador mais concreto dos efeitos produzidos por uma situação de ausência e inacessibilidade dos direitos do cidadão. Portanto, o trabalho terá o propósito de apresentar a educação social de rua como uma nova proposta pedagógica em Moçambique.

PALAVRAS-CHAVE

criança; educação; sociedade; rua

INTRODUÇÃO

Neste artigo, procuramos apresentar de forma objetiva a contextualização do estudo que pretendemos desenvolver na tese de doutoramento, fazendo uma radiografia daquele que constitui o objeto de pesquisa em alusão, as crianças em situação de rua, procurando perceber os esforços por parte do Estado, se é que existem, no que tange a educação dessas crianças, pois entendemos que as crianças encontradas permanentemente nas ruas dos centros das cidades, na aparência desvinculadas de qualquer instituição responsável por um direcionamento educacional, são o indicador mais concreto da ausência dos direitos do cidadão.

Importa destacar que se trata de um retrato da experiência vivida diariamente nas ruas da cidade de Quelimane, província da Zambézia. A escolha assenta no facto da Zambézia ser uma das províncias com maior número de população e, de acordo com o Instituto Nacional de Estatística (2013), uma das províncias com maior número de população em idade escolar (6 - 12 anos), isto é, de um modo geral novecentos e vinte e três mil, novecentos e noventa e seis milhões de crianças. Portanto, algumas destas estão abandonadas e fazem da rua sua moradia ou aí permanecem a maior parte de seu tempo; entretanto, muitas delas se encontram ligadas, mesmo de forma assistemática, a programas de assistência social, estando desta forma rotuladas como crianças de rua, visto que seu comportamento vai sendo estruturado e moldado sem o controle da sistematização da transmissão dos valores socialmente adquiridos.

Antes de mais é necessário compreender o contexto de violência que gera o(a) menino(a) de rua. Este cenário é consequência de um sistema económico originário da injustiça, que produz a marginalidade e a pobreza. Assim, a globalização económica que compõe a chamada “pós-modernidade” gera, por um lado, a riqueza extrema e, por outro, a miséria também extrema. Há necessidade de se criar a figura do educador social de rua, pois olhamos para ela como uma saída, uma busca, a cultura da solidariedade. Estamos conscientes de que os desafios são enormes, mas é preciso começar de algum lado e, além de mexer mentalidades (algo que leva o seu tempo), é preciso atender com urgência essas crianças e adolescentes de rua por meio de trabalho, de estudo, de criação de ambientes propícios que minimizem a falta de laços afetivos. Acreditamos que não existam problemas humanos para os quais não tenhamos dentro de nós recursos para ultrapassá-los.

Como pressupostos teóricos apresentamos principalmente abordagens da autora Graciani (2001), pois esta discute profundamente a atuação do educador social, frente a esta nova conceção pedagógica, a pedagogia

social de rua, através de suas descobertas e anseios por uma pedagogia da emancipação do sujeito, sustentada na pedagogia do oprimido de Paulo Freire (1998). A pedagogia da indignação de Paulo Freire (2000) também merecerá a nossa especial atenção.

ASPETOS METODOLÓGICOS

A pesquisa sobre a educação social da criança em situação de rua constitui um dos elementos-chave no desenvolvimento da sociedade, pois é uma prática, entre outras, que lida com conhecimento, podendo dar uma contribuição para que as classes populares consolidem e ampliem o seu próprio conhecimento.

Contextualizando os termos, vale destacar que *crianças de rua* são crianças sem teto que vivem nas ruas da cidade, vila ou aldeia, majoritariamente estão sujeitas a abuso, exploração ou, em casos extremos, a morte. Já as *crianças na rua* são crianças largadas à própria sorte, desamparadas pelos familiares ou mesmo as que abandonam os seus lares por razões várias, como, por exemplo, pais alcoólatras, abuso sexual, uso de drogas, violência doméstica, dentre outras razões.

Existem três grupos de crianças que vivem nas ruas: umas com suas famílias, geralmente em torno da figura da mãe; outras são crianças que trabalham nas ruas e que mantêm os vínculos familiares e/ou escolares, vivendo em situações de vulnerabilidade; o terceiro grupo é composto por crianças com ruturas dos vínculos familiares e escolares, que vivem de forma independente nas ruas, muitas vezes em situação de abandono.

A situação de vulnerabilidade descrita torna-se explícita quando se questionam os motivos que as levam para as ruas. De forma geral, a vulnerabilidade destas crianças e das suas famílias é revelada na violência quotidiana que referimos antes, na necessidade de se buscar o sustento da casa e na falta de atividades que lhes sejam significativas no contexto familiar, assim como escolar. Além disso, a ocorrência de doenças dos pais e uso de drogas e álcool pela figura paterna e pelas próprias crianças também estão presentes.

Ao procurar definir toda esta questão da exclusão social a que estas crianças estão sujeitas, compreendemos que é uma das expressões mais concretas da marginalização social. Graciani (2001) sustenta que “se pode assumir o menino de e na rua não como um marginal social, mas como um oprimido e relegado pelo sistema social” (p. 102).

