

GEOGRAFIAS DA COMUNICAÇÃO



REVISTA

Contemporânea

Número 21 | Ano 11 | Vol1 | 2013

REVISTA

Contemporânea

Número 21 | Ano 11 | Vol.1 | 2013

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
UERJ

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ/FCS/PPGCom

Revista Contemporânea - Vol. 1, N° 1 (2003)
-.- Rio de Janeiro: UERJ, Faculdade de Comunicação Social, 2003
-

Semestral

E-ISSN 1806-0498

1. Comunicação - Periódicos. 2. Teoria da informação
-Periódicos. 3. Comunicação e cultura - Periódicos.
4. Sociologia - Periódicos. I. Universidade do Estado do Rio
de Janeiro. Faculdade de Comunicação Social.

Brasil

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

CENTRO DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

REITOR

Ricardo Vieiralves de Castro

VICE-REITOR

Paulo Roberto Volpato Dias

SUB-REITOR DE GRADUAÇÃO

Lená Medeiros de Menezes

SUB-REITORA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA

Monica da Costa Pereira Lavalle Heilbron

SUB-REITORIA DE EXTENSÃO E CULTURA

Regina Lúcia Monteiro Henriques

DIRETOR DO CENTRO DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES

Glauber Almeida de Lemos

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

DIRETOR

Fernando do Nascimento Gonçalves

VICE-DIRETOR

Erick Felinto de Oliveira

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

Fabio Mario Iorio

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Ricardo Benevides

CHEFE DO DEPARTAMENTO DE TEORIA DA COMUNICAÇÃO

João Luís de Araújo Maia

CONTEMPORÂNEA - NÚMERO 21 - ANO 11 - VOL.1 - 2013

A Revista Contemporânea (E-ISSN 1806-0498) é uma publicação acadêmica semestral e interdisciplinar do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UERJ e de seu Grupo de Pesquisa "Comunicação, Arte e Cidade". É dirigida a pesquisadores, professores, profissionais e estudantes (doutorandos, mestrandos, especialistas, graduados e graduandos) do campo da comunicação e áreas afins. Seu principal objetivo é publicar textos originais e inéditos de pesquisadores brasileiros e estrangeiros, mas também estudos teóricos, revisões de literatura que contribuam para o estudo da Comunicação em suas interfaces com disciplinas afins. Sua proposta editorial vem justamente ao encontro das tendências atuais de integração e complementaridade entre o campo da Comunicação e as diversas áreas de conhecimento. Além dos textos acadêmicos e resultantes de pesquisa, propõe-se a publicar trabalhos que reflitam sobre a produção cultural contemporânea, como ensaios fotográficos, vídeos, documentários e trabalhos artísticos. Contemporânea aceita artigos de doutores, mas abre espaço para trabalhos de doutorandos e mestrandos.

EDITORA GERAL

PROF^a. DR^a. DENISE DA COSTA OLIVEIRA SIQUEIRA, UERJ

CONSELHO EDITORIAL

CÍNTIA SANMARTÍN FERNANDES, UERJ

DENISE DA COSTA OLIVEIRA SIQUEIRA, UERJ

ERICK FELINTO, UERJ

FERNANDO DO NASCIMENTO GONÇALVES, UERJ

JOÃO ARAÚJO MAIA, UERJ

LETICIA MATHEUS, UERJ

RICARDO FERREIRA FREITAS, UERJ

RONALDO GEORGE HELAL, UERJ

SONIA VIRGINIA MOREIRA, UERJ

VINÍCIUS PEREIRA, UERJ

CONSELHO CONSULTIVO

MARIALVA CARLOS BARBOSA, UFRJ

TANIA MARIA CESAR HOFF, ESPM/SP

STÉPHANE HUGON, FRANÇA

NÍZIA SOUZA VILLAÇA, UFRJ

EULER DAVID SIQUEIRA, UFRRJ

PAULO CELSO DA SILVA, UNISO

VERA GUIMARÃES, UNIPAMPA

CHRISTIANNE LUCE GOMES, UFMG

MÔNICA CRISTINE FORT

ANDRÉA BERGALLO SNIZEK, UFV

JOSÉ CLÁUDIO SIQUEIRA CASTANHEIRA, UFSC

EDIÇÃO EXECUTIVA

FÁBIO GROTZ MAJEROWICZ

GABRIEL GUIMARÃES

EQUIPE DE REVISÃO

ADELAIDE CHAO, ALESSANDRA MAIA, BRUNA MARIANO, CAROLINA SOUZA, DANIELE FORTUNA, DÉBORA GAUZISKI, FÁBIO GROTZ, FAUSTO AMARO, FILIPE MOSTARO, GABRIEL GUIMARÃES, POLLYANA ESCALANTE, RICARDO NICOLAY E ZILMÉA RIBAS (PPGC/UERJ).

BOLSISTA DE EXTENSÃO

THAMIRES MESQUITA PRATA

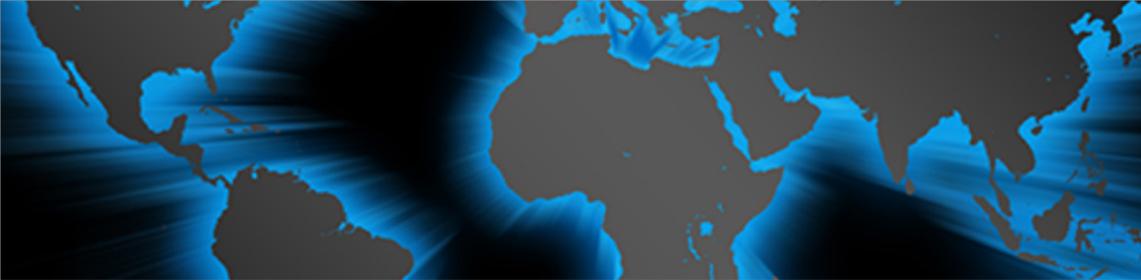
CAPA / DIAGRAMAÇÃO / EDITORAÇÃO ELETRÔNICA

ALEXANDRE PEREIRA DUARTE

PROJETO GRÁFICO

PRISCILA BATISTA PIRES





Apresentação - A comunicação no espaço

Dossiê Geografias da Comunicação

Articulações teórico-metodológicas

- 08** O futuro como tendência: o diálogo geocomunicacional contemporâneo
Paulo Celso da Silva
Roger dos Santos
Carlos Fernando Leite
- 19** Mídia, cidade e “interior”
Sonia Virginia Moreira
Jacqueline da Silva Deolindo
- 31** Geografias da comunicação contemporânea: um mapa teórico e empírico do campo
Sonia Aguiar Lopes
- 48** O território geográfico como categoria metodológica dos estudos em Comunicação Social e Jornalismo
Rosana Maria Ribeiro Borges
- Ocupação de territórios e mobilização
- 63** Emoções territorializadas: o ensaio da “puta pobre”
Regina Gloria Nunes de Andrade
Saulo Magalhães Resende
Lina Raquel Marinho
- 80** Curitiba também tem periferia: a comunicação multiterritorial do hip-hop
Kelly Prudencio
José Geraldo Junior
- 93** Conexões periféricas: ação política, juventude e narrativas identitárias
Rosana Martins
- 109** Narrativas transversais das cidades: sujeitos e predicativos
Sônia Barreto de Novaes

CONEXÕES

- 122** Redes sociais baseadas em localização: notas sobre dimensões técnicas, espaciais e sociais
Paulo Victor Barbosa de Sousa
- 135** Pensando o espaço, o lugar e o não lugar em Certeau e Augé: perspectivas de análise a partir da interação simbólica no Foursquare
Breno Maciel Souza Reis
- 147** Tendências investigativas sobre o Twitter no Brasil
Denize Piccolotto Carvalho Levy
Jonas da Silva Gomes Júnior
- 164** A influência da mídia nas relações internacionais: um estudo teórico a partir do conceito de diplomacia midiática
Caroline Rangel Travassos Burity
- 178** Teatro Invisível: afetações na cidade por meio da arte
Patrícia da Gloria Ferreira Gomes

SUMÁRIO

Edição nº21

Ano XI Vol.1

Julho 2013

Contemporânea é uma revista acadêmica eletrônica produzida com a colaboração de pesquisadores, professores e alunos do programa de pós-graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro com suporte do Laboratório de Comunicação Integrada da Faculdade de Comunicação Social.

Expediente

Editora Geral

Profª Drª. Denise da Costa Oliveira Siqueira, UERJ, Brasil

Conselho Editorial

Denise da Costa Oliveira Siqueira, UERJ
Erick Felinto, UERJ
Fernando do Nascimento Gonçalves, UERJ
João Araújo Maia, UERJ
Leticia Matheus, UERJ
Ricardo Ferreira Freitas, UERJ
Ronaldo George Helal, UERJ
Vinícius Pereira, UERJ
Cíntia SanMartín Fernandes, UERJ
Sonia Virgínia Moreira, UERJ

Conselho consultivo

Marialva Carlos Barbosa, UFRJ
Tania Maria Cesar Hoff, ESPM/SP
Stéphane Hugon, França
Nízia Souza Villaça, UFRJ
Euler David Siqueira, UFRRJ
Paulo Celso da Silva, Uniso
Vera Guimarães, UniPampa
Christianne Luce Gomes, UFMG
Mônica Cristine Fort
Andréa Bergallo Snizek, UFV
José Cláudio Siqueira Castanheira, UFSC

Edição Executiva

Fábio Grotz Majerowicz
Gabriel Guimarães

Bolsista de extensão

Thamires Mesquita Prata

Capa / Diagramação / Editoração Eletrônica

Alexandre Pereira Duarte

Projeto Gráfico

Priscila Batista Pires

Contato:

contemporanea.revista@gmail.com

Site:

<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/contemporanea>

O futuro como tendência: o diálogo geocomunicacional contemporâneo

Future as a trend: contemporary geo-communicational dialogue

Paulo Celso da Silva

Mestre e doutor em Geografia pela Universidade de São Paulo. Professor e coordenador do Programa de Mestrado em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba

Roger dos Santos

Mestrando em Comunicação pelo Programa de Mestrado em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba. Professor de História da Arte do curso de Arquitetura da Universidade de Sorocaba

Carlos Fernando Leite

Graduando em Filosofia e pesquisador de Iniciação Científica (bolsista PIBIC/CNPq) no Programa de Mestrado em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba

Resumo

O artigo aborda o pensamento e a obra do geógrafo brasileiro Milton Santos para propor um diálogo entre a comunicação e a geografia. Conceitos como cotidiano, emoração, homens lentos e homens opacos são mostrados por sua aplicação em suportes midiáticos – como compact disc –, nas artes plásticas e na arte performática. As visualidades contemporâneas da lógica capitalista não são vividas por todos os agentes nas cidades, sobretudo nas grandes metrópoles. Isso faz com que nem todos se apropriem da intensidade existente além das imagens ou consigam vivê-la.

Palavras-chave: diálogo geocomunicacional; cotidiano; Milton Santos; homens lentos e homens opacos.

Abstract

The article discusses the ideas and the work of Brazilian geographer Milton Santos, in order propose a dialogue between Communication and Geography. Concepts such as Daily Life, Emoração, Slow Men and Opaque Men are demonstrated by their application in media such as compact discs, visual arts and performance art. The contemporary visuality of capitalist logic is not experienced by all subjects in the cities, especially in the big ones. This means that not all of them can take hold of the intensity that exists beyond images, or experience it.

Keywords: Geo-communicational Dialogue; Daily Life, Milton Santos; Slow Men and Opaque Men.

Saudades do futuro / não é uma alegoria! é o desejo de ultrapassar a eternidade das coisas e dos homens.

Armando Corrêa da Silva

Gosto de mapas porque mentem. Porque não dão acesso à pura verdade. Porque, generosos e bem-humorados, estendem-me na mesa um mundo que não é deste mundo.

Wisława Szymborska

O diálogo e o estudo geocomunicacional são muito ricos e profícuos, e extrapolam os limites cartesianos mais rígidos ao deslocarem-se para áreas não só como as da arte, da bioética, da biotécnica etc., mas também das mídias e de seus estudos mais diretos.

Para operar esse diálogo, vemos que a obra do geógrafo brasileiro Milton Santos é muito instigante e rica em reflexões que nos incitam a novas problemáticas, mas com a responsabilidade de um aprofundamento sobre a “força do lugar”, conceito com o qual esse autor analisa constantemente o cotidiano. Também podemos verificar que a geografia e a comunicação buscam responder, em momentos históricos ou técnicos específicos, às grandes questões de seu tempo, entre elas o problema da definição e da importância do espaço, do território, da região.

9

Quando a sociedade capitalista busca, a partir da década de 1970, novas formas de acumulação, revertendo seu modo rígido e ordenado de produção e reprodução para um mais flexível, a comunicação encontra na Geografia uma forte aliada na tarefa de compreender o mundo que se abre, visto que as tecnologias que sustentam a comunicação mundial operam, também, como transformadoras dos lugares e, por extensão, do cotidiano. Sobre isso, talvez a imagem criada por Gandhi, quando afirmou *minha vida é mensagem*, seja apropriada aqui, pois o cotidiano é o reino do imediato, mas também é intransferível. Em outras palavras, o cotidiano-corpo é uma mídia para as mensagens diárias que se apresentam a todos nós.

Evidentemente, as teorias do período monopolista do capital, como a chamada Teoria Crítica, auxiliam no entendimento das produções ainda baseadas nesse modelo de sociedade, pois a distribuição capitalista pelo planeta é desigual. Os espaços não estão todos na mesma temporalidade. Assim, apesar de datadas, essas teorias, ao propor e projetar o futuro, ainda respondem às interrogações que a realidade faz ao pesquisador que busca compreender o presente.

Dessa forma, podemos, com Santos, apresentar questões que, embasadas em seu pensamento, se mostram como tendências abertas para a comunicação nesta segunda década do século 21.

A relação da obra do geógrafo com outras áreas do conhecimento pode ser vista em diversos suportes midiáticos e artísticos baseados em conceitos e posicionamentos por Santos desenvolvidos, principalmente nos últimos anos de sua vida. Destacamos aqui a escultura “Cartologia”, de Rosângela Rennó, uma obra tridimensional composta de um álbum de fotografias, uma mesa

império e cinco fotografias em diferentes cores de pele, laminadas e emolduradas, medindo 70 cm x 180 cm x 142 cm, produzida no ano 2000. Conforme a artista mesmo explica: “É uma coleção de mapas. As marcas, os pelos e os poros da pele podem ser lidos como se fossem cartas cartográficas” (SEREZA, 2000, p. D9). Nessa obra, alguns posicionamentos utilizados por Santos, frente à sociedade contemporânea, como a geografia, a discriminação racial e política, podem ser reconhecidos. Essa obra, junto com outras treze, compôs a mostra Território expandido II: a foto, em homenagem, no ano de 2000, às catorze personalidades indicadas ao Prêmio Multicultural 2000 Estadão Cultura, com troféu especialmente criado pela artista Lina Kin (PRÊMIO Multicultural 2000 Estadão Cultura homenageia candidatos com exposição, 2000).

Outra apropriação midiática das ideias e teorias de Santos é a proposta do grupo musical mineiro Fase Rosa, que em março de 2013 lançou o álbum “Homens Lentos”, no qual o tema central é justamente a exclusão perversa de muitos – que o mundo globalizado trouxe para a contemporaneidade –, pois se encontram fora da lógica capitalista.

Conforme Santos chama atenção, com a modernidade e o mito da velocidade, temos uma literatura científica e ficcional que “glorifica a potência [e que] incluiu a velocidade como essa força mágica que permitiu à Europa civilizar-se primeiro e empurrar, depois, a ‘sua’ civilização para o resto do mundo” (1996, p. 220). Contudo, na contemporaneidade, o que estamos vivenciando na cidade é, justamente, o contrário: os que têm mobilidade veem menos, pois “sua comunhão com as imagens, frequentemente pré-fabricadas, é a sua perdição. Seu conforto, que não desejam perder, vem, exatamente, do convívio com essas imagens” (1996, p. 220).

Para os (considerados) homens lentos, as imagens do conforto pré-fabricado são simples miragens que não se preservam e se perdem na temporalidade desses atores lentos.

Aqueles que podem percorrer e esquadrinhar a cidade são os que detêm a velocidade por meio da máquina, o veículo automotivo (carros, motos, aeronaves). Porém, estão ou “presos” em suas máquinas, e pouco ou nada da cidade podem ver além da imagem pré-fabricada que os meios móveis (celular, Ipad, tablet etc.) oferecem ou “segregados” em seus lares com suas mídias fixas (TV, PC etc.).

Já os homens lentos – os que não participam da lógica do capital, ou seja, pobres, moradores de rua, “recicladores” com seus carrinhos e outros andarilhos urbanos, os “marginalizados”, isentos da ilusão da imagem midiática, vivendo no espaço banal – podem ressignificar os lugares em um diálogo entre as lógicas globais e locais. Nas análises Santos, “a ordem global é ‘desterritorializada’, no sentido de que separa o centro da ação e a sede da ação” (1996, p. 231), já a ordem local reterritorializa “porque reúne numa mesma lógica interna todos os seus elementos: homens, empresas, instituições, formas sociais e jurídicas e formas geográficas” (1996, p. 231).

É nesse cotidiano, espaço banal de todos que, para Santos, se dá a comunicação visto que as escalas, local e global, dialeticamente, dialogam e reestruturam as relações e razões que configuram a ambas.

Assim, Santos indica que as atividades das classes mais pobres trazem mais liberdade e não conjugam a racionalidade única, de cima para baixo, como o trabalho intelectual institucionalizado, por exemplo. Essa liberdade ocorre pela cidade e vem acompanhada também das mídias móveis, porém usadas de maneira diferenciada, consideradas irracionais pelos de cima, mas que trazem grande carga de novidade e comunicação, pois “a cidade é o lugar ideal, porque é o lugar onde todo mundo se comunica”, como respondeu Santos, quando entrevistado por Gilberto Gil (GIL, 2013).

O geógrafo dizia que era mais cômodo aos intelectuais aderir do que refletir, ainda que a reflexão sobre a luminosidade contemporânea traga muitos frutos – daí a provável aderência de muitos intelectuais. Os homens lentos e opacos trazem o incômodo às mídias e aos criadores do espetáculo transmitido e retransmitido pelos meios eletrônicos quando, por sua lentidão, conseguem captar o verdadeiro movimento das cidades, pois elas pertencem aos homens lentos e opacos não dependentes nem dos sinais eletromagnéticos nem dos deslocamentos “rápidos” e solitários no interior dos veículos, ou seja, da lógica do capital global e flexível, que transmite e retransmite seus valores, suas culturas, suas necessidades e suas possibilidades por essas redes móveis e imagens. “Quem, na cidade, tem mobilidade, acaba por ver pouco, da cidade e do mundo. Sua comunhão com as imagens, frequentemente, pré-fabricadas, é a sua perdição” (SANTOS, 1996, p. 260-261).