Portanto, impõe-se criar um processo de conhecimento na sociedade, dentro de relações sociais dadas (relações de classes, relações de

formação social), para permitir uma integração das crianças de e na rua num processo de educação formal ou mesmo informal para que estas não sejam discriminadas pelo simples facto de estarem na rua.

Pretendemos encontrar elementos explicativos que ajudem a entender o fenómeno da pobreza e as consequências que advém de uma política económica baseada na renda, que forma uma sociedade baseada em desigualdades, penalizando os desprivilegiados, no caso, crianças produzidas por essa mesma sociedade, proporcionando um registo visual da presença nas cidades e nos locais de maior afluência de trânsito, de aglomerações de crianças abandonadas, de estruturas formais que se misturam à população quotidiana, num verdadeiro contraste com esta. Tal contraste traduz-se na forma das crianças se vestirem, se relacionarem com os outros, em suas atitudes, hábitos, costumes e atividades, o que será objeto de análise, olhando para a pedagogia de rua como educação especial, uma saída de inclusão e de certa forma procurando garantir um dos direitos fundamentais da criança, o direito a educação.

As inquietações motivadoras para o desenvolvimento deste estudo surgiram diante da trajetória da proponente como docente de Didática e cidadã preocupada com a situação de vida das crianças *de* e *na* rua.

Em Moçambique, cresce o número de instituições e projetos governamentais e não governamentais que atendem à criança e ao adolescente com direitos violados no âmbito social. A nosso ver pouco ou nada se olha para o desenvolvimento e formação intelectual/instrucional e cultural destas crianças. Quando se pensa no termo “educação” em Moçambique é praticamente inevitável remeter-se à educação escolar. Entretanto, o termo “educação” ultrapassa os limites da educação escolar considerada formal e pode, sim, ser compreendido em suas diversas possibilidades. Uma delas é a educação social de rua.

Torna-se importante destacar que a noção de exclusão social é definida aqui como a fase extrema do processo de marginalização e é entendida como um processo descendente, ao longo do qual se verificam rupturas na relação do indivíduo com a sociedade. Esta problemática tem sido discutida, principalmente, em função de duas escolas distintas, a britânica e a francesa. A primeira preocupa-se com aspetos distributivos (pobreza) e a segunda interessa-se pelos aspetos relacionais (exclusão social), portanto, com a ruptura ao nível das relações sociais. E podemos perguntar, excluídos de quê? Pois esta asserção implica a existência de um contexto referencial, do qual se é, ou se está excluído. Deste modo, a exclusão tem a ver com a cidadania e a cidadania está intimamente relacionada com a participação

na sociedade. Deste modo, se existem crianças excluídas do sistema nacional no país, automaticamente, estas encontram-se excluídas de um dos chamados sistemas sociais básicos, o institucional.

Nesta ordem de ideias, olharemos para o *domínio institucional*, mais precisamente na área da educação, pois este domínio inclui também sistemas de prestação de serviços de saúde, justiça, dentre outros.

Acreditamos existir maior preocupação com a inserção dessas crianças nos centros de acomodação/centros sociais, em dar assistência alimentar e, algumas vezes, em prepará-las para algum ofício prático de modo que consigam sobreviver no futuro, do que com a educação, a instrução como tal, com o desenvolvimento e progressão escolar destas crianças de modo a contribuírem de forma significativa para o desenvolvimento do país. A importância da escola é reconhecida formalmente, contudo há quem não se tem beneficiado dela por várias razões.

Existem estudos que mostram a dificuldade de integração de crianças em situação de risco social e pessoal nos centros de acomodação, em famílias e na comunidade escolar tradicional. Assim, é neste contexto que achamos ser este o momento de Moçambique desafiar o Sistema Nacional de Educação, olhando para a *escola aberta* como um sistema de ensino flexível adaptado à rotina e às necessidades da criança que vive na rua.

Esta escola pode sim, a nosso ver, ser considerada como um espaço de desenvolvimento integral e intelectual tendo como objetivo a transição dessas crianças/alunos para o sistema formal de ensino. A escola, além de escolarizar, deve ter também como objetivo intervir socialmente na educação destas, constituindo desse modo um instrumento que pretende modificar as condições de vida das crianças de nível social baixo, isto é, proporcionando-lhes novos hábitos culturais e preparando-as para a inserção nas práticas de trabalho.

É importante salientar que o início de uma pesquisa requer uma problemática e não um problema.

Deste modo, levantamos vários questionamentos, mas a questão de base mais genérica é: *de que forma o quadro legal e institucional de proteção social em Moçambique promove a inclusão socioeducativa das crianças em situação de rua?*

E como objetivo geral pretendemos estudar estratégias de proteção social da criança em situação de rua em Moçambique. Partindo-se do princípio de que a educação formal concentrada na escola não leva em consideração as crianças em situação de rua, porque não pensar em fomentar novas práticas educacionais de rua e buscar a responsabilidade do Estado moçambicano na inclusão destas crianças?

Destarte, com vista a buscar um recurso metodológico para a problemática apresentada e mostrar uma possível solução a ser posteriormente testada, levantamos algumas hipóteses que nortearão o estudo em referência.

Hipótese 1: a dificuldade de inserção destas crianças em famílias adotivas (no caso das crianças órfãs, essa circunstância constitui um dos fatores do sentimento de exclusão); hipótese 2: o envolvimento com drogas e maus tratos faz com que as crianças prefiram a rua e, conseqüentemente, estejam desvinculadas de qualquer sistema educativo; hipótese 3: a falta de políticas claras de acolhimento institucional das crianças em situação de rua por parte do governo favorece a exclusão das crianças; e, por fim, a hipótese 4: a indefinição da fronteira divisória existente entre o Ministério do Género, Criança e Ação Social, por um lado, e o Ministério da Educação e Desenvolvimento Humano, por outro, é um dos fatores que dificulta uma sólida política de inclusão das crianças em situação de rua.

A pesquisa em referência classifica-se em termos de abordagem do problema como sendo qualitativa — estudo de caso, método este bastante utilizado em ciências sociais simples ou aplicadas, onde o fenómeno é observado em seu ambiente natural e a complexidade do caso é estudada intensamente, tendo como principal objetivo explorar, descrever, explicar, avaliar e /ou transformar determinada realidade.

PRESSUPOSTOS TEÓRICOS

EDUCAÇÃO SOCIAL DE RUA

Moçambique alcançou a independência a 25 de junho de 1975, tendo herdado uma taxa de analfabetismo de 93% (Comissão Nacional do Plano, 1985), para além de acentuadas desigualdades socioeconómicas.

A população é maioritariamente jovem com 46,6% de pessoas entre os 0 e os 14 anos, 50,1% da faixa etária 15 – 64 anos e 33% de 65 anos por diante. Este cenário revela a necessidade de um investimento significativo nas primeiras classes de ensino.

O crescimento populacional acelerado das últimas décadas está associado a uma taxa de natalidade e a uma redução da mortalidade, especialmente infantil. A taxa de fecundidade é de 5,2 filhos por mulher.

As taxas atuais de crescimento populacional de 2,8% ao ano colocam um enorme desafio e pressão aos setores básicos, como é o caso da educação e saúde, exigindo deste modo a canalização de mais recursos, não só para manter, mas também para melhorar a prestação de serviços (INE, 2019).

Importa salientar que, ao longo das últimas décadas, registaram-se mudanças da estrutura rural/urbana do país, com um aumento significativo da população nos centros urbanos que, segundo o censo de 2017, representam 33,4% do total da população (em comparação com 28,6% em 1997). Do conjunto da população, vivem na província da Zambézia 5.200.000 (INE, 2019).

No que respeita ao setor educacional, vale destacar que é não só influenciado pela sociedade, como também desempenha um papel fundamental no seu contínuo desenvolvimento. É, por isso, fundamental a melhoria da eficiência do sistema, seja a nível interno ou externo, de modo a que o Sistema Nacional de Educação produza os desejados retornos do investimento público e traga benefícios monetários e não monetários para a sociedade, em termos de emprego, produtividade, saúde e bem-estar social.

Facto é que o crescimento populacional e as limitações orçamentais pressionam a oferta educativa, mas também é verdade que a melhoria dos índices de provisão equitativa de um ensino de qualidade e para todos terá efeitos multiplicadores para a sociedade, assim como para o desenvolvimento do mercado de trabalho. Um dos objetivos fundamentais da educação social de rua é exatamente o de estimular as crianças que se encontram em situação de rua a discutirem, entenderem e aceitarem de forma digna as regras e os limites necessários ao exercício da cidadania.

Para sua total efetivação a pedagogia social de rua, precisa de dois requisitos fundamentais: uma equipe interdisciplinar competente e flexibilidade pedagógica. A pedagogia social de rua tem como principal objetivo garantir o respeito à identidade cultural da criança em situação de rua, a partir da apropriação e da produção de conhecimentos relevantes e significativos para elas, de forma crítica, numa perspetiva de compreensão e transformação da realidade pessoal e social.

Educar significa trazer à luz algo de dentro (que pode ter sido interiorizada) para fora, e esse algo é um saber — sentido ou não. Pedagogia refere-se ao campo da intervenção do educador, a utilização de didáticas específicas (métodos e técnicas de ensino; conteúdos oficiais/reais/dentre outros; objetivos claramente estipulados).

Conforme sustenta Graciani (2001), a pedagogia social de rua apresenta características especiais, porque se destina a um público também especial e diferenciado, crianças e adolescentes que vivem em abandono e nos perigos da rua, parte deles são consumidores de drogas e praticantes de atos infracionais, prostituídos, violentados moral e fisicamente, explorados, rejeitados pela família, pela sociedade, sem disciplina, sem limites e

principalmente sem referências (modelos positivos de conduta). Portanto, trata-se de uma pedagogia que busca despertar as potencialidades intrínsecas de emancipação destas crianças, reintegrando-as em famílias ou instituições adequadas, onde possam reaprender o seu desenvolvimento como pessoas e como cidadãos.