Para os homens lentos e opacos, essas visualidades contemporâneas, em forma de imagens multiplicáveis, são miragens que desmascaram sua condição social e cultural. A transmissão de imagens pelo “registro do acontecido” em celulares ou pela própria visão, encaminhadas para rádios populares (ou não) que aceitam retransmitir os fatos narrados pelo ouvinte, como “notícias de primeira mão”, opoem-se à luminosidade da racionalidade única dos que se creem arautos dos fatos e grandes conglomerados midiáticos.

Contudo, as classes mais pobres, exatamente os homens opacos, se não têm luminosidade, têm algum brilho, que podemos entender aqui como lampejos (um brilho, um clarão repentino) no capitalismo cultural flexível ao qual têm acesso momentâneo. Durante o período de Natal, por exemplo, ruas de comércio mundial, como a rua 25 de Março em São Paulo, brilham nas mídias televisivas, impressas e digitais, reconfigurando-se na racionalidade do capital para, posteriormente, voltarem à opacidade de sua condição anterior. Passados seus momentos de miragem, o lampejo perde o brilho.

Ainda com o tema da luminosidade, Milton Santos não é um pessimista, ele vê a possibilidade de um resultado diferente no processo vivido. Essa

luminosidade será resultado de outras práticas no capitalismo global e, por conseguinte, de outra globalização.

Neste ponto, é interessante inserir um recorte no espaço vivido (aquele que é usado pelo homem), refletindo sobre o lugar, a possibilidade dialética com o global pela universalidade empírica, entendida como:

A planetariedade das técnicas e da ação de comando por meio da mais-valia, voltando ao velho marxismo, cria possibilidade, junto com a evolução técnica, a visão do planeta com satélites etc., de ver o mundo, e de não apenas confiar na grande intuição do gênio filosófico, mas na história se fazendo empiricamente. Para nossa disciplina, a globalização é uma abertura extraordinária, que obriga a uma revisão de nossa elaboração intelectual (SANTOS, 2004, p. 40).

Na comunicação, a questão se apresenta com a mesma intensidade, pois a planetariedade das técnicas com a globalização, com os satélites etc. são o cotidiano da maioria dos profissionais e das empresas atuantes. Com o advento da globalização e de seus conhecidos pilares, a saber, a revolução tecnológica propiciada pela informática; as transmissões de informações e as telefonias nacional e internacional – mais baratas –; e o barateamento do transporte internacional, seguido de uma oferta maior, obrigou-se uma revisão dos conceitos e das práticas, sem contar a criação de áreas e linhas de pesquisa inexistentes até então, como é o caso de todos os ciber (cultura, espaço, moda, bullying, rebeldes, entre outros), e as diversas e contraditórias posições que suscita.

Não muito tempo atrás, em 2008, no II Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores da Cibercultura (ABCiber), algumas conferências apontavam mais para a dificuldade e a incerteza de como nomear e conceituar o ciber. Na conferência de abertura, Eugênio Trivinho afirmou que “ciber define uma época” (2013).

Contudo, na década de 1980, esses temas eram tratadas como Novas Tecnologias da Comunicação (NTC – alguns acrescentavam “I” ao final da sigla, que indicava Informação). Felizmente, os conceitos são datados, e cada época deve encontrar as respostas para suas questões. Assim, NTC ou NTCI, hoje, não passa de vocabulário, o que é importante: “o conceito também contribui para o vocabulário, mas vai além dele” (SANTOS, 2004, p. 37); portanto, pensar conceitualmente é avançar no entendimento da época. Mas voltemos ao lugar e ao cotidiano, que são os recortes nos quais o trabalho da comunicação acontece no mundo globalizado.

Atentando para o lugar onde nos inserimos, podemos constatar que é nele que percebemos o mundo (SANTOS, 1996, p. 143). É nessa relação prática, empírica com e no mundo, que sabemos dele, que temos acesso a ele.

Cada lugar, a seu modo e possibilidade, insere-se na globalização com uma carga maior ou menor de conteúdos e densidades técnica, científica e

informacional. O distintivo dos lugares serão as qualidades e as quantidades das densidades citadas, que se inter-relacionam e, juntas, compõem o quadro do lugar, onde uma não exclui nem elimina a outra.

Estruturando as densidades do espaço (SANTOS, 1996, p. 149), vamos encontrar a densidade técnica: representante da modernidade que a constituiu, coloca-se com um grau de perfeição além da natureza, ou seja, é “marcada por diversos graus de artificialidade”.

Também como consequência da primeira densidade do espaço, a densidade informacional, quando da mesma natureza, “é uma informação que obedece às regras do ator e introduz no espaço uma intervenção vertical, que geralmente ignora o entorno posto ao serviço de quem tem a renda” (SANTOS, 1996, p. 149). É uma densidade relacional com os âmbitos exteriores do espaço que a originou.

A densidade seguinte, comunicacional, efetiva-se no lugar, escala do cotidiano, do imediato. Na concepção de Santos, “as relações informacionais transportam consigo o reino da necessidade, enquanto as relações comunicacionais podem identificar-se com o reino da liberdade” (SANTOS, 1996, p. 149). A densidade comunicacional é a que traz a força dos lugares porque é gerada nesse mesmo lugar, “as relações informacionais são verticais e as comunicacionais horizontais” (SANTOS, 1996, p. 149).

Dessa estruturação das densidades, o que temos como resultado é a existência de “lugares mais ou menos dirigidos ao presente e outros mais orientados ao futuro, aqueles onde a riqueza comunicacional é maior” (SANTOS, 1996, p. 149).

Fica clara a importância da densidade comunicacional na busca de um futuro e de outra forma de assumirmos a globalização. Com a redefinição dos valores sociais e rumo ao futuro como ideia de projeto (não mais apenas como recurso), reconhecendo que “o lugar é a possibilidade do acontecer” (SANTOS, 1996, p. 149), vários futuros estão potencialmente colocados para as pessoas, e não apenas para aqueles grupos hegemônicos.

O estudo do lugar sempre traz em seu bojo ainda mais uma questão, que é o cotidiano, ou como considerava Santos, “a quinta dimensão do espaço banal” (1996, p. 257). Visto que a comunicação e a informação ocorrem em todos os momentos da vida social, temos um cotidiano acrescido de outras dimensões. O cotidiano é a quinta dimensão do espaço banal; em relação às outras quatro dimensões, três são espaciais e uma, *espaçotemporal*. A quarta dimensão, a *espaçotemporal*, é exatamente o viver, que se prende ao cotidiano. Este, pessoal e intransferível, é o reino da repetição e da alienação. As possibilidades de rompermos o cotidiano podem ocorrer por meio de uma suspensão, sempre momentânea, pois é impossível uma suspensão eterna. Agnes Heller apresenta quatro formas de suspensão da vida cotidiana, a arte, o trabalho, a ciência e a moral (FALCÃO, 1989, p. 27), às quais podemos também acrescentar outra temporalidade, da qual não experimentaremos, mas que serve de suspensão aos que estão compartilhando o cotidiano conosco: a morte. É interessante

como os jornais, diários ou não, garantem um espaço para os mortos, destacando alguns, apenas citando outros. Não deixa de ser uma informação que pode trazer conhecimento ao leitor.

Estávamos, em 2001, fazendo um pós-doutorado na Universitat de Barcelona, quando chega a notícia da morte de Milton Santos. No dia 26 de junho, o jornal *La Vanguardia*, edição em catalão, publicava “Necrológicas: Milton de Almeida Santos. El rector, el Claustre de Professors, els estudiants i el personal d’administració i serveis, expressen el seu dolor per aquesta pèrdua i s’uneixen al sentiment de la seva família” (NECROLÓGICAS: Milton de Almeida Santos, 2001). Ainda que longe de São Paulo, onde ele morreu, a suspensão foi inevitável, pois tínhamos consciência de que havia sido ele quem abriu as portas da Universitat de Barcelona aos alunos do Departamento de Geografia Humana da Universidade de São Paulo, de que mais do que fãs ou alunos fomos interlocutores de um pensador/pensamento que apreciava o debate. Esse exemplo ilustra, passada mais de uma década, que a força do cotidiano, como escala do viver, é uma dimensão espacial que parte do lugar para compreender como a sociedade é muito mais que a economia que a anima. Oferece a possibilidade de compreender o significado das coisas e a identidade das pessoas com o lugar. A aderência das pessoas com o lugar.

Assim, o cotidiano em uma geografia da comunicação pode ser entendido como uma relação presente e direta com as coisas, com o mundo. Em sendo assim, as formas atuais, além de carregar grande quantidade de informação, são elas mesmas informações, já que existe uma intencionalidade na produção dessas formas (SANTOS, 1996, p. 257).

Entram em ação outros componentes importantes do lugar e do cotidiano, a emoção, as trocas, os encontros e os desencontros entre as pessoas e as infinitas possibilidades de intercâmbio. Temos, assim, a “noção de emoração”, que é a relação entre a emoção e a razão, que “encontra seu fundamento nessas trocas simbólicas” (SANTOS, 1996, p. 256).

A emoção é o fundante da comunicação, e, dessa forma, viver na era da comunicação é uma metáfora. Santos afirma que são os pobres, aqueles fora da lógica única do capital, que se comunicam. Denise Stoklos, no espetáculo “Vozes Dissonantes”, de 2000, citava Milton Santos. Em março do mesmo ano, a Folha de São Paulo reuniu os dois para uma conversa (editada pelo jornalista Valmir Santos), na qual Stoklos afirmou: “Acho muito interessante, por exemplo, quando o senhor diz que não estamos vivendo uma época da comunicação, como se apregoa por aí, porque comunicação é emoção” (SANTOS, 2000).

Santos complementa que a questão da liberdade do artista deve-se ao fato de que ele preserva e atende os chamados da emoção, como resposta válida na busca da verdade; já o “homem da universidade” prefere negá-la: busca a verdade negando a emoção e acredita que é a melhor fórmula para sua produção isenta. Citando o trabalho de Stoklos, o geógrafo apresenta sua impressão do espetáculo

“500 anos: um fax de Denise Stoklos para Colombo”, de 1982, no qual ela representa a troca de ouro dos índios pelos espelhos dos brancos: “Seu trabalho no palco é uma cruzada. Minha impressão é que ele repercute algo que é profundo na alma brasileira e está buscando intérpretes [...]. A cultura tem de vir com o território, com o povo, com a história se fazendo [...]” (SANTOS, 2000).

Denise Stoklos emenda: “A gente raspa, assim, as palavras suas [...], pega aquilo e se agarra como se fosse uma boia no naufrágio. Quantas vezes um simples pensamento nos conduz a praias mais iluminadas?” (SANTOS, 2000). Ao que retoma o diálogo sobre a emoção, firmando que trabalhar com a emoção é difícil porque a autora não foi criada e instruída para trabalhar com isso no período da ditadura brasileira, “só que as coisas não mudaram, mesmo com essa chamada democracia legitimada pelo voto, que não significa nada. É pior, porque traz o fantasma desse legítimo [...]” (SANTOS, 2000).

Santos completa: “[...] É um consumo eleitoral [...]”, e Denise Stoklos reflete sobre a dificuldade que é ligar a emoção e o real, o entendimento do momento atual e o “neoliberalismo cínico”, no qual o conformismo é a tônica e a resposta única: “Seu trabalho, professor, também nos pede essa emoção” (SANTOS, 2000).

A epistemologia da existência possibilita a apreensão da realidade. Na afirmação de Santos, esta foi uma descoberta nova, já que viveu em diversos países sem nunca ter sido um cidadão local. Vivia a racionalidade do estar, e a epistemologia da existência representa o “existir como condição para ver o mundo, e isso inclui, em primeiro lugar, a emoção. Porque a razão reduz a força de descobrir, porque só a emoção nos leva a ser originais” (SANTOS, 2000). Evidentemente que não apenas pela emoção, mas ela faz com que seja mais rápido.

Contudo, dentro da universidade, *locus* do pensamento universal e do novo, isso é mais difícil, afirma o geógrafo. Retomando fatos de sua infância, quando se encantava com a população em movimento, reflete: “Uma reinterpretação da sociedade brasileira em movimento permite ver, digamos, uma outra coisa, um futuro mais perto. Nós fomos tratados e educados para examinar o chamado presente, não imaginando que o futuro está aí, embutido no presente” (SANTOS, 2000).

Santos conclui seu pensamento acreditando no futuro como tendência, pois “a ação é presente, mas a aspiração dela é o futuro” (SANTOS, 2000).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Finalizando com a questão da emoção, é ela que nos liberta da “prisão” da escolaridade formal, dos limites do vocabulário fechado e limitante das ciências. É ela que engendra a intersubjetividade no cotidiano e, por extensão, é nela que o novo pode ser pensado e criado.

Nesse sentido, tomando como referência a ideia dos homens lentos e homens rápidos, e aceitando a instantaneidade da mídia, podemos “divagar”

e perguntar como se dá a perenidade do humano no chamado pós-humano. Ambos são resultado de um momento técnico específico, e a partir do lugar podem fazer-se humanos ou pós-humanos. Entre o velho e o antigo, escalas temporais, portanto, está o império da novidade promovido pela mídia, escala geográfica.

Seguindo a proposta do futuro como tendência, algumas reflexões, no diálogo geocomunicacional, emergem, como o debate do pós-humano. O conceito de pós-humano pode ser entendido, neste momento e provisoriamente, como uma mistura entre a transformação do homem, promovida pela biotecnologia, pela biogenética e por uma bioética que acompanha essas alterações físicas e espirituais, e a máquina, que supera o homem (SANTOS, 2005, p. 161), construindo um futuro maquínico baseado em novas genéticas e éticas fuzzy (para usar uma expressão da lógica), no qual o “talvez” é um valor intermediário e aceito.

Com isso, mais questões aparecem: os homens opacos-lentos seriam os humanos e os homens brilhantes-rápidos, pós-humanos? Entre eles haveria uma genética fuzzy que aceitasse vários níveis humanos? Ainda assim, é opaco, mas tem cor. A mídia acelera o caleidoscópio social que transforma as cores em uma só?

Em outro momento (SILVA, 2001, p. 172), quando falávamos de Santos, terminamos nossa explanação com o poema/música “Rei das cores”, de Caetano Veloso, que aqui parece oportuno transcrever:

Para a Cinza: cinza

Para a Areia: ouro

Para a terra: pardo

Para a Terra: azul

Para o homem: negro

Para o homem: rosa

Para o homem: ouro

Para o anjo: azul.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSIS, Jesus de Paula. *Milton Santos*: testamento intelectual. São Paulo: Unesp, 2004.

FALCÃO, Maria do Carmo. O conhecimento da vida cotidiana: base necessária à prática social. In: NETTO, José Paulo; FALCÃO, Maria do Carmo. *Cotidiano: conhecimento e crítica*. São Paulo: Cortez, 1989.

GIL, Gilberto. Gilberto Gil e o professor Milton Santos. Disponível em: <http://www.gilbertogil.com.br/sec_texto.php?id=12&language_id=1&id_type=4>. Acesso em: 13 mar. 2013.

NECROLÓGICAS: Milton de Almeida Santos. *La Vanguardia*, Barcelona, 26 jul. 2001. Edició Catalá, p. 40.

PRÊMIO Multicultural 2000 Estadão Cultura homenageia candidatos com exposição. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 19 jun. 2000. Caderno 2. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/arquivo/artelazer/2000/not20000619p5473.htm>>. Acesso em: 13 mar. 2013.

SANTOS, Milton. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo: Hucitec, 1996.

SANTOS, Laymert G. Demasiadamente pós-humano: entrevista com Laymert Garcia dos Santos. *Revista Novos Estudos*, Cebrap: São Paulo, n. 72, jul. 2005.

SANTOS, Valmir. Um olhar dissonante: a atriz Denise Stoklos encontra o geógrafo Milton Santos para conversar sobre os 500 anos do Brasil e sobre a peça Vozes Dissonantes, destaque do Festival de Curitiba. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 7 mar. 2000.

SEREZA, Haroldo Ceravolo. Milton Santos une Geografia e Reflexão/ Cartologia. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 5 jun. 2000, p. D9.

SILVA, Paulo Celso. Milton Santos. *Revista de Estudos Universitários*, Uniso: Sorocaba, v. 27, n. 2, jun. 2001.

SZYMBORSKA, Wislawa. Mapa e outros três poemas. Trad. Regina Przybycien. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 27 jan. 2013. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/1220200-mapa-e-outros-tres-poemas.shtml>>. Acesso em: 27 jan. 2013.

TRIVINHO, Eugenio. Cibercultura e divisão social do trabalho intelectual no Brasil: em nome da consolidação institucional nacional de um novo campo interdisciplinar de estudos. Disponível em: <http://www.cencib.org/simposioabciber/anais/mesas/videos/?autor=Eugenio_Trivinho>. Acesso em: 14 mar. 2013.

Mídia, cidade e “interior”

Media, city and “inner”

Sonia Virginia Moreira

Jornalista, mestre em Jornalismo pela Universidade do Colorado (Estados Unidos), doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo e professora associada da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Jacqueline da Silva Deolindo

Jornalista, especialista em Assessoria de Comunicação pelo Centro Universitário Fluminense, mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro e doutoranda pela mesma instituição

Resumo

Este artigo reúne elementos para a análise da relação entre a cidade e seus equipamentos/indústrias de mídia. No lugar da cidade-metrópole, que em geral domina os estudos de Comunicação por abrigar naturalmente as grandes empresas de mídia, o texto concentra a atenção em cidades que desfrutam de uma condição de centralidade no âmbito de uma região. As cidades-referências no “interior” (na “periferia”, nas “bordas”) em alguma medida guardam características da cidade-metrópole. Nesse contexto, o jornalismo é apresentado como ferramenta que ajuda no relato simultaneamente local e regional, ao articular a construção da identidade local/regional na comunicação com o seu entorno e com o mundo.

Palavras-chave: cidade; região; jornalismo.

Abstract

This article brings together elements for the analysis of the relationship between the city and its equipment/media industries. In place of the metropolis-city, which often dominates the Communication studies for harboring large media companies, the text focuses attention on cities that enjoy a condition of centrality within a region. The reference cities in the “country” (in the “periphery”, the “edges”), in some extent guard features related to metropolis-city. In this context, journalism is presented as a tool that helps in reporting both local and regional environments, simultaneously, when articulating the building of the local / regional identity in the communication with its surroundings and the world.

Keywords: city; region; journalism.

INTRODUÇÃO

“O lugar tem poder.” As palavras de Richard Sennet, registradas em *A corrosão do caráter* (2002, p. 165), referem-se àquelas qualidades sociais e culturais que certas geografias apresentam e que são determinantes para a decisão de um investimento. Não há dúvida sobre os motivos que levam a indústria a lançar, nas grandes cidades, novos e fascinantes produtos e equipamentos de mídia. A demanda por informação e novidades associa-se ao potencial de lucro oferecido por um público ávido por consumir “a última capa”, a “edição extraordinária”, “o novo canal” ou o “último dispositivo tecnológico”.