Com base nisto, acreditamos que poderíamos ter instituições formais preocupadas em recuperar, ou seja, conquistar esses menores, promovendo e reinventando práticas educativas inclusivas, criando momentos de partilha de saber e troca de experiências, munindo-os de conhecimentos e preparando-os de certa forma para o futuro. Diante dessa “porta fechada”, pois não existe esse espaço nas escolas, surge a necessidade desse tipo de educação, que acontece no social e na rua, onde nas angústias e alegrias desses menores o conhecimento possa surgir e fluir:

muitas são as dimensões e vertentes do fazer educativo que atendem as necessidades básicas da aprendizagem; no entanto, as que privilegiam a vida, o ser humano como sujeito de sua própria história, a construção do conhecimento e da história social de sua comunidade e da sociedade como totalidade, são as que provavelmente contribuirão para uma prática educativa emancipadora e libertadora do nosso povo. (Graciani, 2001, p. 237)

Portando, esta visão extingue o modelo tradicional de ensino onde prevalece a hierarquia, a autoridade e a superioridade do professor/educador, tornando possível a aprendizagem ocorrer sim numa sala de aula aberta e livre de todos esses pressupostos. Tal implica aproveitar a inteligência, a experiência de vida dessas crianças, possibilitando o confronto de ideias, da opinião pessoal de cada uma delas, acompanhando e orientando-as na construção autónoma de sua aprendizagem.

Esses menores precisam e podem ter acesso a uma aprendizagem emancipatória significativa e consistente, se realmente o assunto merecer atenção de toda a sociedade, sociedade essa que tem tendência apenas em reclamar sobre o que não vai bem e tem dificuldades em abraçar iniciativas e projetos dessa natureza. Parafraseando Freire (1998), para que esta educação aconteça, são necessárias muito mais que atitudes isoladas e ações esporádicas; é preciso ter em conta o contexto em que se desenvolvem as ações educativas, os envolvidos no processo, a coerência dos procedimentos que se adotam; o que se tem, o que se pode e é possível fazer; clareza e pesquisa sobre o cerne de toda a problemática envolta na educação; maiores adesões conscientes na luta por uma educação realmente para todos.

O educador social de rua pode ser discriminado pela sociedade, pois muitos podem vê-lo como sonhador, alguém que pratica algo que aos olhos dos que o rodeiam é impossível, inserir uma criança em situação de rua na sociedade, pois passa por processos de resistência, tanto por ela própria, como pela sociedade. Esta tem dificuldades em aceitar e acreditar na possibilidade de mudança e da credibilidade do trabalho do educador social de rua. Portanto, acreditamos que é possível, sim, termos uma sociedade diferente, mais otimista e sensível às dificuldades do próximo, crente num futuro melhor para estas crianças.

É necessário compreender que o direito de ser criança enfrenta outras barreiras além da frequência a uma instituição que respeite sua condição específica, pois numa sociedade consumista como a nossa torna-se cada vez mais difícil aceitar o outro. A educação é um direito de todos e do Estado. Vale questionar, será que o Estado estará apto e disponível para oferecer uma educação cidadã aos meninos e meninas de rua?

Na América Latina, o Uruguai destaca-se como um país cujo sistema público da educação social é organizado e reconhecido socialmente. Assim, conhecer a constituição e as características daquela realidade parecem-nos fundamental, pois nos permitiria aprender com uma experiência consolidada, em uma instância da educação cuja concretização ainda se pretende buscar em Moçambique.

A educação social, como área profissional, de estudos, pesquisa e ações está em constituição no Brasil; já em países como Portugal, Espanha e Uruguai, a educação social encontra-se em outro estágio de desenvolvimento, pelo menos no que se refere ao tempo de existência da área no âmbito da formação institucionalizada. Portanto, acreditamos que é possível, sim, que Moçambique se desafe no sentido de institucionalizar esse processo e comece a pensar em criar cursos de nível superior que formem educadores sociais e que realmente incluam as crianças *de* e *nas* ruas.

Deste modo, a educação social é sem dúvida uma responsabilidade coletiva, que perpassa todas as instâncias. Em razão das profundas mudanças sociais ocorridas nos últimos tempos, a educação precisa acompanhar o fluxo das mesmas e, ao mesmo tempo, dar respostas eficazes aos novos desafios que se impõem. Neste contexto, precisamos de profissionais de educação comprometidos com os ideais da justiça social, profissionais estes que estarão a trabalhar diretamente com indivíduos em situação de vulnerabilidade socioeconómica, exercendo deste modo um papel de destaque na construção de uma sociedade mais justa.

O EDUCADOR SOCIAL

A figura do educador de rua é fundamental neste processo. Freire (1998) sustenta que este educador se compromete com a população, a estar com ela, retomando sua humanização, resgatando sua força organizacional enquanto categoria explorada, caminhando com a população para torná-la efetiva e transformadora. Para estar inserido neste universo, o educador deve abandonar os parâmetros ideológicos da classe dominante.

Este educador tem como principal objetivo motivar os menores a abandonarem as ruas, orientando-os sobre os riscos que a situação de rua oferece e sobre a necessidade de se manterem em um ambiente familiar saudável.

É preciso compreender, como inicialmente referenciamos, que o educador social de rua tem de lidar com pessoas de emoções e razões cheias de altos e baixos, alegres e tristes, inseguros, agressivos, desesperados, sem sonhos e sem expectativas de futuro. Tem de ser um indivíduo com conhecimentos básicos não só de psicologia do desenvolvimento/aprendizagem, mas também de relacionamentos de ajuda, clínica, legislações, ética, estética; deve aprender a conhecer e sentir a família, resgatando dela aspetos negativos, mas, principalmente, os positivos, o sincero amor pelo próximo é fundamental. Saber escutar, ser bom observador e capturar significados e detalhes em cada momento.

O educador social de rua é e deve ser um profissional que trabalha frontalmente com a vida afetiva (sentimentos, emoções, desejos, etc.) de si mesmo e do outro, e defende a posição de que é o afeto que conduz a vida cognitiva (pensamentos, raciocínios, modos de atentar-se e de memorizar intencionalmente, modos de solucionar problemas, dentre outros). Faz-se necessário o reconhecimento e a valorização desta figura em Moçambique. Conforme sustenta Gomes (2008, p. 54), buscar mudar a sociedade significa romper com a heteronomia, com ser comunidade perenemente determinada pela sociedade. O mais importante neste momento é o compromisso que se possa assumir na busca da utopia da construção de uma sociedade incluyente, mais humana, ética e justa política e socialmente.

Torna-se evidente nestes estudos a necessidade de superação humana, a preocupação com os excluídos, onde a pedagogia social se insere no campo da educação não-formal¹, não como corretiva dos atropelos das instituições formais, sobretudo a escola, mas como alternativa de trabalho educativo, de que tanto se carece nas mais variadas instâncias sociais.

¹ A pedagogia social se firmou como ciência no âmbito da educação não-formal; contudo, pelo seu caráter provisório, há polêmicas que já a reconhecem como campo da educação formal, uma vez que vem se institucionalizando, como, por exemplo, é o caso da pós-graduação na Universidade de São Paulo.

Assim, a pedagogia social como ciência oferece um suporte de trabalho a profissionais que desempenham funções que requerem habilidades muito além de suas formações iniciais. A demanda nestes países é grande. O trabalho volta-se para o atendimento dos excluídos visando à socialização e intervenções de desvios.

De acordo com Oliveira (2007), as universidades e profissionais de diferentes concepções e áreas se uniram em prol dos excluídos para reivindicar condições humanas de existência porque a sociedade procurava “invisibilizar” estes menores, por meio das instituições, reformatórios e manicómios:

esses profissionais, ao final dos anos 70, estavam pressionados pela urgência do problema das crianças nas ruas. Com apoio político da Igreja Católica e inspirados nas propostas referenciais das pedagogias libertárias, alguns deles foram para as ruas encontrar as crianças e adolescentes, considerando esta uma actividade profissional e de solidariedade humana. Isso ocorreu em 1979. Uma dúzia de jovens, a maioria graduados em antropologia, sociologia ou teologia, sob os auspícios da Pastoral do Menor, começou a trabalhar, organizadamente, no centro de São Paulo, sobretudo na praça da Sé. Esse grupo foi o primeiro no mundo a se denominar Educadores Sociais de Rua ou, simplesmente, Educadores de Rua. (Oliveira, 2007, p. 142)

Assim estes primeiros educadores de rua não tinham uma formação específica para atuar com as crianças e adolescentes e estavam mais relacionados às igrejas. Tratar a criança e o adolescente no seu contexto e família pode repercutir em ações mais efetivas do que vislumbrar a primeira isolada. Vale ressaltar que vários projetos como o *Projecto Alternativas*² buscavam difundir as experiências vividas pelos educadores de rua da Praça da Sé em São Paulo.

Deste modo, acreditamos que a reflexão sobre a emergência do assunto em questão deve ser contínua e consciente. Que o governo, em especial o Ministério da Educação e Desenvolvimento Humano e o Ministério do Género, Criança e Acção Social moçambicanos, olhem com muita atenção para o assunto e comecem a idealizar estratégias urgentes de modo

² O *Projecto Alternativas* de atendimento aos meninos de rua, criado em 1982 pelo Fundo das Nações Unidas para a Infância e pelo Ministério da Previdência e Assistência Social, procurava desenvolver abordagens de intervenção comunitária, disseminar e avaliar as experiências dos educadores da Praça da Sé e alguns projectos considerados de sucesso. Mais informações encontram-se em Oliveira (2007, p. 148).

que se parta para a concretização e materialização deste processo de formação de educadores sociais de rua para uma posterior e devida integração destas crianças.