Seria ingenuidade supor que nas cidades de pequeno ou médio porte as motivações que sustentam o funcionamento dos meios de comunicação fossem apenas de caráter comunitário. Nas cidades que funcionam como centro de região (SANTOS, 1959), as oportunidades que o lugar oferece a uma ação comunicativa midiática bem-sucedida também são determinantes para a criação e a manutenção de jornais, emissoras de TV e rádio, revistas, sites etc. Um mercado favorável vai garantir a circulação desses bens simbólicos, que, como aponta Thompson (1998), têm grande capacidade de penetração social, a ponto de “intervir no curso dos acontecimentos, de influenciar as ações dos outros e produzir eventos” (THOMPSON, 1998, p. 24). De volta a Sennet, outra motivação sugerida por ele para controlar as ações do novo capitalismo é realçada pelos meios de comunicação locais e regionais: “O valor da empresa para a comunidade, como ela serve mais a interesses cívicos que apenas ao livro-caixa de lucros e perdas” (SENNET, 2002, p. 165).

Os centros regionais, assim como as cidades notadamente metropolitanas, atraem investimentos midiáticos por terem potencial de operar, guardadas as devidas proporções, como laboratórios para o lucro, a criatividade, o exercício das linguagens e, sobretudo, de cooperar na construção de um ambiente comum. Muito embora nem sempre possuam o brilho que reveste a metrópole, essas cidades em sua relativa opacidade (SANTOS, 2006, p. 221) são repositórios de riquezas diversas quando comparadas aos grandes centros, nos quais se inspiram, se remetem e com os quais inevitavelmente trocam.

A cidade é, assim, um espaço antropológico: ali se dão múltiplas experiências e são essas experiências que transformam o que está ao redor. Não por acaso, Santos credita à cidade um “caráter transformador” (1988, p. 19) ao lembrar que sua “ebulição permanente” tem gerado produções econômicas, sociais, culturais, filosóficas e artísticas revolucionárias, a ponto de ser considerada historicamente – apesar das suas contradições, idiosincrasias e exclusões – como “a possibilidade do homem livre” e da “liberdade de escolha”, em especial pelos excluídos dos grandes centros. Por isso a cidade é o “mais significativo dos lugares”, o lugar em que acontece o cotidiano, “teatro insubstituível das paixões humanas

responsáveis, através da ação comunicativa, pelas mais diversas manifestações da espontaneidade e da criatividade” (SANTOS, 2006, p. 218).

Em se tratando do outro polo da questão, o local e o regional constituem uma discussão igualmente importante e premente frente aos efeitos da globalização, não só porque “triunfa a ideia um pouco vaporosa de que todas as grandes questões contemporâneas [...] só podem ser compreendidas corretamente a partir de sua dimensão local”, como critica Alain Bourdin (2001, p. 157), mas também porque as diversas localidades, assim como as metrópoles, estão atingindo uma complexidade e uma capacidade de influência que não podem ser ignoradas.

A cidade e sua região são indissociáveis. No mesmo movimento e usando como ponto de referência os centros, “as regiões são o suporte e a condição de relações globais que de outra forma não se realizariam” e constituem um ponto essencial para a “ampliação da divisão internacional do trabalho e o aumento exponencial do intercâmbio” (SANTOS, 2006, p. 165). Se na contemporaneidade a categoria “região” sofre essa metamorfose no processo de interação/integração com o global, como podemos pensá-la e inscrevê-la em uma reflexão comunicacional? Nesse sentido é conveniente a proposta de Rogério Haesbaert, quem, ao tratar do tema, julga ser importante considerar a região como arte-fato, “tomada na imbricação entre fato e artifício (este no seu sentido ontológico) e, de certo modo, também, enquanto ferramenta política” (HAESBAERT, 2010, p. 6).

A MÍDIA LOCAL E REGIONAL

Além da contribuição de Milton Santos (2007), com a proposta de mapeamento das regiões jornalísticas brasileiras, os estudos sobre jornalismo local e regional tiveram em Luís Beltrão (2006) um dos principais precursores na década de 1960. Até agora, o repertório sobre o tema foi ampliado, gerando pesquisas e inventários elucidativos de meios de comunicação locais e regionais em alguns estados. É o caso de Cancio (2011), que estudou a TV na fronteira entre Brasil (Mato Grosso do Sul) e Paraguai; Ciccilini (s/d, ver referências), que inventariou os pequenos e médios jornais da região de Bauru (SP) no período de 2002 a 2004; e Dornelles (2004), que estudou 30 jornais do interior gaúcho ao longo da década de 1990.

A revisão da literatura sobre o papel da mídia local e regional mostra que o campo está claramente demarcado em termos geográficos. Contudo, no âmbito do jornalismo local e regional, nem todas as nuances foram exploradas, principalmente a relação que se estabelece entre mídia local e cidade e entre essas duas instâncias e uma terceira: a região. Para além da simplicidade que muitas vezes marca as descrições do jornalismo “interiorano” ou “comunitário”, seria possível identificar e descrever os equipamentos de mídia locais e regionais como dispositivos sob várias influências.

A cidade, em sua condição de centralidade, é fornecedora e articuladora

de dispositivos importantes nas relações de poder e de produção de ideologias. A mídia local e regional é um desses dispositivos. As palavras “poder” e “dispositivo” são usadas aqui no sentido que adquirem em Foucault (2003) e também em Deleuze (1990): representam um conjunto de forças produzidas na microfísica dos estratos sociais e que perpassam todo tecido social, “um poder polimorfo, polivalente” (FOUCAULT, 2003, p. 120), “massificante e individualizante” (DELEUZE, 1990, p. 222), gerador de verdades, de adesão e de resistências. Do mesmo modo, os dispositivos entendidos como instrumentos, mecanismos e discursos atuam modelando subjetividades ou, como diz Michel de Certeau sobre a mídia, “articulam nossas existências ensinando-nos o que elas devem ser” e produzem “crentes e, portanto, praticantes” (CERTEAU, 1994, p. 287).

No caso da mídia local e regional, os discursos produzidos e compartilhados podem servir para a criação do que Haesbaert chama de “regionalidade”, ou seja, “a criação concomitante da ‘realidade’ e das representações regionais” (HAESBAERT, 2010, p. 7). Caniello (2010) reconhece a existência de “uma mídia com identidade regional”, que “atua no processo de regionalização levando em conta as identidades, as características, as necessidades, os investimentos e possíveis desenvolvimentos – os vários repertórios nascentes no território que pretende delimitar” (CANIELLO, 2010, p. 810).

Em muitos casos, as regiões que não correspondem às características metropolitanas atuam tão somente como receptoras dos fluxos noticiosos produzidos pelo mundo, para os quais a TV e a internet constituem os portais para vislumbrar o que se passa “lá fora”, o que são e o que fazem outras pessoas em outros lugares. Isso determina o fenômeno que Sônia Aguiar chamou de “colonialismo comunicacional” (AGUIAR, 2010, p. 228), ao identificar a hegemonia que espaços e empresas de comunicação exercem sobre outros em condição de subalternidade geopolítica e geocultural.

A mídia da cidade local e da cidade regional preenche essa lacuna quando fala do próprio lugar e do território onde se insere, e constitui, assim, o canal por excelência para relatar essas cidades que a metrópole desconhece, ao combinar “um processo em que identidade, lugar, cotidiano e proximidade são as principais características” (SILVA, 2010, p. 283).

REGIÕES JORNALÍSTICAS

A propósito das especificidades dos veículos de circulação regional, Santos (2007) observa o esforço dos jornais em cobrir geografias diversas. Essa divisão territorial sugerida por Santos leva em conta as áreas de atuação do jornal que correspondem tanto àquelas áreas restritas de cobertura quanto a outras mais amplas de circulação do produto de comunicação. Para o geógrafo, cada jornal possui “a sua área mais ou menos de influência, o seu raio de ação determinado, não só quantitativa como qualitativamente. [...] É a região jornalística” (SANTOS, 2007). Nesse “mapa jornalístico do Brasil”, segundo o geógrafo, identificaríamos “regiões

e zonas e subzonas jornalísticas. Isso subentende a existência de áreas diferentes, maiores ou menores, uma dentro das outras, onde operam os jornais de acordo com as suas categorias funcionais” (SANTOS, 2007).

Sob este aspecto, como reconhece o autor, a área de atuação ou a região jornalística de cada veículo é constituída também pelo fator econômico. A estrutura da empresa jornalística determina quantas equipes trabalharão, se contarão ou não com carro para percorrer distâncias em busca da notícia. Em caso positivo, até onde poderão viajar; em caso negativo, se farão ou não contatos, se publicarão releases das prefeituras das vizinhanças, se haverá mais ou menos páginas, se poderão preenchê-las com conteúdo próprio ou se deverão recorrer à reelaboração dos textos do noticiário nacional e internacional disponíveis na internet para ocupar espaço, se poderão ou não investir simultaneamente em várias editorias. Do mesmo modo, a estrutura econômica pode implicar uma logística de distribuição dos exemplares, que pode ser bem ampla. Uma empresa jornalística com recursos suficientes poderá optar por localizar seu negócio, restringindo-o estrategicamente.

Segundo Santos (2007), se há “vontade regional” e recursos econômicos, surge o diário da região, mas:

[...] Quando a “vontade regional” é desacompanhada de certa densidade econômica, verifica-se a presença de um semanário ou periódico. A ausência de ambas as condições determina a ausência de órgãos de imprensa. [...] Distinguiríamos, assim, então, num país como o nosso, em que a descontinuidade de transporte e a vastidão do território são um fato, pelo menos quatro categorias de jornais. O jornal nacional, ou supraestadual, publicado na metrópole política ou mesmo econômica; o jornal estadual, editado via de regra na capital dos estados, centro das pulsações do organismo político e administrativo; o jornal regional; e o periódico local. Essas categorias são, na ordem decrescente, de jornais cada vez menos políticos, no sentido mais amplo de expressão, e cada vez mais interessados pelos problemas locais. [...] Subindo na escala, verifica-se que cada categoria de jornal exerce uma função específica, dentro de determinada área, função que não pode ser preenchida por jornal de categoria superior (SANTOS, 2007).

O texto do geógrafo, para além da sua acuidade no estudo das geografias possíveis para as categorias funcionais da imprensa, carrega sob diversos aspectos as marcas de uma época e um outro/novo olhar sobre as regiões jornalísticas. Continua bastante atual a observação de Santos sobre a dimensão localizada da maioria dos jornais: fora a capacidade de alguns darem conta dos assuntos de interesse nacional, a maior parte das notícias publicadas está relacionada a uma região bastante próxima das rotativas.

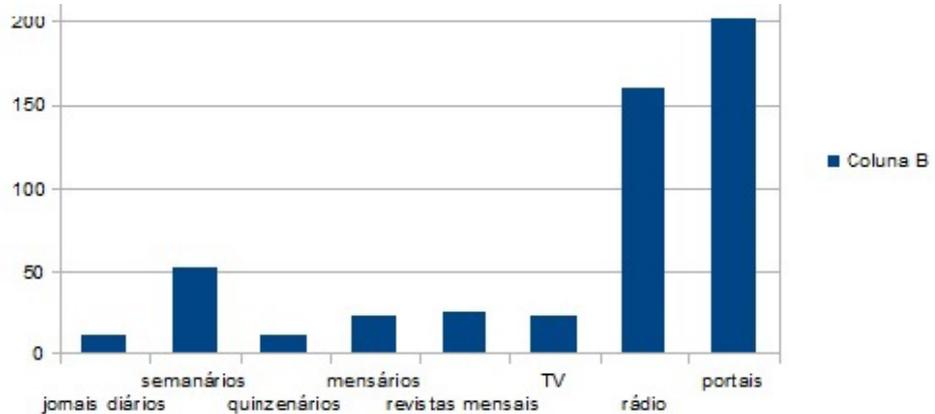
Nesses casos, como já apontamos, um mercado regional favorável costuma ser crucial. Nas cidades autônomas em termos econômicos, como é o caso de muitas cidades centros de região, “o conjunto de fornecedores, práticas adotadas, formas de comercialização e particularidades da região abordada” (CANIELLO,

2010) pode colaborar para a regionalização dos investimentos em publicidade, garantia da sobrevivência dos meios de comunicação comerciais que não são mantidos exclusiva ou prioritariamente com recursos públicos.

É o que observamos entre os primeiros dados obtidos em nossa pesquisa sobre a mídia no interior do Estado do Rio de Janeiro. O território fluminense é oficialmente dividido em oito regiões de governo (Norte, Noroeste, Serrana, Baixadas Litorâneas, Metropolitana, Médio Paraíba, Centro Sul e Costa Verde), compostas por 92 cidades, conforme a Fundação Centro Estadual de Estatísticas, Pesquisas e Formação de Servidores Públicos do Rio de Janeiro (Ceperj) (FUNDAÇÃO CEPERJ, s/d, ver referências). Destas, 75 estão fora da Região Metropolitana, ou seja, no interior do estado. A primeira etapa do trabalho de campo consistiu em uma pesquisa exploratória para listar os meios de comunicação em funcionamento nas 75 cidades. Um mapeamento preliminar dos equipamentos de mídia local e regional indica a prevalência dos portais de notícias e blogs noticiosos/opinativos como meios de comunicação mais numerosos (202), seguidos das emissoras de rádio (160), dos impressos (123) e das emissoras de TV/TV on-line (20). Esse universo foi distribuído em categorias conforme o Gráfico 1 a seguir:

24

Gráfico 1 – Meios de comunicação de massa jornalísticos do interior fluminense segundo as categorias

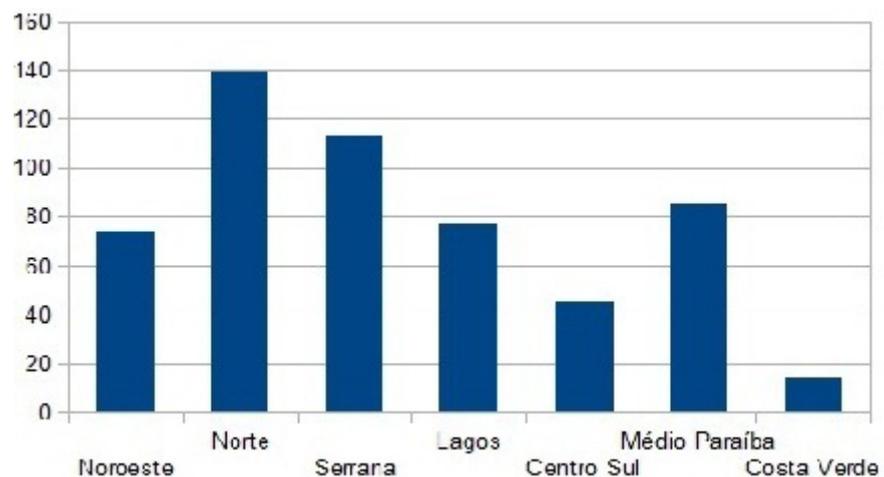


Fonte: gráfico elaborado pelas autoras.

Observando o mapa do Estado do Rio de Janeiro e a localização desses meios de comunicação de massa, é interessante notar que há uma correspondência entre os centros regionais e os centros midiáticos e que estes têm ascendência sobre outras cidades. Notamos, em um primeiro momento, que os centros regionais abrigam o maior percentual das mídias listadas: dos 504 veículos identificados inicialmente nos 75 municípios, 61% estão em 14 cidades reconhecidas pelo governo do Estado do Rio de Janeiro como polos e subpolos de suas respectivas regiões: Itaperuna, Pádua, Bom Jesus, Campos, Macaé, Friburgo, Petrópolis, Resende, Volta Redonda, Barra Mansa, Paraty, Angra, Cabo Frio e Três Rios.

Os meios sediados nessas cidades circulam nos municípios vizinhos e eventualmente desenvolvem pautas no entorno. De modo geral constituem os únicos meios de comunicação a atender as demandas das cidades que orbitam a periferia dessas regiões e que não dispõem de um mercado local pujante o suficiente para sustentar investimentos midiáticos de porte intermediário. Na maioria dos casos prevalecem como conteúdo os assuntos das cidades onde estão localizados. Registramos, também, que há cidades periféricas com mais empresas de mídia do que alguns centros e subcentros regionais – caso de Rio das Ostras (9), se comparada a Angra dos Reis (5). O Gráfico 2 a seguir mostra o quantitativo de mídias por região.

Gráfico 2 – Distribuição dos meios de comunicação de massa jornalísticos segundo as regiões de governo



Fonte: gráfico elaborado pelas autoras.

Para efeito de recorte, usamos aqui como referência a região Noroeste fluminense, a fim de verificarmos a proposição de Milton Santos sobre as regiões jornalísticas por meio da análise assistemática dos principais periódicos para indicar a possível relação entre a tese do geógrafo sobre as regiões

jornalísticas e o mercado de mídia local. A região Noroeste do Estado do Rio de Janeiro é constituída por 13 cidades. Tem Itaperuna como polo principal e Santo Antônio de Pádua e Bom Jesus do Itabapoana como subpolos, concentrando-se nesses três as atividades industriais, comerciais e de serviços de toda a região. Justamente por isso são as cidades que oferecem melhores condições para investimento em mídia: dos 74 meios de comunicação de massa em operação na região, 42 (57%) estão nesses centros regionais – nossa hipótese é a de que esses centros regionais oferecem melhores condições profissionais e econômicas para sustentar empresas de mídia, ou seja, há um mercado favorável de mídia. Nos demais municípios, como Varre-Sai, Laje do Muriaé e Aperibé, há apenas uma rádio comunitária ou um jornal declaradamente semanal ou quinzenal, ainda que a periodicidade seja de fato indefinida.

Na região Noroeste fluminense predominam os sites de notícia e blogs (alguns veículos impressos migraram para esses formatos ou mantêm versão on-line concomitante), seguidos pelas emissoras de rádio. Os jornais semanais/mensais e as revistas mensais, algumas segmentadas para as áreas empresarial e de saúde, também estão presentes. Alguns desses periódicos são mais tradicionais (como o *Jornal Ur-Gente*, que circula há 13 anos em Italva), enquanto outros circulam de acordo com a receita obtida pelo departamento comercial junto às empresas locais ou prefeituras.

Itaperuna, que tem 95.876 habitantes (a região do Noroeste fluminense tem 317.493 habitantes, segundo o Censo de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE), se destaca no cenário político e econômico da região. É a cidade com o maior número de meios de comunicação com jornalismo atuante: somam 24, entre sites, blogs, rádios, revistas, jornais impressos e um canal de TV por cabo. É sede, também, do único jornal diário da região, *O Diário do Noroeste*. A equipe, formada por três repórteres, um editor e um fotógrafo free-lancer, atua principalmente em Itaperuna, mas eventualmente desenvolve pautas nos municípios vizinhos. Entre os impressos regionais é a empresa jornalística mais bem estruturada em termos profissionais.