Existem a nosso ver duas dimensões que se precisam observar; uma, no sentido do trabalho direto com a criança, procurando ser uma presença efetiva e afetiva. Outra, no sentido da comunidade, mobilizando-a para que se comprometa solidariamente cada vez mais com esta causa. Saber articular-se, principalmente com os movimentos populares, buscando sempre um diálogo com as entidades e instituições responsáveis pelo atendimento às crianças, é a garantia de um trabalho consequente e com mais chances de uma transformação da sociedade. A sensibilização da comunidade é crucial, pois é ela que irá de certa forma legitimar o trabalho do educador social de rua.

Ir à rua não é apenas observar e pesquisar, mas é muito além disso, é muito mais profundo, é conquistar a criança para o projeto político pedagógico. Ir à rua implica realmente empenhar-se na busca de alternativas de atendimento à realidade das crianças de rua; é buscar interpretar a realidade deles e buscar dessa forma construir alternativas em conjunto. Em vários países ocorrem experiências bonitas e de criatividade tamanha que atestam ser sim possível desenvolver esse projeto, proporcionando atendimento diferenciado às crianças *de* e *na* rua.

Estas crianças comunicam consigo mesmas, assim como com outras pessoas, seja em relação de trabalho (guardadores de carro, vendedores ambulantes, dentre outros) ou em situação de conflito, como no caso de situações de risco (violência, maus-tratos), adquirindo conhecimentos que são utilizados para expor e interpretar o processo de comunicação na vida diária. Com isso, é sem dúvida alguma necessária a formação, o preparo do educador social de que anteriormente falávamos.

É inegável que sempre haverá obstáculos à frente daqueles que sonham com uma educação emancipatória que deflagre processos de consciência e de busca de um lugar para os que estão à margem das condições de vida. Um lugar diferente de quem espera exercer sua condição de sujeito no mundo e não ficar a mercê das políticas internacionais.

Portanto, a população infantil invisível aos olhos da sociedade também tem direitos. Direitos esses, que estão devidamente estatuidos. De acordo com a Fundação para o Desenvolvimento da Comunidade (2009), Moçambique aprovou, em 2008, três importantes leis para a proteção da criança a citar: Lei de Promoção e Proteção dos Direitos da Criança, a Lei de Prevenção e Combate ao Tráfico de Pessoas e as Leis de Organização Tutelar de Menores.

Na Lei n.º 7/2008 (2008) de 9 de julho, Lei de Promoção de Proteção dos Direitos da Criança, especificamente os Artigos n.º 40 e 68 afirmam que o Estado tem o dever de criar, de forma progressiva, condições para que seja assegurado à criança o ensino básico, obrigatório e gratuito, atendimento ao ensino primário, através de programas suplementares de material didático-escolar. Já no Artigo n.º 68, o governo deve adotar medidas de atendimento especial adequado, incluindo legislativas, administrativas, sociais e educativas tendentes a proteção das crianças em situação difícil ou de risco. Mais uma vez se atestam os direitos fundamentais das crianças (que a nosso ver têm sido violados) e a obrigação do governo em olhar com especial atenção para a situação da criança de e nas ruas de Moçambique.

CONCLUSÃO

Conforme explicitado anteriormente, este artigo pretendeu trazer um outro olhar sobre a educação social da criança em situação de rua em Moçambique, fazendo uma reflexão em torno da exclusão social a que estão sujeitas. Consideramos ser imperioso que o governo se desafie e passe a pensar na possibilidade de criar espaço para que realmente a educação seja para todos sem exceção como é o caso dos meninos e meninas *de e nas* ruas.

Pretende-se com o projeto de investigação em curso que o Sistema Nacional de Educação olhe com muita atenção para o assunto e comece a idealizar estratégias e políticas claras de inclusão socioeducativa junto do Ministério do Género, Criança e Acção Social de modo que se materialize este sonho para muitas crianças e adolescentes de rua. Paraphraseando Freire (2000, p. 94), na linha destas reflexões há uma exigência fundamental, um ponto de partida sem o qual nada é possível e que se coloca não apenas à educação de adultos, mas à educação em geral. A quem as faz. Um certo saber indispensável, inclusive a quem reacionariamente pretende imobilizar a história. Portanto, mudar é difícil, mas é possível. Com todo o cenário descrito, acreditamos que a educação social de rua, em Moçambique, é sim uma utopia realizável. É importante que se quebre a barreira existente entre os dois ministérios que devem garantir a execução desse projeto.

A sociedade precisa refletir, e de forma consciente, sobre a emergência do assunto em questão, pois a exclusão social origina crise social e aumenta as possibilidades de violência social. Há, portanto, urgência de se desenvolver um quadro político, legislativo e regulamentar com competências institucionais claras, que possibilitem o desenvolvimento de uma estrutura descentralizada e que, de forma conjunta, o Ministério da Educação

e Desenvolvimento Humano e o Ministério do Género, Criança e Acção Social construam e implementem projetos de inclusão educativa no país, pois a educação social de rua é uma das saídas inclusivas iniciais. De forma similar, é necessário legislar e criar a possibilidade de formação e capacitação de um quadro de pessoal capaz de responder às necessidades socioeducativas dos meninos e meninas em situação de rua, criando espaço para incluir nos programas de formação nas universidades, ou ainda em cursos de curta duração específicos para formar educadores sociais, perspetivar e projetar a figura deste profissional. Assim, a nosso ver, deve ainda ser escrita em Moçambique uma história das políticas concretas de proteção e inclusão socioeducativa da criança em situação de rua.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho é apoiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto UIDB/00736/2020 (financiamento base) e UIDP/00736/2020 (financiamento programático).