O Diário do Noroeste tem tiragem oficial de dez mil exemplares, custa R\$ 0,70 e circula prioritariamente em Itaperuna, mas seu expediente indica a distribuição nas outras 12 cidades do Noroeste, acrescida a de Cardoso Moreira, na região Norte. Uma análise de várias edições do jornal indica a prevalência de assuntos locais sobre os relacionados às cidades vizinhas. Fatos do cotidiano da cidade estão distribuídos nas editorias Geral, Política, Economia, Cultura e Polícia. A editoria de Tecnologia reproduz assuntos da agenda nacional e, principalmente, internacional – como lançamentos e testes de *softwares*. Reportagens da

região, de uma a quatro por dia, na maioria das vezes divulgam *releases* produzidos pelas assessorias de imprensa das prefeituras, distribuídas de acordo com a temática das editoriais.

Figura 1 – Reprodução da capa do site do jornal *O Diário do Noroeste* em 28 de fevereiro de 2013



Fonte: *O Diário do Noroeste*.

27

O jornal *O Diário do Noroeste* pode ser um exemplo do que ocorre com os outros periódicos da região: a localização. Embora o expediente do jornal indique a circulação nos 13 municípios do Noroeste fluminense e em um município da região Norte, a distribuição está concentrada em Itaperuna, com a entrega de dois a três exemplares nas outras cidades da região geralmente destinados às prefeituras, inclusive àquelas que estão no limite com o Estado de Minas Gerais, segundo membros da equipe de reportagem. A versão on-line (Figura 1), entretanto, garante maior equidade de acesso às notícias, dentro e fora da cidade. As áreas de atuação desses jornais geralmente coincidem e, excetuando a localização, passam a disputar o mesmo mercado regional potencial. Tomamos como exemplo o jornal *Dois Estados*, que circula há 25 anos em Miracema: a região jornalística do semanário (cujo expediente indica tiragem de oito mil exemplares e circulação em 21 cidades) inclui, para falar apenas do entorno imediato, as cidades limites de Laje do Muriaé e São José de Ubá, que não têm impressos com circulação regular. No entanto, o jornal de Miracema também circula na cidade limite de Pádua, que tem dois semanários com escritórios locais.

A percepção inicial é a de que os impressos do Noroeste fluminense podem ser considerados mais como periódicos locais do que jornais regionais, se usarmos como referência a categorização de Milton Santos (2007). Pela estrutura que apresentam e sua conseqüente dimensão localizada, poucos podem investir na produção de conteúdo que vá além da reprodução de matérias oficiais, de agências e de

coberturas fotográficas de eventos. Além disso, nem sempre registram assuntos de interesse comum ao público das cidades em que circulam, como fazem jornais de maior porte e de caráter realmente regional, como a *Folha da Manhã*, em Campos dos Goytacazes, e o *Diário do Vale*, em Volta Redonda, para citar dois exemplos, coincidentemente localizados em dois centros urbanos de economia mais pujante.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Independentemente da plataforma, da periodicidade e do gênero, o jornalismo pode ser considerado ferramenta importante para o relato local e regional, em especial quando a cobertura jornalística tem como proposta promover a comunicação em um dado território – o que contribui para a construção da identidade local e/ou regional mediante experiência de alteridade que articula o lugar, o entorno e o mundo. O potencial das empresas de comunicação em promover essa experiência, porém, pode ser comprometido quando a proposta editorial, a ação e a independência jornalísticas são colocadas em xeque pela própria indústria de mídia. Com exceção das iniciativas de jornalismo comunitário autêntico, fundamentado em outras premissas que não as comerciais, a mídia depende de modo geral de um mercado que permita o seu desenvolvimento e a sustentação de seus projetos.

Nas grandes cidades, a indústria de mídia pode atingir seu potencial graças à concentração natural de recursos e demandas, mas a situação muda quando avançamos para o interior. Mesmo que muitos centros regionais guardem algumas características da metrópole, a localização privilegiada como municípios-polo colabora, mas nem sempre é garantia de sustentabilidade ou possibilidade de expansão do negócio. É patente o crescimento do número de jornais, revistas e emissoras de rádio e de televisão on-line, muitos dos quais desenvolvidos em plataformas gratuitas, como meio de garantir a atividade jornalística e atingir um público maior. Várias vezes nos deparamos com produções que se aproximam do “artesanato de imprensa” identificado por Milton Santos (2007), ainda que constituam, em si, um ato culturalmente inovador. Nos centros urbanos industrializados e economicamente prósperos, como observado nas regiões Norte, Serrana e do Médio Paraíba, localizam-se as empresas e os produtos mais próximos dos padrões da metrópole, tanto em estrutura quanto em estética.

Em meio às aproximações e diferenças entre a mídia da metrópole e a mídia local/regional, é possível constatar que o lugar sempre encontra uma maneira de “falar” para dentro e para outros, o que lhe assegura múltiplas perspectivas. Isso é especialmente válido se considerarmos:

- 1) que as relações de comunicação detêm um papel de centralidade na produção da atividade simbólica e;
- 2) que o jornalismo pode servir para que a sociedade se conheça melhor

ao prover condições para que delibere questões e se posicione frente às situações que se apresentam. Para além de constituírem atribuições próprias do jornalismo, tais propriedades também contribuem para a sociedade transpor fronteiras físicas e sociais nesse processo de ajuste das suas percepções e compreensões.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIAR, Sônia. Verbetes: Colonialidades da comunicação. *Enciclopédia Intercom de Comunicação*, v. 1, p. 228, 2010.

BELTRÃO, Luiz. Aspectos básicos da problemática do jornal interiorano no Nordeste [1966]. *Anuário UNESCO/UMESP de Comunicação Regional*, ano 10, n. 10, p. 109-131, 2006.

BOURDIN, Alain. *A questão local*. São Paulo: DP&A, 2001.

CANCIO, Marcelo. *Televisão fronteira: TV e telejornalismo na fronteira do Brasil com Paraguai*. Campo Grande: Editora UFMS, 2011.

CANIELLO, Mônica. Verbetes: Mercado Regional. *Enciclopédia Intercom de Comunicação*, v. 1, p. 809, 2010.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: artes de fazer*. Petrópolis: Vozes, 1994.

CICCILINI, Fernanda Maria. Mídia impressa e informação local: o jornal impresso no centro do Estado de São Paulo. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/cicilini-fernanda-midia-impressa-informacao-local.pdf>>. Acesso em: 10 de jan. de 2013.

DELEUZE, Gilles. *Conversações*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1990.

DORNELLES, Beatriz. Características de jornais e leitores interioranos no final do século 20. 2004. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/dornelles-beatriz-jornais-interioranos.pdf>>. Acesso em: 10 de jan. 2013.

FOUCAULT, Michel. *A verdade e as formas jurídicas*. Rio de Janeiro: NAU, 2003.

FUNDAÇÃO CENTRO ESTADUAL DE ESTATÍSTICAS, PESQUISAS E FORMAÇÃO DE SERVIDORES PÚBLICOS DO RIO DE JANEIRO. Estado do Rio: regiões de governo. Disponível em: <http://www.ceperj.rj.gov.br/ceep/info_territorios/divis_regional.html>. Acesso em: 15 fev. 2013.

HAESBAERT, Rogério. Região, regionalização e regionalidade: questões contemporâneas. *Antares Letras e Humanidades*, Caxias do Sul: Programa de Pós-graduação em Letras, Cultura e Regionalidade, n. 3, 2010.

SANTOS, Milton. A cidade como centro de região. Salvador: Livraria Progresso, 1959.

_____. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. 4. ed. São Paulo: EDUSP, 2006.

_____. Classificação funcional dos jornais brasileiros: as regiões jornalísticas. *Revista da Rede Alçar*, ano 7, n. 83, 1 nov. 2007. Disponível em: <http://www2.metodista.br/unesco/rede_alcar/Rede_Alcar_83/serie_imprensa.htm>. Acesso em: 17 fev. 2013.

SENNET, Richard. *A corrosão do caráter*. Rio de Janeiro: Record, 2002.

SILVA, Paulo Celso da. Verbete: Comunicação local. *Enciclopédia Intercom de Comunicação*, v. 1, p. 283, 2010.

THOMPSON, John B. *A Mídia e a Modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes, 1998.

NOTAS

- 1 Tese aprovada pelo IV Congresso Nacional de Jornalistas, de Belo Horizonte, em setembro de 1955. Publicada no Boletim da Associação Bahiana de Imprensa (ABI), ano V, n. 55, em 10 de março de 1956. O texto foi submetido à atualização ortográfica e republicado no boletim n. 83 (1o de Novembro de 2007) da Rede Alfredo de Carvalho de História da Mídia. Usamos a versão on-line, que não discrimina paginação. Ver referências.
- 2 Nossa pesquisa tem por objetivo o mapeamento das regiões jornalísticas no interior do Estado do Rio de Janeiro, atendo-se principalmente à mídia impressa e digital. Pretende, com isso, identificar os recursos noticiosos dos quais se valem jornalistas e cidadãos para se vincular à localidade e à região, bem como ao resto do mundo.
- 3 Admitimos que esse número varie nas etapas posteriores da pesquisa, já que pode haver fechamento e abertura de novos empreendimentos de comunicação, bem como confirmação da existência de empresas não listadas nesse primeiro momento.

Geografias da comunicação contemporânea: um mapa teórico e empírico do campo

Contemporary communicational geography: a theoretical and empiric field map

Sonia Aguiar Lopes

Jornalista, mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, doutora em Comunicação/Ciência da Informação pela mesma instituição e professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe

Resumo

Este artigo apresenta as principais vertentes dos estudos que vêm estabelecendo diálogos entre Geografia e Comunicação a partir de uma literatura anglo-saxônica publicada desde o início deste século, visando contribuir para o avanço epistemológico dos estudos brasileiros e latino-americanos no campo. A análise bibliográfica empreendida permite inferir quatro eixos principais de pesquisa: o papel do espaço e da espacialidade como categorias analíticas das variadas formas de expressão e comunicação humanas; a organização e disseminação territorial das tecnologias de informação e comunicação, com ênfase na internet e nos dispositivos móveis; as geografias dos sistemas de mídia nos contextos da globalização e da regionalização; e a geopolítica dos fluxos e contrafluxos de informação e comunicação em âmbito mundial.

Palavras-chave: espacialidades da Comunicação; mídias móveis; sistemas de mídia; fluxos e contrafluxos.

Abstract

This paper review a very recent literature related to communications and media geographies published in English along with de first decade of 21th century, aiming at contribute to epistemological advance of this new field of research in Latin America. Through this bibliographical analysis it was possible to infer four main tendencies among researchers: those who emphasize space and spatiality roles as analytical categories of all kind of human communications; those who focuses mainly at communications and information technologies, specially the digital ones and Internet; those who pay attention hardly on media systems in globalization and regionalization contexts; and those dedicated to information and communication flows and counter-flows geopolitics.

Keywords: *spatiality communication; mobile media, media systems, flows and counter-flows.*

INTRODUÇÃO

Em seu clássico artigo sobre a invisibilidade da Comunicação na Geografia (1998), Ken Hillis afirmou que, com raras exceções, as questões ligadas às comunicações ainda eram fortemente negligenciadas pelos geógrafos anglo-americanos. Embora as duas disciplinas experimentem hoje uma aproximação sem precedentes, muito ainda há que tornar visível, nos dois lados, para que a(s) Geografia(s) da Comunicação se consolide(m) como um campo de conhecimento reconhecidamente interdisciplinar, examinado e teorizado com contribuições mútuas.

Em pouco mais de uma década, o número de livros e artigos que utilizam referenciais geográficos em seus estudos sobre fenômenos e tecnologias da comunicação e da mídia aumentou exponencialmente no mundo anglo-saxônico, especialmente na Inglaterra e nos países nórdicos. Em geral, as análises orientam-se por noções de espaço, espaço-tempo e território que nem sempre são ancoradas em uma base epistemológica da ciência geográfica, incluindo suas controvérsias teóricas. Na maior parte dos casos, sequer há geógrafos na bibliografia trabalhada. Os conceitos de caráter geográfico muitas vezes são citados de segunda mão, a partir de filósofos, sociólogos, antropólogos, cientistas políticos ou são originados destes, como acontece nas Geografias Cultural e Social.

Da mesma forma que, durante muito tempo, os geógrafos se agarraram à metáfora dos meios de comunicação como “dutos” (*conduits*) ou “canais” entre um sujeito e o mundo exterior, também os pesquisadores da Comunicação priorizam o uso metafórico do espaço e da espacialidade para interpretar relações midiáticas e de mediação contemporâneas, em especial aquelas centradas nas rupturas espaço-temporais propiciadas pelas tecnologias digitais. Grande parte das pesquisas desenvolvidas tem origem nos Estudos Culturais, seguida de um grupo com interesse nas configurações, nas apropriações e nos processos de disseminação das tecnologias da informação e da comunicação, o que tem levado as investigações desta nova especialidade mais na direção das Geografias Cultural, Social e Econômica do que na da Geografia Humana, como nos estudos iniciais.

Assim, para que possam avançar epistemologicamente, os estudos das Geografias da Comunicação precisam de maior interação conceitual entre os dois campos de conhecimento que lhes servem de base para as investigações empíricas. Para além do espaço, dos conceitos e das noções básicos ainda problematizados pelos geógrafos, como território, paisagem, escala e região, precisam deslocar-se do senso comum para um uso científico mais sólido pelos pesquisadores de mídia e da Comunicação. Em contrapartida, geógrafos precisam romper sua resistência a ir além das realidades materiais, visualizáveis, mapeáveis – como observou Ken Hillis (1998) –, para ousar aplicar seu arcabouço teórico

a questões que não são tão invisíveis quanto possam parecer a princípio. Afinal, a informação circula por “fluxos imateriais” que não podem ser descolados da estrutura física, tecnológica e humana que os suporta e viabiliza e que estão baseados em algum território carregado de relações sociais e culturais.

Este artigo busca contribuir para os estudos brasileiros e latino-americanos do campo, ao compilar uma literatura produzida desde o início deste século por pesquisadores anglo-saxônicos oriundos tanto dos estudos de mídia quanto da Geografia. Vale destacar que, dos dez principais autores selecionados para esta análise bibliográfica, apenas quatro são geógrafos: Paul Adams (o primeiro a se especializar em geografias das tecnologias da comunicação), Barney Warf (Geografia Humana), Stefan Zimmermann (Cultural e Social) e Chris Lukinbeal (Cultural).

Esta bibliografia permite inferir que o campo das Geografias da Comunicação vem se desenhando em torno de quatro eixos principais: o papel do espaço e da espacialidade como categorias analíticas das variadas formas de expressão e comunicação humanas; a organização e disseminação territorial das tecnologias de informação e comunicação, com ênfase mais recente na internet e nos dispositivos móveis; as geografias dos sistemas de mídia nos contextos da globalização e da regionalização, com imbricações na economia política; e a geopolítica dos fluxos e contrafluxos de informação e comunicação em âmbito mundial, tanto via sistemas corporativos transnacionais quanto por meio de mídias sociais alternativas.

Deve-se ressaltar, porém, que essas vertentes ainda se orientam, fortemente, pelas perspectivas epistemológicas e visões de mundo eurocentradas, o que implica abordagens do ponto de vista ocidental do Hemisfério Norte, tanto em termos teóricos quanto dos objetos e recortes empíricos privilegiados. Ainda assim, há nesse repertório pistas importantes para a proposição de uma agenda de pesquisa sob uma perspectiva do Hemisfério Sul, que atenda a demandas de investigação latino-americanas, e brasileiras em particular.¹

TEORIZAÇÕES GEOGRÁFICAS

O ponto de partida para esta análise bibliográfica foi o livro *Home territories: media, mobility and identity*, publicado no ano 2000 por David Morley, professor do Departamento de Mídia e Comunicação da Goldsmiths University of London. Há mais de uma década ele vem se dedicando ao papel das tecnologias midiáticas que constituem o que ele chama de “paisagens eletrônicas” (*eletronic landscapes*) e ao consumo de mídias, especialmente a difusão de programas televisivos (*broadcast television*), e, mais recentemente, à variedade de tecnologias de comunicação móvel. O pesquisador tem se empenhado em compreender como essas tecnologias articulam as esferas pública e privada e como são apropriadas

para a construção de comunidades em diferentes escalas, no contexto de processos de “des-re-territorialização”, e na reconstrução de fronteiras e do que denomina “tecno-regiões”.

Nesse livro, ele discute os sentidos de *home* e o papel da TV na cultura estadunidense, que considera centrada na cultura doméstica (*home centred culture*). Ao longo dos quatro primeiros capítulos ele discorre sobre os diversos simbolismos do espaço doméstico e os campos semânticos do termo *home* – das ideias de casa e lar a país e nação (no sentido de terra natal), sempre buscando associações com as formas de apropriação da televisão. Tais formas têm a ver com o lugar que o aparelho ocupou nas casas e famílias e com os valores de âmbito doméstico e familiar que lhe foram sendo atribuídos, tanto por meio da programação quanto da publicidade. *Home* é o lugar de privacidade e conforto; de rotinização e regulação dos comportamentos (que, não por acaso, são reconhecidos como processos de “domesticação”). É o espaço de primazia do feminino e do sedentarismo, contra a mobilidade pelo mundo do elemento masculino (cf. MORLEY, 2000, p. 22-96).²

Invocando o que Foucault teria denominado “as três grandes variáveis” – território, comunicação e velocidade –, Morley faz diversas associações entre os processos de modernização dos sistemas de transportes, as formas de mediação comunicativa, a representação iconográfica de paisagens e a constituição do mercado de consumo. Nesse contexto, a televisão da primeira metade do século 20 poderia ser vista como “um meio de transporte da mente” (ARNHEIM, 1933 apud MORLEY, 2000, p. 171).

Outro embate epistemológico apontado por Morley (2000) é o das chamadas “geografias pós-moderna, virtual e cibernética”, que confronta visões análogas ao debate dos apocalípticos e integrados abordado por Umberto Eco na década de 1970 (tendo a televisão como referencial da disputa). A dicotomia atual põe de um lado a avaliação drástica da aceleração do tempo e supressão do espaço “como nunca visto antes” e, de outro, os defensores de uma perspectiva geo-histórica que relativiza tais processos. O autor inglês lembra que foi Karl Marx, ainda no século 19, quem primeiro se referiu à “aniquilação do espaço pelo tempo” (no *Grundrisse*, escrito em 1858 e só publicado em 1939), tanto no sentido físico quanto no simbólico, ao prever o papel que as tecnologias de comunicação teriam no processo de modernização das sociedades e no capitalismo.

Citando estudos da primeira metade do século 20, ele lembra, também, que outras tecnologias de comunicação – como a imprensa e a televisão – já haviam causado sensação de compressão de tempo-espaço à época de seu desenvolvimento, obviamente que em escalas menores: “*What the motor car was to the horse, and the aeroplane to the motor car, the ‘television’ will be to the aeroplane... and the world... For it is television that is going to wipe out space and above all, time*” (MORSE, 1990 apud MORLEY, 2000, p. 171).

Ou seja: o que o carro a motor representou para o cavalo, e o avião para o carro a motor, a televisão iria representar para o avião e para o mundo, pois seria ela que iria aniquilar o espaço e, sobretudo, o tempo.