REFERÊNCIAS

- Comissão Nacional do Plano. (1985). *Informação estatística: 1975- 1985*. Direção Nacional de Estatística.
- Gomes, P. de T. (2008). Educação sociocomunitária: Delimitações e perspetivas. *Revista de Ciência de Educação Americana*, 10(18), 1.
- Graciani, M. S. (2001). *Pedagogia social de rua*. Cortez – Instituto Paulo Freire.
- Freire, P. (1998). *Pedagogia da autonomia: Saberes necessários à prática educativa*. Paz e Terra.
- Freire, P. (2000). *Pedagogia da indignação: Cartas pedagógicas e outros escritos*. Editora Unesp.
- Fundação para o Desenvolvimento da Comunidade. (2009). *Projecto de promoção dos direitos da criança – Divulgação das leis de protecção da criança*. <https://www.wlsa.org.mz/wp-content/uploads/2014/11/LegislacaoProteccaoCrianca.pdf>
- INE. (2019). *Resultados definitivos do Censo 2017. IV Recenseamento da população e habitação*.

Instituto Nacional de Estatística. (2013). *Moçambique inquérito demográfico e de saúde 2011*. MISAU, INE e ICFI.

Lei n.º 7/2008. Boletim da República – I Série – Número 28. (2008). http://www.africanchildforum.org/clar/Legislation%20Per%20Country/Mozambique/mozambique_children_2008_pr.pdf

Oliveira, W. F. de. (2007). Educação social de rua: Bases históricas, políticas e pedagógicas. *História, Ciências, Saúde-Manguinhos*, 14(1), 135–158. <https://doi.org/10.1590/S0104-59702007000100007>

Citação:

Jamal, M. V. M., & Martins, M. L. (2022). Educação social de rua como mudança paradigmática em Moçambique. In Z. Pinto-Coelho, S. Marinho & T. Ruão (Eds.), *Práticas comunicativas, organizações e educação. Atas das VIII Jornadas Doutorais do CECS* (pp. 142–156). CECS.

NOTAS BIOGRÁFICAS DOS AUTORES

Gisela Gonçalves é professora do Departamento de Comunicação e Artes da Faculdade de Artes e Letras da Universidade da Beira Interior. É também doutora e mestre em ciências da comunicação. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7001-3622>

Giselle Costa é bolsista da Fundação para a Ciência e a Tecnologia no Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. É doutoranda em ciências da comunicação no Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, Braga, Portugal. É uma profissional de comunicação com 20 anos de experiência, estuda os desafios da comunicação interna em organizações virtuais. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3075-296X>

Jean-Martin Rabot é professor auxiliar do Instituto de Ciências Sociais (Universidade do Minho) e investigador do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7688-3186>

Luana Viana é doutora em comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora com estágio doutoral na Universidade do Minho. É mestre em comunicação pela Universidade Federal de Ouro Preto. Desenvolve pesquisa científica sobre rádio e meios sonoros. Integra os grupos de pesquisa Convergência e Jornalismo (Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Ouro Preto); Laboratório de Mídia Digital

(Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora) e Núcleo de Estudos de Rádio (Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul). ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4927-5219>

Luís António Santos é professor auxiliar de ciências da comunicação na Universidade do Minho. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7062-0307>

Luiz Alberto Moura é doutorando em ciências da comunicação na Universidade do Minho, Portugal; é mestre em comunicação, arte e cultura pela Universidade do Minho; é pós-graduado em estudos urbanos pelo Instituto Universitário de Lisboa/Universidade Nova de Lisboa; e jornalista pela Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil. Nasceu no Rio de Janeiro, no Brasil, mas vive em Portugal desde 2014. Fala português, inglês e alemão, tendo vivido por 2 anos em Erlangen, Alemanha. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4839-0576>

Madalena Oliveira é doutorada em ciências da comunicação, professora associada do Departamento de Ciências da Comunicação do Instituto de Ciências Sociais e membro integrado do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, unidade de investigação de que é diretora desde abril de 2022. É também diretora da revista *Comunicação e Sociedade*. Desenvolve pesquisa científica sobre cultura sonora e estudos de rádio. É presidente da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (Sopcom), tendo fundado em 2013 o grupo de trabalho de Rádio e Meios Sonoros desta associação. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8866-0000>

Marina Maria Soares Silva é doutoranda em ciências da comunicação; é bolsista de investigação pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1114-2795>

Marlene Vanessa Marques Jamal é docente da Universidade Licungo, Moçambique, cidade de Quelimane, na Faculdade de Letras e Humanidades, Departamento de Letras e Humanidades; é mestre em línguas, literaturas e cultura pela Universidade de Aveiro, Portugal; é doutoranda em línguas, cultura e sociedade na Universidade Zambeze, Moçambique. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2732-3964>

Moisés de Lemos Martins é professor catedrático da Universidade do Minho. Dirigiu o Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, que fundou em 2001. É o diretor do Museu Virtual da Lusofonia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3072-2904>

Paula Guerra é professora no Departamento de Sociologia da Faculdade de Letras da Universidade do Porto e investigadora no Instituto de Sociologia da mesma universidade. É professora associada adjunta do Centro de Pesquisa Social e Cultural de Griffith na Austrália. É coordenadora e fundadora da Associação Internacional para o Estudo da Música Popular em Portugal, da KISMIF Conference/Project e da Rede Todas as Artes. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2377-8045>

Renata Calonego é relações públicas, mestre em comunicação e doutoranda no Programa de Pós-graduação em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” na Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Campus de Bauru, Brasil. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0086-4549>

Roberto Oto Loureiro de Oliveira é doutorando em estudos culturais, com mestrado em comunicação social e duas especializações: uma em comunicação e imagem, outra em design instrucional. Graduiu-se em comunicação social, com habilitação em jornalismo. Atuou como professor universitário nos cursos de jornalismo e publicidade da Universidade Estácio de Sá, onde coordenou, por 2 anos, no campus Petrópolis, o curso de jornalismo. Tem experiência profissional como jornalista ambiental e concluiu em 2021 seu primeiro documentário como diretor e roteirista, intitulado: *O Som por Trás da Neblina*. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1746-1930>

Roseane Andrelo é professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação e da graduação em relações públicas da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” na Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design. É doutora em educação escolar pela mesma instituição. ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-4390-4037>

Sandra Marinho é professora auxiliar do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade do Minho. É investigadora do Centro de Estudos em Comunicação e Sociedade. É doutorada em ciências da comunicação pela Universidade do Minho. Foi diretora da licenciatura em

ciências da comunicação e do mestrado em ciências da comunicação. Leciona na área das metodologias de investigação e investiga nas áreas do ensino/formação em jornalismo, análise de redes sociais e comunicação/jornalismo de saúde. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2013-229X>

Sara Balonas é professora auxiliar do Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho. Doutorou-se em ciências da comunicação na Universidade do Minho, em 2013. Ensina nas áreas da comunicação estratégica e da publicidade. É fundadora da empresa B+ Comunicação (2002) e do programa Be true (2010) — programa de atuação em responsabilidade social. É membro da direção de uma Instituição Particular de Solidariedade Social. É cronista no jornal *Público*. Foi embaixadora de empreendedorismo nomeada pela Comissão Europeia (2010–2013). ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0885-1718>

Tatiane Rodrigues Carvalho de Oliveira é estudante de doutoramento em ciências da comunicação na Universidade do Minho, no Instituto de Ciências Sociais, em Braga, Portugal, com pesquisa em comunicação organizacional e estratégica sob orientação da professora doutora Teresa Ruão. É mestre em comunicação e jornalista, com especialização *lato sensu* em marketing e comunicação pública. Chefiou a assessoria de imprensa do banco público Caixa Econômica Federal, orientando a estratégia de comunicação da instituição e as ações regionais, com mais de 80 profissionais presentes em todo Brasil. Atualmente é investigadora e bolsista do Museu Virtual da Lusofonia, projeto no âmbito do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, da Universidade do Minho. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5184-4874>

Teresa Ruão é docente do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade do Minho, desde 1995, é doutorada em ciências da comunicação pela mesma universidade (2008). Desempenha, atualmente, as funções de pró-reitora da Universidade do Minho para a comunicação institucional. Foi diretora-adjunta do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (2019–2022). Leciona e investiga nas áreas de comunicação organizacional e estratégica, marcas e relações públicas. Foi membro fundador da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação. Nos últimos anos, tem trabalhado como avaliadora da Fundação para a Ciência e Tecnologia e da Agência Portuguesa de Avaliação e Acreditação do Ensino Superior. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9723-8044>

Zara Pinto-Coelho é professora associada do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade do Minho, onde ensina, entre outros, sociologia da comunicação e estudos do discurso. Atualmente, é diretora do curso de doutoramento em estudos culturais e coordenadora do projeto *Passeio – Plataforma de Arte e Cultura Urbana* — do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. Os seus interesses de investigação incluem as teorias do discurso e as suas aplicações críticas nos estudos dos média e estudos culturais, relacionadas com o poder, a desigualdade e a injustiça social, em áreas como o género e a heterossexualidade, o feminismo, a saúde, a arte e a cultura, entre outras. ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-6651-3720>

Práticas Comunicativas, Organizações e Educação reúne oito artigos, selecionados do conjunto de trabalhos apresentados na oitava edição das Jornadas Doutorais do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. Com contribuições de estudantes oriundos de diversos cursos de doutoramento e países, a coletânea reflete uma diversidade de olhares acerca das dimensões tecnológicas e políticas de práticas comunicativas singulares, relativas a contextos e realidades distintas, nos campos do audiovisual, da ciência, da música, das organizações e da educação.



CECS

centro de estudos
de comunicação
e sociedade

PUBLICAÇÃO