Interessado no desenvolvimento de estudos de mídia não eurocêntricos, Morley tem focado sua atenção também em fenômenos da globalização sob o crivo dos Estudos Culturais, sempre com abordagens interdisciplinares. Em um livro mais recente, *Media, modernity and technology: the geography of the new* (2007), o autor discute problemas metodológicos, práticas de pesquisa e questões disciplinares, que ele trata como “dilemas, cânones ou ortodoxias”, especialmente os situados na interface entre os Estudos Culturais e os estudos de mídia, com seus contextos, fronteiras e políticas específicos.

Em ambos os livros, Morley observa um movimento constante de interação entre as Ciências Sociais e as correntes geográficas, cada qual contribuindo, reciprocamente, para a compreensão dos fenômenos e das relações de espaço-tempo. Nessa construção entram frequentemente as contribuições de Marshall McLuhan (*global village*), Anthony Giddens (*time-space convergence*), Paul Virilio (*final generation of “vehicles”*), Marc Augé (*non-places*), entre outros.

Do lado dos geógrafos, contribuições pioneiras para os estudos de mídia têm vindo de Paul Adams, professor associado e diretor de Estudos Urbanos no Departamento de Geografia e Meio Ambiente da Universidade do Texas, em Austin (Estados Unidos), e autor de *Geographies of media and communication* (2009) e de *The boundless self: communication in physical and virtual spaces*, de 2005, entre outros livros.

Em sua obra de 2009, Paul Adams defende a “geografia fenomenológica” como uma epistemologia que propicia a investigação das dimensões individuais da experiência cotidiana, ao mesmo tempo que considera o “estar-no-mundo” (*being-in-the-world*). Para ele, a fenomenologia representou, para os geógrafos, uma alternativa ao positivismo por permitir direcionar o olhar para aspectos da experiência humana relacionadas a lugares, com aportes da etnografia e da etnometodologia (cf. ADAMS, 2009, p. 199-202).

Em 2010, ele publicou, em forma de artigo, uma taxonomia com o objetivo de ajudar a entender a maneira como os geógrafos estabelecem relações teóricas entre espaço, lugar (*place*), mídia e comunicação; e como estudam a comunicação contemporânea a partir de uma perspectiva geográfica, ainda que de variados ângulos. Seu ponto de partida foi um indicador importante para este emergente campo: ao longo de 2009, cada um dos principais periódicos internacionais da Geografia publicou pelo menos um artigo com referências sobre comunicação ou mídia. Desde então, o periódico on-line de geografia da mídia *Aether* vem publicando vários artigos em torno dessas temáticas, e a Associação de Geógrafos Americanos (AAG) criou um grupo de especialistas em “*Communication Geography*”.

Em seu estudo prévio para a construção da taxonomia, Adams observou uma grande diversidade de pesquisas empíricas e heterogeneidade nas abordagens teóricas, conforme a especialização geográfica de origem do pesquisador (humana, cultural, geográfica, econômica etc), nas quais espaço e lugar (*space and place*) podem ser entendidos tanto como conteúdos quanto como contextos da comunicação. Adams detectou nesses estudos o cruzamento de um espaço conceitual, que organizou em quatro quadrantes, aqui mantidos em sua nomenclatura original: *place-in-media*; *media-in-place*; *space-in-media*; *media-in-space*. Tal esquema, segundo o autor, é aplicável a diferentes tipos de estudos e funciona como indicador da complementaridade de várias abordagens que ainda são tratadas como não relacionadas ou mutuamente contraditórias. Com isso, busca propiciar uma zona analítica de fronteira entre a perspectiva orientada pela relação espaço e lugar, e a orientada por contextos e conteúdos (cf. ADAMS, 2010, p. 37-38).

Outra preocupação de Paul Adams (2010) é tornar mais claro o que os geógrafos entendem por “comunicação” e “mídia”, já que no âmbito dessa disciplina o termo “comunicações” costuma se referir às telecomunicações, às comunicações eletrônicas e, ultimamente, às tecnologias digitais. Para ele, é importante que os pesquisadores da área não se atenham apenas aos ingredientes materiais das comunicações, mas prestem atenção também aos elementos sociais, como linguagens, códigos, instituições, crenças, conhecimento, arcabouço normativo etc (cf. ADAMS, 2010, p. 39).

ESPACIALIDADES DA COMUNICAÇÃO

Vertente fundadora do campo, gerada pela interação mútua da “virada cultural” da Geografia com a “virada espacial” (*spatial turn*) dos estudos de mídia, a abordagem das espacialidades da Comunicação com enfoque geográfico tem como autores de referência os nórdicos André Jansson e Jesper Falkheimer, organizadores da coletânea *Geographies of communication: the spatial turn in media studies* (2006). No mapeamento do campo que fazem no livro, o ano de 1985 aparece como o marco da aproximação entre geógrafos e pesquisadores da Comunicação por dois lançamentos editoriais: a coletânea *Geography, the media, and popular culture*, organizada pelos geógrafos Jacquelin Burgess e John R. Gold; e *No sense of place*, obra bastante citada do psicólogo social Joshua Meyrowitz, apesar de eventuais acusações de determinismo tecnológico, elaborada a partir das teorias de Harold Innis, Marshall McLuhan e Erving Goffman (cf. FALKHEIMER; JANSSON, 2006, p. 9-16).

Além das já citadas obras de David Morley produzidas na segunda metade da década de 1990, também foram marcantes para a “virada espacial” dos estudos de mídia: *Modernity at large*, de Arjun Appadurai (1996), *Transnational connections* (1996), Ulf Hannerz, e *Globalization and culture*, de John Tomlinson (1999). Já no século 21, os autores destacam *MediaSpace*, de

Nick Couldry e Anna McCarthy, como a obra que sistematiza a base conceitual da “Geografia da Comunicação” como campo de estudos.

A coletânea de Jansson e Falkheimer não se propõe a abarcar todas as tendências inventariadas, e, sim, a discutir a Comunicação como uma produção espacial, da qual não escapa uma dimensão política e ideológica relativa à convergência das esferas pública e privada e das escalas local e global. Nessa dimensão, destaca-se o artigo de Richard Ek, que analisa criticamente como os discursos geopolíticos são representados e legitimados através da comunicação. Os dois autores chamam a atenção também para a dimensão tecnológica dos estudos do campo, na qual enfatizam uma influência recíproca entre as tecnologias e os processos midiáticos e as relações sociais. A terceira dimensão privilegiada no livro é a que Jansson qualifica de “análise textural”, que busca entender como o espaço midiático é “materializado” pela cultura (cf. FALKHEIMER; JANSSON, 2006, p. 16-18).

IMAGENS MEDIATIZADAS DE LUGARES

No seu livro de 2009, Paul Adams analisa os processos de mediação exercidos pela mídia na apreensão das imagens e dos sentidos dos lugares. Tais imagens, internalizadas como repertório pessoal, podem ter sido apreendidas por experiência direta, *in loco*, ou por meio de programas de televisão, revistas, jornais, filmes ou sites da internet. Isso significa que é possível alguém ter imagens mentais e uma definição para montanha, mesmo que nunca tenha visto uma de perto; no entanto, certamente tais imagens e definição serão diferentes de quem já subiu o Aconcágua, por exemplo.

Segundo Paul Adams, as imagens de lugares têm sido estudadas sistematicamente por geógrafos desde a década de 1970, mas não costumam interessar aos pesquisadores de mídia. Contudo, os ainda poucos estudos acerca dos processos de construção imagética ou iconográfica de lugares têm feito avançar uma área pouco valorizada na pesquisa em Comunicação: a da comunicação turística, tanto sob o viés informativo (jornalismo, filme ou vídeo documentário, por exemplo) quanto publicitário (*tourism advertising*), no qual têm influência as técnicas de *place branding* mencionadas por David Morley (2000) e Jesper Falkheimer (2006).

Na coletânea dos autores nórdicos, quatro artigos tratam dessa temática. Falkheimer mostra, por meio da análise do discurso visual, os conflitos existentes entre as estratégias discursivas de marketing que visam construir imagens positivas de certas cidades, regiões ou de países (*place branding*) e a cobertura jornalística de fatos de conotação negativa ocorridos nesses lugares. Asa Thelander analisa a “mediação da natureza” em anúncios de viagens, especialmente as formas visuais de representação dos destinos turísticos. Já Anne Marit Waade toma como objeto empírico uma série televisiva sobre viagens populares na Suíça, que utiliza navegação cartográfica, por meio de diferentes recursos de angulação

oferecidos pelas tecnologias audiovisuais digitais. Por fim, Jonas Larsen analisa a fotografia turística como um ritual intrínseco às viagens e ao ethos dos viajantes, que implica mediações envolvendo câmeras, lugares, turistas e imagens.

No entanto, observa-se nesses estudos uma lacuna acerca das imagens de lugares relacionados à comunicação ambiental, tanto do ponto de vista dos acontecimentos ligados à natureza quanto àqueles relacionados ao ambiente construído.

GEOGRAFIAS E GÊNEROS DE REPRESENTAÇÃO

Em *Home territories* (2000), Morley diz que seu principal interesse de pesquisa reside na articulação das dimensões física e cultural mediadas por meios eletrônicos. Nessa direção, ele busca uma analogia entre os espaços do mundo físico ocupados por certos grupos sociais e os “espaços virtuais” de representação que ocupam na mídia. Tal abordagem é a que ele denomina “geografias dos gêneros de representação” (cf. MORLEY, 2000, p. 163-164).

Nessa linha, Morley dedica algumas páginas (128-140) ao ethos suburbano que tem caracterizado boa parte da programação da TV aberta dos Estados Unidos (e também do Brasil), endossando a tese de Roger Silverstone de que a televisão é uma mídia suburbana.³ Com base em seus estudos sobre o papel e o lugar da televisão na vida cotidiana, este autor chegou à conclusão de que há uma afinidade eletiva entre essa mídia e o subúrbio. Para Silverstone, os gêneros de expressão por excelência desse “suburbanismo” são as telenovelas e as comédias de situação (*sitcom*), fortemente dedicadas a representações dos problemas e das cenas da vida cotidiana.

Um exemplo recente dessa afinidade eletiva no contexto brasileiro foi o sucesso de audiência da novela *Avenida Brasil* (Rede Globo). A novela, construída em torno do fictício bairro do Divino, apresentava em sua narrativa traços de uma geografia particular, que representava uma síntese identitária do ser “carioca” a partir do amálgama de três polos socioculturais tipicamente “suburbanos”: a Baixada Fluminense, a Zona Norte e a Zona Oeste da cidade do Rio de Janeiro, tendo como antagonista a Zona Sul (reduzida ao bairro de Ipanema). Um dos aspectos inovadores dessa narrativa foi a inversão da dicotomia Zona Sul-subúrbio, típica de novelas urbanas anteriores. Em *Avenida Brasil*, a periferia ridicularizava as elites de Ipanema, um lugar muito “quieto e certinho”, que contrastava com a ruidosa agitação do Divino, onde viviam os personagens “barulhentos, sem modos, mas trabalhadores alegres e solidários, espelho dos milhões de brasileiros que saíram da pobreza”, como foram descritos pela imprensa à época do último capítulo.

O desenrolar da história atraiu a atenção de gente que não costuma assistir telenovelas. Em duas ocasiões (8 out. 2012 e 19 dez. 2012), a novela foi o programa mais visto da TV brasileira em 2012 e ultrapassou o desempenho das quatro últimas

telenovelas do horário nobre. O sucesso foi atribuído por críticos e até por correspondentes internacionais à valorização da “gente humilde” que mantém as raízes no local de origem, mesmo que enriqueça. “Novos ricos, remediados e pobres viveram 179 capítulos em harmonia, bebendo e dançando juntos no Divino Futebol Clube”, escreveu o crítico Maurício Stycer (UOL, 22 out. 2012), que também observou o outro lado da história. Embora ambientada em um subúrbio carioca, a novela teve apenas três personagens negros: um dono de bar, o seu ajudante faz-tudo e uma empregada doméstica. Além disso, tirou de cena a violência típica das periferias pobres (no Divino não havia tiroteios nem perseguições de polícia a bandidos), deixando subliminar o processo de “pacificação” do Rio de Janeiro, parte da estratégia das elites políticas e econômicas para os megaeventos esportivos de 2014 e 2016. Em *Avenida Brasil*, somente os vilões da trama (e seus paus-mandados) eram violentos.⁴

TERRITÓRIOS DAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

Como apontaram Hillis (1998) e Adams (2009, 2010), os geógrafos sempre se interessaram pelas tecnologias das comunicações, por considerá-las como extensão ou desdobramento dos sistemas de transportes. A introdução do telégrafo, em 1844, exerceu um papel crucial na separação entre essas duas atividades, por ser a primeira tecnologia a permitir que símbolos e mensagens se locomovessem mais rapidamente que objetos físicos e veículos, e a não depender mais de um ser humano como “transportador” da mensagem. Porém, com base em estudos de diversos autores de 1977 a 1996, Hillis (1998) observou que os geógrafos mantinham-se relutantes no trato das aceleradas inovações tecnológicas das comunicações, como se não conseguissem “pintar um modelo que não para quieto” (APPLETON, 1962 apud HILLIS, 1998, p. 545).

David Morley foi pioneiro nessa linha de pesquisa quando, ainda na virada do século 20, destacou como as tecnologias da comunicação estavam atravessando as fronteiras domésticas para o mundo virtual. Mostrando como a constituição de comunidades virtuais começaram ainda na era da telefonia, Morley problematiza questões que viriam a povoar os debates sobre a internet, como as fronteiras do ciberespaço e os deslocamentos virtuais, a emergência de alteridades físicas e virtuais e, por fim, o prenúncio das geografias virtuais (cf. MORLEY, 2000, p. 97-171).

Dois livros recentes selecionados para esta análise bibliográfica ampliam essas perspectivas: *Online Territories* (2011), uma coletânea editada pelos nórdicos Miyase Christensen, André Jansson e Christian Christensen, e *Global geographies of the Internet* (2013), de autoria do geógrafo e professor da University of Kansas Barney Warf.

O primeiro, que tem como subtítulo globalization, mediated practice and

social space, dá ênfase aos usos das mídias sociais e à análise dos comportamentos de indivíduos e grupos no ambiente virtual. Já Barney Warf esquematiza sua geografia da internet a partir de uma ampla pesquisa realizada em dez sub-regiões (incluindo América Latina e Caribe e África Subsaariana), cujos dados são trabalhados em quatro dos seis capítulos do livro. Embora a pesquisa siga a tradição geográfica de trabalhar sobre a “materialidade” dos espaços e objetos, no caso, os sistemas de informação e a infraestrutura das comunicações em rede (fibra ótica e satélites, principalmente), Warf inclui em suas análises tópicos que se situam na interseção da Geografia Econômica com a teoria social contemporânea, e “um pé” no desenvolvimento regional, como ele se apresenta.

Introdução à parte, o livro é estruturado em cinco grandes capítulos: um dedicado a origens, crescimento e geografias da internet global, no qual inclui um subcapítulo para a “brecha digital” (*digital divide*); o seguinte, centrado nas motivações e nos mecanismos de censura na internet, com recortes regionais; outro sobre o desenvolvimento do comércio eletrônico global, aí incluídas atividades não ortodoxas, como as apostas via internet, ou as geradas pela própria rede mundial, como a telefonia por IP; o penúltimo, focado na variedade de modelos e práticas de governo eletrônico, no qual o pioneirismo do Brasil é mencionado; e, por último, as mídias sociais e as mídias móveis, observadas tanto de um ponto de vista ontológico e relacional quanto de suas apropriações políticas progressistas.

Dispersa em outras obras selecionadas para este artigo, encontra-se uma abordagem do mundo virtual como um espaço híbrido de exercício da liberdade e das identidades, mas ao mesmo tempo de vigilância, controle, censura e preconceito em relação a comportamentos, gêneros e etnias. São indicadores de que, como mostrou Jenny Sundén (apud FALKHEIMER; JANSSON, 2006), as mídias digitais são construídas em movimentos dialéticos entre locais *on-line* e *off-line*.

GEOPOLÍTICA DOS FLUXOS E CONTRAFLUXOS DE INFORMAÇÃO

Abordagem tributária das não resolvidas questões da Nova Ordem da Informação e da Comunicação (Nomic), formulada nas décadas de 1970 e 1980 e tirada de cena pelo boicote econômico à Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) pelos países mais ricos do mundo, esta linha de pesquisa encontra um consistente aporte teórico, metodológico e empírico na obra de Daya Kishan Thussu, professor de Comunicação Internacional e Codiretor do India Media Centre (ligado à Westminster University, em Londres). Sua coletânea *Media on the move: global flow and contra-flow* (2007) reúne 19 autores de quatro continentes (exceto América Latina e Caribe), que demonstram que a digitalização e a mobilidade da mídia vêm alterando significativamente os fluxos e contrafluxos de informação, meios de comunicação e produtos midiáticos. E que isto não acontece mais somente no interior da parte mais rica do planeta, o Hemisfério Norte.

Transmissões por satélite, cabeamento de fibra ótica e redes digitais on-line vêm transformando radicalmente a paisagem midiática global (*global media landscape*) e a ecologia da Comunicação. Contudo, o pesquisador indiano chama a atenção para o fato de essa “revolução” não ser apenas tecnológica, mas também humana, em função de um tipo de movimentação de pessoas sem precedentes, tanto entre fronteiras físicas quanto culturais.

Com base em dados públicos e corporativos, *Media on the move* contextualiza os novos fluxos e contrafluxos midiáticos em âmbito global, com especial atenção à emergência e ao crescimento do que chama de “mídia não ocidental”, com enfoque regional. Para isso, foram entrevistados executivos de grupos de mídia com atuação em quatro diferentes gêneros de produtos midiáticos – animação, filme, telenovelas e noticiário – de quatro países: China, Rússia, Coreia do Sul e África do Sul.

O livro apresenta uma tipologia dos fluxos de mídia, dividida nas seguintes categorias: fluxos dominantes de corporações globais de variados segmentos da comunicação midiaticizada; e contrafluxos ou fluxos subalternos, dividida em transnacionais e geoculturais. Na primeira subcategoria enquadram-se a indústria de filmes indianos denominada “Bollywood”, a agência árabe de notícias Al-Jazeera e a rede de televisão latino-americana Telesur. Na segunda, a Zee TV, que se apresenta como a maior franquia de mídia destinada à Diáspora Sul Asiática; ou o site *islamonline.net*, apresentado exclusivamente em árabe.

A coletânea inclui estudo do experiente pesquisador da Comunicação Internacional Oliver Boyd-Barret sobre os reenquadramentos da mídia hegemônica (*mainstream*) e de meios alternativos de circulação global. Entre os estudos de caso que exemplificam a tese central de Thissu estão um sobre a globalização das telenovelas brasileiras, escrito por uma dupla de pesquisadores de instituições estadunidenses; e outro sobre a política das notícias da Al-Jazeera.

A abordagem de Thissu difere da adotada por Paul Adams (2009) em seu capítulo dedicado à estrutura e às dinâmicas dos fluxos gerados pela adoção de tecnologias da comunicação que progressivamente vão comprimindo o espaço no tempo – da telefonia fixa à celular. Com base em dados da Central Intelligence Agency (CIA), dos Estados Unidos, Adams mapeia, mundialmente, a difusão, o alcance e o acesso geográfico de linhas telefônicas, aparelhos celulares e interligações ao backbone da internet, tanto em termos absolutos quanto relativos a países, populações e Produto Interno Bruto (PIB). Os desenhos formados pelos pontos de disponibilidade e “manchas” de densidade de acesso formam o que autores citados por Adams qualificam de “plasticidade espacial” (*plasticity of space*) das tecnologias da comunicação.

Retomando o argumento de Thissu acerca do impacto da movimentação de pessoas pelo mundo (migrações internacionais, regionais, intranacionais) nos fluxos midiático e informativo, gerando contrafluxos transfronteiras, vale

destacar que, além dele, três outros livros aqui analisados abordam a “comunicação diaspórica”. Morley (2000, p. 125-226) se refere a “nomadismo pós-moderno” nos sistemas de mídia e nas relações de identidade transterritoriais, a mediações transnacionais, a espectadores desterritorializados, à representação dos espaços da diferença e a uma esfera pública “diaspórica” e transnacional.

Hafez (2007) aponta a emergência de uma etnicidade e de um transculturalismo gerado pela “desterritorialização” da informação e das ideias. Nesse contexto, a *web* assume o lugar de comunicação transfronteiras e de representação e resistência de identidades “diaspóricas” ou transnacionais, como apontam autores reunidos por Christensen e outros (2011). Um cenário antevisto por David Morley, na virada do século 20, quando identificou fronteiras difusas entre o que se reconhece como nação, comunidade e lar (*home is where you live*).

GEOGRAFIAS DOS SISTEMAS DE MÍDIA

Embora parte dos estudos e das análises apresentados no livro de Thussu (2007) possa ser enquadrada nesta linha de pesquisa, as relações espaciais e geopolíticas dos sistemas de mídia ainda são mais e melhor trabalhadas pela Economia Política da Comunicação (EPC) do que pela Geografia e pelos estudos de mídia. Na bibliografia selecionada para este artigo, a obra que mais se enquadra nesta vertente é a de Kai Hafez, professor titular de Estudos Internacionais e Comparados da Comunicação, no Departamento de Mídia e Comunicação da University of Erfurt, Alemanha.

Em *The myth of media globalization* (2007), Hafez dissecou a literatura sobre Comunicação Internacional, globalização e comunicação transcultural em busca de um arcabouço teórico que dê conta das transformações estruturais da controversa ideia de “esfera pública global”. E adota a teoria dos sistemas para conceituar as três principais características que atribui à globalização da comunicação de massa: conectividade, mudança e interdependência. O autor retoma parte da discussão sobre a Nomic para tentar entender por que, em tempos de governança global e de dissolução de fronteiras para o trânsito de informação, o Estado ainda exerce um papel crucial nas políticas de comunicação e mídia. Também aponta os limites da transnacionalização do capital dos sistemas de mídia, mostrando que, a despeito da concentração de propriedade de empresas no eixo euro-americano-australiano, o desenvolvimento do capital midiático é um processo dinâmico que ocorre simultaneamente nas escalas nacional, regional e global.

Embora considere a “cultura do entretenimento” como o cerne da globalização da mídia, Hafez lança mão de dados de pesquisas empíricas realizadas em diferentes países desde a década de 1980, para relativizar os supostos efeitos de homogeneização cultural que seriam provocados pela exportação/importação de produtos culturais, em especial filmes e séries de TV.

TELEVISÃO: GLOBALIZADA, MAS AINDA DOMÉSTICA

A relação entre tecnologias da comunicação e territórios foi observada por David Morley (2000; 2007) a partir da centralidade da TV no espaço doméstico da sociedade estadunidense pré-internet. Do ponto de vista das geografias da mídia, o trabalho de Morley nos leva a perceber o deslocamento sócio-histórico da televisão como um meio centrado no âmbito doméstico, baseado na difusão simultânea de conteúdos audiovisuais em larga escala (*broadcasting*), para tecnologias orientadas pela intensa mobilidade do indivíduo na vida cotidiana (“nomadologia pós-moderna”), na qual o celular e outros dispositivos móveis funcionam como tecnologias *micro-casting*.

Hafez (2007) desmonta a visão altamente disseminada (e teorizada) de que a viabilidade de distribuição direta da programação televisiva via satélite para qualquer parte do mundo romperia com o etnocentrismo e geraria novos hábitos de consumo dessa mídia. Segundo este autor, apenas uma pequena parte do público assiste regularmente a programas de outros países. A ideia de uma “televisão sem fronteiras” (que ele considera mais um mito da globalização) surge por causa das elites cosmopolitas ao redor do mundo, que em geral dominam o inglês e costumam assistir aos canais internacionais, sobretudo as redes de notícias mais conhecidas, como a CNN (cf. HAFEZ, 2007, p. 56-59).

A barreira linguística, aliás, é apontada como um grande fator que levou ao reposicionamento dos *broadcasters* internacionais de rádio e televisão. A programação em idioma estrangeiro vem sendo direcionada a segmentos de público, como as comunidades de migrantes e as classes médias culturalmente elitizadas que exercem peso político em seus países. Para Hafez, o domínio ocidental no campo da distribuição internacional de programas não significa, necessariamente, uma expressão cultural do capitalismo (cf. HAFEZ, 2007, p. 122).

GEOGRAFIAS DO CINEMA

Organizado pelo geógrafo cultural Chris Lukinbeal, da Universidade do Arizona (Estados Unidos), e pelo geógrafo social Stefan Zimmermann, do Instituto de Geografia da Universidade de Mainz (Alemanha), o livro *The geography of cinema, a cinematic world* (2008) é fruto do primeiro simpósio internacional sobre geografia do cinema, realizado em 2004, com o mesmo título, em Mainz. O evento teve como outro de seus desdobramentos a criação da revista *Aether – The Journal of Media Geography* (www.aetherjournal.org), da qual os dois autores são editores-fundadores.

Especialista em estudos de mídia e da paisagem urbana, Lukinbeal enfatiza em seus estudos sobre cinema e mídia as relações entre a economia política e os Estudos Culturais, focando a locação das filmagens e as formas

geográficas da mídia. Já Zimmermann atua na confluência da Geografia com a comunicação de massa, orientando seus estudos para a influência da mídia sobre a imigração ilegal e as formas de percepção das pessoas em relação às paisagens (*landscapes*) exibidas pelo cinema. Trata-se, portanto, de uma área de pesquisa bem recente, mas em clara expansão, segundo os organizadores do livro, que foi estruturado a partir das três principais vertentes de abordagens empíricas identificadas pelos autores: análise de conteúdo dos filmes; abordagens centradas na autoria (o ponto de vista do diretor); e estudos orientados pelo impacto (*affect*) do que é visto.

Entre os vários estudos de caso reunidos no livro, um investiga e discute dois filmes de Walter Salles, *Central do Brasil* e *Diários de motocicleta*. A análise com foco na autoria é conduzida a partir de três marcas distintivas atribuídas à obra de Salles: “cinema verdade”, “milagres da improvisação” e “estética do afeto”, que para Joseph Palis (2008, p. 51-57) reconfiguram o Cinema Novo com registros do Neorealismo Italiano.

Os dois filmes têm como referencial geográfico em comum a intensa exploração de paisagens como partes intrínsecas da narrativa, e não apenas cenários. Para Palis, esse traço caracteriza um tipo de filmografia que é local no escopo, mas de apelo internacional, em sintonia com a crescente tendência da internacionalização da indústria cinematográfica, que enfatiza a produção cultural (cf. PALIS, 2008, p. 56). Outros traços distintivos da obra de Salles apontados por Palis são a sua preferência autoral pelos desfavorecidos, a solidariedade social e a “estética do afeto”, que para o analista parecem protótipos de uma nação que ainda busca suas raízes e afinidades históricas.

PUBLICIDADE GEO-ORIENTADA

Em *Geomarketing: methods and strategies in spatial marketing* (2006), Gérard Cliquet faz uma ampla sistematização das aplicações das variáveis espaciais e informações geográficas ao planejamento de estratégias de ocupação de mercado. Professor de Gestão da Université de Rennes 1 (França), ele não pode ser considerado um adepto das Geografias da Comunicação, mas ao dedicar um capítulo do livro às aplicações do geomarketing à Publicidade fornece subsídios interessantes para pesquisadores dessa área, em especial para os que estudam comportamentos de consumo.

O autor parte do princípio de que os custos envolvidos entre a criação publicitária e a compra de espaço na mídia leva os anunciantes a quererem assegurar que a mensagem concebida terá um alcance efetivo e, em consequência, um resultado eficaz, viabilizando a meta comercial planejada. O geomarketing entra nesse processo como ferramenta que promete melhorar o tratamento de dados sociodemográficos (idade, sexo, renda etc) ao associá-los a territórios de

prospecção ou a “zonas de mobilidade” de clientes em potencial, que, juntos, compõem um sistema de informação geocodificada chamado “geomarketing de fluxos” (cf. CLIQUET, 2006, p. 241-243)

O tratamento desses dados dá origem a um sistema de “cartografia digital”, que alia mapas a bases de dados. Segundo Cliquet, tal sistema permite, inclusive, a adequação de conteúdos da mensagem publicitária à espacialidade do público-alvo (local, regional, nacional), de forma a garantir seu maior impacto. Provavelmente a ferramenta também utiliza a técnica de mapeamento de mercado consumidor denominada geodemographics, mencionada por Morley (2000, p. 140). Para este autor, classificar os comportamentos das pessoas de uma determinada área residencial ou localidade significa levar ao pé da letra a máxima popular de que *where you live is who you are* (o local onde você vive diz o que você é).

CONSIDERAÇÕES FINAIS: PELA VISIBILIDADE DA GEOGRAFIA NA COMUNICAÇÃO

Em artigo pioneiro no Brasil, Sonia Virgínia Moreira (2009) chamou a atenção para a invisibilidade da Geografia nos estudos da comunicação e da mídia, embora já observasse que autores brasileiros e estrangeiros começavam a abrir espaços nessa direção. Ela estabelecia, então, uma interlocução com o artigo publicado em 1998 por Ken Hillis. Para este autor, as comunicações e suas novas tecnologias digitais deveriam receber mais atenção por parte da Geografia Humana e pela Geografia Social, tanto por envolverem implicações socioespaciais quanto por permitirem representações visuais, duas questões metodológicas caras aos geógrafos.

A análise bibliográfica aqui apresentada revela o quanto se avançou desde então, não só com a visibilidade de um grupo de geógrafos interessados no campo, por meio sobretudo da revista *Aether*, as também por uma aproximação mais consistente de pesquisadores de mídia – em especial os que trabalham com Estudos Culturais – com as Geografias Humana, Social e Cultural. Isto no mundo anglo-saxônico, porque no âmbito da pesquisa em Comunicação no Brasil e na América Latina, em geral, ainda é grande a invisibilidade da Geografia na Comunicação, e vice-versa.

Este trabalho de garimpagem bibliográfica, leituras e resenhas é parte de um esforço empreendido no projeto de pesquisa Geografias da Comunicação Ambiental no Brasil, visando à compreensão de como os conceitos geográficos fundamentais de espaço, território, lugar, paisagem, e escala – além da controversa noção de região – podem contribuir para melhor abordagem das questões ambientais contemporâneas na mídia e nas comunicações interpessoais.

Nesse caminho, foi possível vislumbrar um mundo de possibilidades de aplicações para a relação interdisciplinar entre as duas disciplinas. Daí a

ideia de compartilhar essa bibliografia com outros pesquisadores, de forma a estimular a formulação de uma agenda de estudos e novas interlocuções de pesquisa nos dois lados desta emergente “especialidade” denominada Geografias da Comunicação e da Mídia.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADAMS, Paul C. *Geographies of media and communication*. Sussex: Wiley-Blackwell, 2009.

_____. A taxonomy for communication geography. *Progress in Human Geography*, v. 35, n. 1, p. 37-57, 2010.

CHRISTENSEN, Miyase; JANSSON, André; CHRISTENSEN, Christian (Eds.). *Online territories: globalization, mediated practices and social space*. New York: Peter Lang, 2011.

CLIQUET, Gérard. *Geomarketing: methods and strategies in spatial marketing*. London: ISTE, 2006.

FALKHEIMER, Jasper; JANSSON, André (Eds.). *Geographies of communication: the spatial turn in media studies*. Nordicom: Goteborg, 2006.

HAFEZ, Kai. *The myth of media globalization*. Cambridge: Polity Press, 2007.

HILLIS, Ken. On the margins: the invisibility of communications in geography. *Progress in Human Geography*, v. 22, n. 4, p. 543-466, 1998.

LUKINBEAL, Chris; ZIMMERMANN, Stefan (Eds.). *The geography of cinema, a cinematic world*. Stuttgart: Franz Steiner Verlag, 2008.

MOREIRA, Sonia Virgínia. Sobre a invisibilidade da Geografia na Comunicação. In: XXXII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2009, Curitiba. *Anais...* Curitiba: Universidade Positivo. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-3221-1.pdf>>. Acesso em: 30 ago. 2012.

MORLEY, David. *Home territories: media, mobility and identity*. London; New York: Routledge, 2000.

MORLEY, David. *Media, modernity, technology: the geography of the new*. London; New York: Routledge, 2007.

PALIS, Joseph. An unmapped people and places: cinema, nation and the aesthetics of affection. In: LUKINBEAL, C.; ZIMMERMANN, S. (Eds.). *The geography of cinema, a cinematic world*. Stuttgart: Franz Steiner Verlag, 2008. p. 51-57.

THUSSU, Daya Kishan (Ed.). *Media on the move: global flow and contra-flow*. London; New York: Routledge, 2007.

WARF, Barney. *Global geographies of the Internet*. New York: Springer, 2013.

NOTAS

- 1** Levantamento e análise realizados como parte do projeto de pesquisa Geografias da Comunicação Ambiental no Brasil, realizado com apoio dos editais Capes-CNPq-CHSSA 2010 e CNPq-Universal 2010.
- 2** Levando em conta que a quase totalidade da bibliografia utilizada neste artigo foi publicada em inglês e que as normas editoriais deste periódico exigem que as citações de textos em língua estrangeira sejam feitas no original, acompanhadas de tradução consecutiva ou em nota de fim de página, optou-se por compilar e resenhar as ideias gerais dos autores, evitando-se ao máximo citações diretas, que tornariam a leitura muito cansativa. Em deferência ao pensamento original dos autores, utiliza-se a indicação “cf.” (que significa “conforme”) para referenciar os trechos das obras em que tais ideias se encontram.
- 3** Embora as áreas denominadas subúrbios em Londres, Nova Iorque ou Rio de Janeiro não tenham exatamente as mesmas características físicas e condições socioeconômicas e culturais, do ponto de vista da geografia, o termo “subúrbio” designa áreas periféricas de um centro urbano, geralmente habitadas por populações de alguma forma marginalizadas ou desfavorecidas pelo sistema dominante. É onde, em geral, vivem as populações etnicamente discriminadas, os imigrantes ilegais, a classe média empobrecida ou os pobres em ascensão econômica.
- 4** Extrato do estudo inédito “Comunicação local-regional, hiperlocal e comunitária: muito além da Avenida Brasil”, apresentado pela autora no Seminário Brasil-Dinamarca de Comunicação e Cidadania, realizado em novembro de 2012 pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe.

O território geográfico como categoria metodológica dos estudos em Comunicação Social e Jornalismo

The geographical territory as a category of methodological studies in Media and Journalism

Rosana Maria Ribeiro Borges

Bacharel em Comunicação Social (Radialismo), mestre em Educação Brasileira pela Faculdade de Educação da Universidade Federal de Goiás, doutora em Geografia pelo Instituto de Estudos Socioambientais da mesma instituição e professora com dedicação exclusiva no curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da mesma universidade

Resumo

O artigo debate a categoria geográfica “território” como uma possibilidade teórico-metodológica às pesquisas em Comunicação Social e Jornalismo, especialmente diante da compreensão de que não há conformação territorial sem atribuição de sentidos, ou seja, dos latentes vínculos entre o território e a produção simbólica, que também possui uma dimensão geopolítica, histórica e cultural. Inicialmente, o texto tece algumas considerações acerca das relações, encontros e possibilidades entre a Geografia e o Jornalismo. Posteriormente, caminha para reflexões sobre território, poder e controle, para abarcar os sentidos dos territórios, os processos de comunicação e as dinâmicas territoriais, que cada vez mais erigem em redes. Os apontamentos finais indicam o território como uma categoria metodológica importante aos estudos comunicacionais e jornalísticos, capaz de ampliar leituras, aproximando-as da totalidade dos processos históricos.

Palavras-chave: território geográfico; Geografia e Jornalismo; pesquisa em Comunicação e Jornalismo.

Abstract

The article discusses the geographical category “territory” as a possibility for theoretical and methodological research in Media and Journalism, especially on the understanding that there is no conformation territorial attribution of senses, that is, the latent connections between the territory and symbolic production, which also has a geopolitical dimension, historical and cultural. Initially, the text presents some considerations about the relations, meetings and possibilities between Geography and Journalism. Later, presents reflections on territory, power and control to encompass the meanings of the territories, the processes of communication and territorial dynamics that increasingly erect networks. The final notes indicate the territory as a category important methodological studies and journalistic communication, able to extend readings, approaching the totality of historical processes.

Keywords: geographic territory; Geography and Journalism; research in Communication and Journalism.

INTRODUÇÃO

Assim que me deparei com a chamada de trabalhos para compor o “Dossiê Geografias da Comunicação”, vivenciei uma alegria produtiva, pois vi que estava diante de uma oportunidade ímpar que, como uma luva, seria capaz de substanciar-se numa primeira veste pública de parte da mais relevante pesquisa da minha jornada acadêmica. É que tenho formação na Comunicação Social, atuo profissionalmente no jornalismo e acabo de defender uma tese de doutoramento justamente na Geografia. A tese, intitulada *Pensamentos Dispersos, hegemonias concentradoras: discursos jornalísticos e movimentos de territorialização no Cerrado*, debateu as relações entre diversos jornais impressos de circulação nacional, regional e local e os processos que ampliaram e reordenaram as fronteiras geopolíticas e geoeconômicas para o território cerradense, hoje considerado “celeiro da humanidade” e “filé mignon da moderna agricultura”, para utilizar um termo empregado pelo geógrafo Antonio Teixeira Neto (2008, p. 238).

Entretanto, não elaborei esse artigo para discutir o objeto da tese, mas parte do aporte teórico-metodológico que o conformou a partir do conceito de território, pois compreendo que o território geográfico pode traduzir-se numa categoria metodológica para os estudos jornalísticos e comunicacionais. Sem demérito de nenhuma outra categoria da Geografia, nem tampouco incorrendo num possível “modismo” de momento, acredito que o território é uma categoria da qual os pesquisadores da Comunicação e do Jornalismo têm de buscar maior aproximação.

Mas antes de aprofundar na discussão inerente a este artigo, quero expressar alguns pensamentos sobre os encontros, os diálogos e as possibilidades que percebo nos dois campos do saber, já que, no decurso do meu doutoramento, muitos me perguntavam o porquê de uma professora da área de Jornalismo estar vinculada à Geografia. O questionamento não me causava estranheza, afinal, não há muitos estudos e publicações aproximativos de ambas as áreas. Surpresa mesmo era a feição das pessoas nos momentos em que a resposta podia fluir: um espanto positivo, elucidador de processos e relações, que comumente desembocava em algo semelhante a “nossa, eu nunca tinha pensado nisso!”.

É que as relações entre a Geografia e o Jornalismo são maiores e mais profundas do que se imagina, a começar pelos antecessores dos atuais geógrafos e jornalistas, os antigos expedicionários. O entendimento de que eles fundaram as bases contemporâneas da Geografia é até muito comum, pois as primeiras concepções geográficas surgiram na Grécia, cuja língua materna inclusive dá origem ao termo “Geografia”, que, traduzido para o português, significa algo próximo à “escrita sobre a Terra”. As epopeias *Iliada* e *Odisseia*, atribuídas a Homero, são tidas como as bases de uma das mais fortes vertentes geográficas, já que tiveram como tema central da narrativa o contato com o empírico por meio de expedições

e viagens por terras míticas, até então desconhecidas. Séculos depois, quando as nações da Europa Ocidental emergiram e sentiram a necessidade de se expandir territorialmente, em virtude da ascensão do capitalismo comercial ou de demandas imperialistas, o conhecimento empírico sobre o mundo tornou-se uma questão de poder: para dominar o meio, era necessário conhecê-lo. Os processos desencadeados pelos expedicionários que descreviam os lugares além da vista e os registravam em imagens, textos, mapas, tratados, cartografias, diários de viagem e relatos reafirmaram as relações entre a Geografia e o poder, ou, em outros termos, o papel estratégico da geopolítica na conformação dos lugares e dos seus significados. Portanto, suas produções também possibilitavam a ampliação dos sentidos do mundo e das pessoas em relação ao mundo.

O que praticamente não é propagado é que os antigos expedicionários também estiveram presentes no início da produção jornalística. Kunczik (2002, p. 22) explica que “na Europa Central, os predecessores dos jornalistas atuais eram os bardos viajantes, que reportavam e comentavam os acontecimentos do dia nas feiras, mercados e cortes aristocráticas, assim como os mensageiros e os escrivães públicos”. Patrocinados pelo poder político, os viajantes e cientistas expedicionários percorriam outros territórios, muitos deles pouco ou ainda não explorados, com a missão de fazer registros, ou seja, produzir informações e atribuir sentidos ao viver, às suas dinâmicas e possibilidades.

Desde o início, as produções geográficas tinham a tarefa de mostrar o mundo e os lugares desconhecidos para o povo europeu. Por isso seus fortes vínculos com as expedições e a afirmação da empiria como princípio metodológico. Entretanto, os textos não se limitavam a descrever o mundo físico e natural. Críticas a processos e transformações espaciais e territoriais também compunham as narrativas, relacionadas tanto ao universo subjetivo dos autores quanto aos lugares e mundos dos quais faziam parte.

Nos primórdios da Geografia, o trabalho de campo constituiu-se na principal metodologia de produção do saber e, no Jornalismo, além de também possuir funções metodológicas, fundou um dos mais importantes gêneros textuais: a reportagem, que se difere da notícia porque, além de apontar os eventos, suas razões e efeitos, levanta e problematiza questões, tece comentários, discute o contexto e tem um claro aporte argumentativo e analítico que não está focalizado somente no factual, além de, em geral, indicar outros desdobramentos.

Apesar de alguns autores afirmarem que os primeiros periódicos foram fundados no paradigma do texto informativo e no discurso retórico como exaltação da fé ou do Estado (MELO, 2003; LAGE, 2008), outros dizem justamente o contrário. É o caso de Martín-Barbero (1997) e Sousa (2008), para os quais os chamados “folhetins” fundaram praticamente todos os gêneros jornalísticos, com vínculos noticiosos fortemente alicerçados nos relatos e relatórios dos expedicionários.

Ainda no que diz respeito à textualidade, a Geografia e o Jornalismo compartilham algo além da escrita. Como ocorre nas demais Ciências e áreas de atuação profissional, a necessidade de expor as produções é uma constante, sendo que o texto escrito é a forma mais usual. Todavia, os geógrafos e os jornalistas comumente recorrem às imagens, suportes necessários ao texto e ao contexto.

Na Geografia a imagem pode ser gráfica, cartográfica, iconográfica, fotográfica, produzida a mão livre ou gerada por meio de complexos *softwares* e tecnologias extremamente avançadas, como os satélites. Simbolicamente, também pode estar relacionada às percepções que as pessoas têm dos lugares, que geograficamente são denominadas como paisagens, que não são somente os objetos contidos nos lugares, já que incluem também as relações sociais e a cultura. Para Santos (2006a, p. 21), a paisagem é “tudo aquilo que nós vemos, o que nossa visão alcança, é a paisagem. Esta pode ser definida como um domínio do visível, daquilo que a vista abarca. Não é formada apenas de volumes, mas também de cores, movimentos, odores, sons etc.” A percepção e os sentidos são, portanto, a dimensão da paisagem, cujas formas não se originam apenas das possibilidades técnicas, mas também das condições econômicas, políticas e sociais. Numa cidade, por exemplo, os elementos que formam a paisagem, enquanto resultados do trabalho corporificado, são sempre objetos culturais.

No Jornalismo, a imagem é mais do que um recurso estilístico: é um aporte que constata, confirma, estabelece vínculos com o leitor, traz para ele os acontecimentos, o cenário ou alguma forma de ação que foram abordados no decorrer do texto. Simbolicamente, a imagem possibilita a aproximação com o evento, com o cotidiano, e contribui na formação das impressões estéticas e das representações contextuais. Ela é tão importante que fundou uma ênfase da formação profissional e um campo de atuação: o fotojornalismo, “[...] Uma atividade singular que usa a fotografia como um veículo de observação, de informação, de análise e de opinião sobre a vida humana e as consequências que ela traz ao planeta. A fotografia jornalística mostra, revela, expõe, opina” (SOUSA, 2002, p. 9).

Mas a imagem também é um objeto de estudo da produção científica da Comunicação Social e do Jornalismo, com preponderância das pesquisas relacionadas à análise de conteúdo e de discurso dos veículos comunicacionais e jornalísticos. Entretanto, também se faz presente nas abordagens mais sociológicas – e até mesmo geográficas – que focalizam as relações entre as mídias e o mundo contemporâneo, que não pode mais ser lido em sua totalidade sem que as redes de comunicação e de jornalismo sejam debatidas.

A geógrafa Maria Fernanda Alegria, do Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa, chega a afirmar a emergência de uma “Geografia Mediática” em reconhecimento ao papel dos media, comunicação e jornalismo na formação das pessoas e nas dinâmicas territoriais. Seus argumentos são:

a) Eles são o principal *veículo de informação* sobre áreas distantes e mesmo de boa parte do meio mais próximo. É através dos jornais, da televisão, do rádio, da internet, que podemos ter *acesso ao que se passa no planeta*. b) Com base nessas informações, que nunca são neutras e objetivas, constroem-se imagens, representações da realidade, que contribuem *para se forjar uma identidade comum*. c) Os “media” ocupam um largo espaço na construção dessa identidade, não só por seu papel informativo, mas pela *função de lazer* que está associada à maioria, contribuindo para criar um “*ambiente cultural comum*” (ALEGRIA, 2010, p. 15. Grifos da autora).

Neves e Ferraz também são enfáticos ao afirmar o quanto o fruto do encontro da Geografia com outras áreas do conhecimento pode ser salutar:

Certamente não há Geografia sem que haja transgressão de suas próprias fronteiras [...], a efetivação de um contínuo diálogo com as demais áreas do saber (científico ou não) promoverão a democratização dos discursos e uma experiência dialógica tão necessária para o revigoramento conceitual e social deste saber. Nesse ponto, o diálogo com outras esferas do saber humano [...] pode contribuir para ampliar os conceitos, indo além do formalismo e da mera especialização dogmatizante dos mesmos. Desta maneira, o geógrafo deve estar preparado para um melhor aproveitamento e uso de novas linguagens pautadas na imagem, pois produzir conhecimento geográfico não pode se restringir a conceitos genéricos com que oficialmente se entende este saber, reduzindo-o a um processo de memorização e reprodução de palavras e conceitos enrijecidos e acabam por se impor à dinâmica do real (NEVES; FERRAZ, 2011, p. 179).

Para além da textualidade, a tentativa de construção de uma leitura capaz de aproximar-se da totalidade indica outra congruência entre a Geografia e o Jornalismo, cujos objetivos, apesar das distinções de cada campo de atuação profissional, bem como dos desvios inerentes à profissionalidade, são igualmente semelhantes, ou seja, estão relacionados à leitura do mundo e dos territórios em sua totalidade. O que os diferencia é que, para o geógrafo, a lente está focada nas categorias e nos objetos geográficos, enquanto o jornalista precisa desses – e de outros focos – para narrar, registrar, contextualizar, debater e refletir sobre os eventos que geram os processos históricos e sociais. Sobre o assunto, Borges e Deus apontam que o Jornalismo é:

[...] *Uma forma sistemática de produção de sentidos sobre o espaço e o tempo vividos*, ou seja, um processo social de significação do mundo orgânica e institucionalmente fundado, que envolve o contato com informações capazes de levar à formatação das notícias. Seu *objeto*, portanto, *é o evento localizado no espaço e no tempo vividos*, e sua finalidade é a produção social de sentidos (BORGES; DEUS, 2012, p. 318. Grifos dos autores).

Nessa perspectiva, ambos possuem um caráter mediador que contribui na produção dos sentidos do mundo, dos lugares e das suas relações, bem sobre os sujeitos que os produzem e que por eles são formados. Inegavelmente, isso implica na conformação territorial, pois não há apropriação de territórios sem que haja atribuição de significados.

TERRITÓRIO, PODER E CONTROLE

No texto *Território, territórios: ensaios sobre o ordenamento territorial*, Milton Santos (2006b) postula que “o território é o lugar em que desemboçam todas as ações, todas as paixões, todos os poderes, todas as forças, todas as fraquezas, isto é, onde a história do homem plenamente se realiza a partir das manifestações da sua existência”.

Assim compreendido, o território abarca um leque enorme de elementos, tais como poder, Estado, economia, política, comunicação, cultura, mediações, significações, representações, paisagem, espaço, lugares, redes, entre outros. Resultante da apropriação coletiva do espaço por um determinado grupo guiado por critérios e normas pré-estabelecidas, o território delimita fronteiras e seu verbo se afirma na conjugação do “dominar” e do “apropriar”. Daí emerge seu caráter geopolítico, produto e produtor de dinâmicas e eventos sociais, cujo sustentáculo está justamente nos vínculos materiais e simbólicos que o perpassam por meio das relações de poder que, cada vez mais, erigem em redes.

De fato, a etimologia da palavra “território” tem uma dupla conotação que confirma o seu caráter material e simbólico, pois se relaciona tanto à dominação da terra quanto ao medo que a circunda. Haesbaert (2004) pontua que, no latim, o termo “território” está próximo tanto de *terra-territorium*, relacionado à dominação jurídico-política da terra, quanto de *térreo-territor*, que tem a ver com o terror, apavoramento ou medo de quem, a partir da dominação territorial, sofre com a perda da terra ou com o impedimento de nela adentrar em virtude do estabelecimento de fronteiras.

Em um ou outro caso, é latente uma íntima ligação do território com o poder, seja ele político, jurídico, econômico ou simbólico. Para que um território exista, determinado agrupamento social tem que dele se apoderar, e esse apoderamento não ocorre fora de um contexto e esvaziado de um sentido referenciado por propósitos.

Em decorrência dessa compreensão é que está a distinção entre a “apropriação” e a “dominação”, vastamente debatida por Lefebvre (2001; 2008): no que se refere ao território, o poder tem um sentido concreto – de dominação – e um sentido simbólico – de apropriação. A propriedade, a posse, a funcionalidade, as fronteiras, a territorialidade e o valor de troca são inerentes à dominação territorial, também concebida como “captura” de determinado território. Já as rugosidades, os modos de vida, as formas como as pessoas produzem e traduzem o território (e são por ele produzidas e traduzidas), bem como o seu valor de uso, dizem respeito à “apropriação”, simbolicamente construída. Ao destacar a importância da distinção lefebvriana, Haesbaert diz:

O território envolve sempre, ao mesmo tempo [...], uma dimensão simbólica, cultural, através de uma identidade territorial atribuída pelos grupos sociais, como forma de “controle simbólico” sobre o

espaço onde vivem (sendo também, portanto, uma forma de apropriação), e uma dimensão mais concreta, de caráter político-disciplinar (HAESBAERT, 1997, p. 42).

Enquanto campo de ação/dominação, o território assinala controles que variam de acordo com o tempo e o espaço, com os agrupamentos e com os indivíduos, pois o multipertencimento resulta do movimento histórico que o edifica e das suas constantes transformações, presentes e influentes inclusive no seu status ontológico. O viver no Cerrado próximo ao Parque Nacional das Emas ou na Ilha do Bananal é distinto do viver em meio aos campos de soja de Rio Verde (GO) ou aos mares de cana-de-açúcar que sobem para o Mapitoba (Maranhão, Piauí, Tocantins e Oeste da Bahia), assim como habitar e transitar em regiões nobres de uma cidade é diferente de fazer o mesmo na periferia, e o simples fato de haver territorializações num ou noutro lugar já é um indicativo identificador.

Visto assim, o território pode ser compreendido como produto da relação entre os sujeitos sociais e o espaço – fruto dos modos como a territorialização ocorre e é significada. Ao ser apropriado, ou seja, ao adquirir um sentido simbólico, o território emerge como campo de tensões e disputas, reveladoras da sua dimensão cultural. É o viver é o que modela o território – ao mesmo tempo em que a configuração desse interfere nos modos de vida e nas práticas individuais e coletivas.

54

OS SENTIDOS DO TERRITÓRIO

Apesar de se constituir no campo do poder, o território não resulta apenas das relações de poder/apoderamento. Sua dimensão simbólica implica ideologias, imagens, discursos, signos e linguagens que conformam os modos como é representado, significado, apropriado e até mesmo capturado. São processos que decorrem do imaginário coletivo e definem fronteiras identificadoras que, mesmo sendo intangíveis, apontam caminhos e perspectivas à territorialização.

Portanto, se o território é compreendido como *locus* da vida, a identificação aparece como um de seus elementos centrais, capaz de aglutinar os iguais e de repelir os diferentes. Do mesmo modo, a formação do sentido de pertencimento (e de não pertencimento) está relacionada à identificação-território, à identificação-significado e ao significado-território. Por conseguinte, o primeiro movimento da territorialização é o simbólico, que determina o modo como se dará a apropriação e, posteriormente, a captura territorial.

Nessa leitura, a reflexão sobre a totalidade dos territórios necessariamente tem que considerar as relações com os conteúdos comunicacionais, cuja dimensão não está limitada apenas ao que é disseminado por meio dos veículos

de comunicação ou de jornalismo, já que estão presentes na vida social e, sem eles, não há como afirmar territórios e territorialidades.

Todavia, é importante destacar que a disjunção das dimensões do território só é possível no plano das ideias, ou seja, naquilo que emana do exercício analítico e reflexivo sobre as dinâmicas e configurações territoriais. Além disso, seu caráter comunicacional ultrapassa a interação entre os indivíduos, pois, como dito, implica também – e sobretudo – em produção de sentidos.

Numa perspectiva geográfica, segundo Castro (2001, p. 156), a compreensão do mundo “[...] requer considerar a força dos símbolos, das imagens e do imaginário [...] que possui um inegável valor explicativo”, já que “as representações permanecem nos dispositivos simbólicos, nas práticas codificadas e ritualizadas, no imaginário e em suas projeções”. Dito de forma distinta, o campo simbólico é a outra face dos territórios, donde erige a importância de se considerar as redes comunicacionais e jornalísticas nos estudos territoriais, visto que, necessariamente, elas envolvem os significados do território, elaborados por quem produz o lugar em micro, meso e macro escalas.

55

OS PROCESSOS DE COMUNICAÇÃO E AS DINÂMICAS TERRITORIAIS

De tais apontamentos, pode-se dizer que os territórios onde o indivíduo circula, o que deles é apropriado e o modo como essa apropriação ocorre dependem da significação desse indivíduo no lugar e no mundo, bem como do modo como ele entende o lugar e o mundo. O próprio sentido de um território é produzido por discursos historicamente situados, que estão envoltos em hegemônias, disputas, impressões, conceitos, representações e imagens difundidas em distintas linguagens e discursos comunicacionais nada simples.

Do mesmo modo, a territorialidade de cada um – e dos agrupamentos sociais –, que também possui uma dimensão geopolítica, vincula-se às esferas culturais, pois envolve o modo como a terra é capturada, a organização espacial e a apropriação/significação do lugar (HAESBAERT, 2005). Além de um meio que cria, instaura e mantém a ordem, a territorialidade é uma estratégia produtora (e reprodutora) do contexto geográfico que torna possível as experiências humanas e seus significados, inclusive na perspectiva do território.

Na atualidade, as territorialidades são mediadas por inúmeros meios técnicos, entre os quais se destacam os comunicacionais. Inegavelmente, os veículos de comunicação adquiriram uma capacidade muito grande de dar visibilidade ao real, especialmente os que se destinam às práticas jornalísticas, que, deliberadamente, dedicam-se também a formar opiniões. Mas o real que está presente nas páginas dos jornais e revistas ou na telinha da TV não é a realidade em si, e sim uma das diversas leituras possíveis dos eventos e processos territoriais. É

uma parte da vida social que é pautada, produzida, editada e, posteriormente, veiculada. O que é lido e visto é o produto final de uma conjuntura que possui suas tramas e que também carrega seus dramas.

Inicialmente, as tramas podem ser apontadas nas redes de comunicação dirigida, que selecionam temáticas para compor a chamada *agenda setting* e as pautam por dias, semanas, meses, fazendo-as desaparecer posteriormente, com a introdução de novos assuntos que, de alguma forma, apresentam coerência com os modelos e interesses hegemônicos. Já os dramas estão localizados no chamado “pano de fundo”, ou seja, naquilo que motiva a seleção de assuntos, nos modos de abordagem, nas angulações e, fundamentalmente, na disputa da significação atribuída pelos sujeitos que, de diversos modos, estão inseridos no contexto comunicacional.

Portanto, na condição de instituições mediadoras de conteúdos simbólicos, os veículos de jornalismo e de comunicação contribuem na formação humana, independentemente do juízo de valor que se faça a respeito dela. As associações que estabelecem permeiam os processos de significação do mundo, dos lugares e da vida. A análise da totalidade do processo comunicacional por eles promovido, com ajuste de foco não apenas nos conteúdos, na estrutura ou no seu funcionamento, mas com a mira voltada também aos nexos e mediações que produzem ideologias e significações, é capaz de revelar práticas de existências e sociedades historicamente estabelecidas e territorialmente localizadas.

Jesús Martín-Barbero (1997) argumenta que as mediações manifestam-se em práticas concretas que envolvem a socialidade, a ritualidade e a tecnicidade no ambiente cultural e comunicativo, ou seja, no território. A socialidade está presente nas práticas cotidianas e é no decurso dela que ocorre a negociação de poderes dentro da dinâmica social; na ritualidade, os sujeitos e os grupos criam rotinas capazes de assegurar e/ou renovar a produção cultural e os seus sentidos. Já a tecnicidade está relacionada às diferentes formas de encarar a presença e fazer uso dos meios técnicos no mundo e aproxima-se muito do que Milton Santos (1996, p. 20) conceitua e compreende como “meio técnico-científico-informacional”, um “[...] meio geográfico onde o território inclui obrigatoriamente ciência, tecnologia e informação”. A tecnicidade é composta tanto pela concepção instrumental de que os recursos tecnológicos promovem o progresso técnico da humanidade e das sociedades, quanto pela sua interferência nas dinâmicas espaciais, capazes de promover distintas percepções que influenciam no processo de formação da consciência das pessoas e, conseqüentemente, na configuração territorial dos lugares.

Todavia, Mattelart (2000, p. 167) adverte que “esta ênfase sobre as mediações e as interações não pode deixar no esquecimento o fato de que a universalização contemporânea de um sistema produtivo e tecno-científico continua, mais que nunca, marcado pelo desequilíbrio das relações”. Na obra intitulada *A globalização da comunicação*, o autor analisa que, no mundo contemporâneo,

as redes são universalizadoras e estão interligadas à indústria da informação – fábrica de cultura que, junto com o avanço do capitalismo industrial, possibilitou, no século 20, a emergência da chamada “comunicação dirigida”. Integradas ao capital, as redes possibilitam a emergência uma “geopolítica bipolar das tecnologias” que objetiva compreender (e gerenciar) a formação da opinião pública para o atendimento de demandas mercadológicas, além de conquistar o espaço e integrar os territórios, transnacionalizados geoeconomicamente.

Seja qual for a leitura sobre as mediações, ela sempre estará imbuída de análises sobre o poder simbólico, apontado por Pierre Bourdieu (1983) como um tipo de poder capaz de fazer acreditar, crer e ver, que conforma ou transforma determinadas visões de mundo e hegemônias por meio da linguagem. Foi esse tipo de poder que, a partir da proliferação dos veículos de jornalismo e de comunicação, bem como do desenvolvimento das redes informacionais, substituiu o poder coercitivo, face ao seu efeito específico de mobilização, publicização de informações e formação de opiniões. Bourdieu (1983) afirma que o poder simbólico é um poder que consagra ou revela, pois se relaciona ao conhecimento e ao reconhecimento do mundo, do sujeito no mundo, do mundo no sujeito, e também do outro.

Tomando tais reflexões como princípio, Thompson (1998) aborda a presença dos veículos de comunicação na sociedade contemporânea a partir das transformações institucionais e de poder que proporcionam. Como exemplo, cita o local e o espaço do debate público, que paulatinamente foi transferido das praças para a imprensa e demais mídias, dotadas de um enorme poder de interferência em tudo o que pode (ou não) se tornar visível. Isso assinala que, na contemporaneidade, a produção de significados, impressões, conceitos e sentidos é mediada pelos veículos jornalísticos e comunicacionais, incluindo o território, suas dinâmicas e os seus significados, bem como a própria representação geopolítica.

Portanto, geograficamente, a conformação territorial está relacionada ao modo como os bens materiais e simbólicos são organizados e produzidos, bem como às suas formas de circulação em diversificadas redes que resultam de jogos multilaterais empreendidos pela ação do sujeito histórico no mundo, conforme assinala Raffestin:

Esses sistemas de tessituras, de nós e de redes organizadas hierarquicamente permitem assegurar o controle sobre aquilo que pode ser distribuído, alocado e/ou possuído. Permitem ainda impor e manter uma ou várias ordens. Enfim, permitem realizar a integração e a coesão dos territórios. Esses sistemas constituem invólucro no qual se originam as relações de poder. Tessituras, nós e redes podem ser muito diferentes de uma sociedade para outra, mas estão sempre presentes. Quer sejam formados a partir do princípio da propriedade privada ou coletiva, nós os encontramos em todas as práticas espaciais (RAFFESTIN, 1993, p. 151).

Castells (1999) também postula que o reconhecimento da sociedade em rede é hoje uma condição essencial ao desenvolvimento da espacialização e uma

categoria fundamental para o estudo do território, já que o espaço, convertido em informacional, tem nos fluxos uma das suas principais características. Socialmente, o ser e a rede convivem em fragmentações desarticuladoras da existência e de possíveis processos de enfrentamento. Sob os auspícios do paradigma informacional, a tecnologia e a informação passam a balizar transformações, e o aprimoramento individual é apresentado como uma meta a ser perseguida.

Por possuir uma dimensão política e de poder, a rede também envolve o acesso e o uso. De acordo com Santos (2006a, p. 26), “[...] só os atores hegemônicos se servem de todas as redes e utilizam todos os territórios”, reticulados e contraditórios. Pensamento similar apresenta Mattelart (1994, p. 290), quando analisa que “o mundo multipolar, que tece redes através do planeta, torna mais complexas as formas de subordinação de certas sociedades, culturas e modos de vida a outras sociedades, culturas e modos de vida”, conjuntura na qual as instituições de jornalismo e comunicação são protagonistas, pois ocupam um espaço imprescindível ao tempo presente, única possibilidade de existência de um futuro.

Segundo Santos (1996), mesmo que as formas e temporalidades dos fluxos sejam distintas, o capital precisa estabelecer meios e conexões para garantir a produção e a mobilidade material e simbólica. Igualmente, Raffestin (1993) afirma que a mobilidade do capital encontra sua materialização nos meios de circulação e comunicação, que se complementam, dando origem e consolidando redes de transporte – pelas quais escoam o fluxo material – e de comunicação, responsáveis pelos fluxos de dados e informações. Ora, dados e informações compõem conteúdos comunicacionais que se caracterizam enquanto simbólicos.

Na condição de instituições mediadoras de conteúdos simbólicos, os veículos de jornalismo e de comunicação contribuem na formação humana, independentemente do juízo de valor que se faça a respeito dela. As associações que estabelecem permeiam os processos de significação do mundo, dos lugares, dos territórios, enfim, da vida. Do mesmo modo, o território não pode ser pensado sem os conteúdos simbólicos, de tanta simbologia que se faz presente em sua substância. Por isso, pode ser afirmado como uma categoria metodológica dos estudos comunicacionais e jornalísticos, capaz de oferecer lentes, chaves de leitura e mediações reflexivas que se consubstanciam na ampliação do olhar e na localização histórica dos veículos nos territórios, bem como nas relações que estabelecem na trama da apropriação/captura territorial.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALEGRIA, Maria Fernanda. A imprensa no ensino da geografia. In: VI COLÓQUIO IBÉRICO DE GEOGRAFIA, 14set./17 de set. 1992, Porto, Portugal. *Anais...* Porto: APG: AGE: UP, 2010.

BORGES, Rosana Maria Ribeiro; DEUS, João Batista de. Jornalismo e Geografia no espaço e no tempo vividos: encontros, diálogos e possibilidades nos mundos e modos. In: MAIA, Juarez Ferraz de. *Atualidades: estudos contemporâneos em jornalismo*. Goiânia: PUC Goiás, 2012. p. 297-323.

BOURDIEU, Pierre. O campo científico. In: ORTIZ, Renato (Org.). *A sociologia de Pierre Bourdieu*. Trad. de Paula Monteiro. São Paulo: Olho D'água, 1983. p. 22-121.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. Trad. de Roneide Venâncio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTRO, Iná Elias de. Imaginário político e território: natureza, regionalismo e representação. In: _____; GOMES, Paulo Cesar da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato. *Geografia: conceitos e temas*. 3. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001. p. 155-196.

HAESBAERT, Rogério. Des-territorialização e identidade: a rede “gaúcha” no nordeste. Niterói: EDUFF, 1997.

_____. O mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

_____. Da *desterritorialização à mutiterritorialidade*. In: X ENCONTRO DE GEÓGRAFOS DA AMÉRICA LATINA, 20 mar./26 de mar. 2005, São Paulo. *Anais...* São Paulo: USP. p. 6.674-6.792.

KUNCZIK, Michael. *Conceitos de Jornalismo: Norte e Sul – Manual de Comunicação*. Trad. de Rafael Varela Jr. 2. ed. São Paulo: EDUSP, 2002.

LAGE, Nilson. *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. 7. ed. Rio de Janeiro: Record, 2008.

LEFEBVRE, Henri. *A Cidade do Capital*. Trad. de Maria H. Ramos; Marilena Jamur. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

_____. *A revolução urbana*. Trad. de Sérgio Martins. Belo Horizonte: UFMG, 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Trad. de Ronald Polito; Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

MATTELART, Armand. *Comunicação-mundo: história das ideias e das estratégias*. Trad. de Guilherme João de Freitas Teixeira. Petrópolis: Vozes, 1994.

_____. *A globalização da comunicação*. Trad. de Laureano Pelegrin. Bauru: EDUSC, 2000.

MELO, José Marques de. *História social da imprensa: fatores socioculturais que retardaram a implantação da imprensa no Brasil*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

NEVES, Alexandre Aldo; FERRAZ, Cláudio Benito Oliveira. *A paisagem geográfica no cinema*. Revista Percurso, Maringá, v. 3, n. 1, p. 163-181, 2011. Disponível em: <<http://www.periodicos.uem.br/ojs/index.php/Percurso/article/view/12316>>. Acesso em: jan. 2013.

RAFFESTIN, Claude. *Por uma geografia do poder*. Trad. de Maria Cecília França. São Paulo: Ática, 1993.

SANTOS, Milton. *Técnica, espaço, tempo: globalização e meio técnico-científico-informacional*. São Paulo: EDUSP, 1996.

_____. *A natureza do espaço: espaço e tempo: razão e emoção*. 4. ed. São Paulo: EDUSP, 2006a.

_____. *O dinheiro e o território*. In: _____ et al. *Território, territórios: ensaios sobre o ordenamento territorial*. 2. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006b.

SOUSA, Jorge Pedro. *Fotojornalismo: uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa*. Porto: BOCC, 2002. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-fotojornalismo.pdf>>. Acesso em: dez. 2012.

_____. Uma história breve do jornalismo no Ocidente. Porto: BOCC, 2008. Disponível em <<http://bocc.unisinos.br/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-breve-do-jornalismo-no-ocidente.pdf>>. Acesso em: set. 2012.

TEIXEIRA NETO, Antonio. O território goiano-tocantinense no contexto do Cerrado. In: GOMES, Horieste (Coord.). *Universo do Cerrado*. Goiânia: Editora UCG, 2008. p. 232-275.

THOMPSON, John. B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. 4. ed. Trad. de Wagner de Oliveira Brandão. Petrópolis: Vozes, 1998.

Emoções territorializadas: o ensaio da “puta pobre”

Territorialized emotions: an essay on the “poor slut” existing experience

Regina Gloria Nunes de Andrade

Doutorado em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, professora visitante da Université de Pau Et Des Pays de L’adour, Campo de Bayonne, na área de Recursos Humanos e professora titular da Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Saulo Magalhães Resende

Mestre em Psicologia Social pelo Instituto de Psicologia da Universidade do Estado do Rio de Janeiro e doutorando em Psicologia Social pela mesma instituição

Lina Raquel Marinho

Mestranda em Psicologia Social pelo Instituto de Psicologia da Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Resumo

Este artigo trata de questões acerca do feminino em condição de prostituição e a maneira como esta expressão ocupa seu território geográfico e físico existencial, definindo sua identidade e subjetividade a partir destes elementos, cujo território em análise diz respeito às comunidades – favelas. De maneira ensaística, este artigo busca problematizar estas questões, potencializando sua discussão e crítica em direção à desestigmatização deste feminino, território e “profissão”, a partir do enredo do filme brasileiro *Sonhos Roubados*.

Palavras-chave: feminino; território; prostituição; ensaio; cinema.

Abstract

*This article deals with the feminist gender condition in prostituting spheres and dimensions, and with how this feminist expression exists and occupies its own territory, defining its identity and subjectivity towards these elements. The territory matter in focus are local communities – the so called slums. Assuring this article as a critical opened discussed essay, this study tends to question these mentioned aspects, valuing the discussion on breaking stigmatization on feminine, territory and prostitution as “profession” through the Brazilian movie *Sonhos Roubados*.*

Keywords: *feminine; territory; prostitution; essay; cinema.*

INTRODUÇÃO: O FILME, UM ESTUDO DE CASO

“O saber dos outros transforma nossas maneiras de nos saber.” Esta frase célebre de Despret (2011, p. 34) nos remete a problematizar como temos procurado nos saber na construção epistemológica de assuntos que inflamam nossa sociedade no século 21. Uma das temáticas férteis para o olhar da Psicologia Social é a forma como se é mulher em territórios caracterizados pela marginalidade diante de uma lógica do consumo exacerbado, atravessado pela ideia de emoções que nos fabricam e pelas maneiras como a Indústria Cultural as divulga e dissemina na sociedade.

Nessa perspectiva, esse artigo pretende analisar um filme brasileiro dirigido por uma mulher: *Sonhos roubados* (2009), de Sandra Werneck. O foco é positivar as diferenças e acentuar os traços de territorialidade em que, no filme, o feminino se expressa. A trama acompanha três garotas, amigas inseparáveis de colégio que encontram na prostituição uma maneira de complementar o orçamento doméstico ou alcançar seus sonhos de consumo. A mais esperta, Jéssica (Nanda Costa), se vira como pode para cuidar do avô Horácio (Nelson Xavier) e de sua filha Britney. Já Daiane (Amanda Diniz) vive em busca do afeto de seu pai ausente, Seu Germano (Ângelo Antônio). Para completar, Sabrina (Kika Farias), carente de afeto e atrás de um futuro melhor, se apaixona por um traficante da comunidade.

64

Falar de cinema brasileiro no século 21, por sua vez, é remontar à noção de que essa indústria cultural cinematográfica foi marcada por modificações em seu processo de reestruturação institucional, cujas transformações ocorreram por mudanças políticas e econômicas vividas no Brasil, durante a década de 1990. Desde essa década, quando o país foi palco da chamada “Retomada”, as mulheres estão cada vez mais visíveis no lugar de diretoras de cinema, fato atribuído às conquistas dos feminismos, que, durante o século passado, e de diferentes maneiras, questionaram, afrontaram e resistiram aos discursos de verdade que tentavam despotencializar a vida das mulheres em nome de uma chamada ordem social. O feminismo, de modo geral, pode ser entendido como um conjunto de diversas teorias, movimentos e práticas que contestaram a hierarquia sexual e recolocaram no centro as mulheres ou a experiência do sexo feminino (PARKER; FOURNIER; REEDY, 2012).

Nesse exercício exploratório, e aproveitando aqui para darmos breves destaques a algumas questões mais específicas a respeito do cinema, reafirmamos o que Silva (2008) aponta sobre a forma como este é também uma zona de destaque na formação do imaginário social acerca das representações (inclusive das estereotipadas). Suas narrativas corroboram com o modo como a sociedade se vê, podendo haver alterações periódicas nessa percepção, de acordo com mudanças nos contextos sociais. Muito embora a sociedade exerça influência sobre o cinema, a relação é mútua. A autora

pondera que a ação do cinema sobre os espectadores é inquestionável, mesmo que não se tenha um consenso de até que ponto ele influi sobre os indivíduos. Nesse sentido, Barbosa e Cunha admitem que:

O cinema é, sim, produto das formas pelas quais uma sociedade constrói suas representações. Um filme opera os códigos culturais da sociedade da qual ele é originário. Ele faz parte de um contexto. Mas esse mesmo filme, por suas características de interação com o indivíduo por meio de sua linguagem, possibilita um retorno, de forma “digerida” ou “ressignificada”, dessas representações para a sociedade (BARBOSA; CUNHA, 2006, p. 56).

Nessas concepções, o cinema e as questões que se desdobram em termos de comunicação, seja local ou globalmente, seja entre culturas e até interculturalmente, podem ser entendidos como um produto cultural gerador de significados e entendimentos sobre o que é ou não aceitável em relação aos comportamentos e papéis que o indivíduo assume na sociedade. Através da construção de situações e personagens, o cinema, a partir e como indústria cultural, cria certas verdades sobre a identidade dos sujeitos, sua sexualidade e identidade de gênero, que são apropriadas em uma dinâmica que inclui negociação de sentidos, ampliação dos repertórios ou aceitação de determinadas formas de ser como válidas, ou seja, a subjetividade do sujeito de fato entra em cena.

65

O CENÁRIO: A MULTIPLICIDADE TERRITORIAL DIVIDIDA NA CIDADE

O tema território e o processo de ocupação/identificação do feminino em contextos subalternizados são preocupações frequentes no cinema feito por mulheres. O filme de Sandra Werneck é uma adaptação do seu documentário *Meninas* (2006), baseado no livro *As meninas da esquina: diários dos sonhos, dores e aventuras de seis adolescentes do Brasil*, de Eliane Trindade (2005), que conta a história de meninas adolescentes moradoras de periferias e favelas do Rio de Janeiro. As abordagens dos contextos das favelas no cinema, longe de serem consideradas uma novidade, conforme preconiza Selem (2011), destacam-se aqui pelo protagonismo feminino das personagens, em constante reinvenção frente ao paradoxo das exigências do mundo do consumo e seus padrões de beleza versus as marcas coloniais e a precariedade financeira que constitui suas realidades territoriais.

Assim, interpretar a multiplicidade das experiências urbanas de metrópoles, como o Rio de Janeiro, significa avaliar os sinais da modernidade contemporânea sem recair no determinismo tecnológico de uma distopia esvaziada de significação. Na Polis moderna, conforme afirma Velho (1995), pode-se circular por mundos distintos e diferenciados, fazendo parte de todos ou de nenhum deles. Na definição de Castells (2000), a cidade projeta a sociedade no espaço, ao influenciar a organização deste pelas disposições sociais referentes a períodos

distintos, dando significado ao território. O que nos interessa, então, é discutir o território usado, visto como unidade e diversidade que condiciona a ação dos seus atores, os quais, de acordo com Santos e Silveira (2001), vão apontar como tais ações operam sobre o território, dependendo da sua própria constituição.

Nesse sentido, a cidade aparece como uma agregação de territórios atomizados, uma vez que esses territórios remetem à ideia de um microcosmo, que inclui diferentes formas de organização da habitação popular – inclusive a favela – e que se diferencia da cidade, que é o domínio dos direitos universais, fonte da igualdade e da liberdade; em uma palavra, da cidadania. A hipótese de Burgos (2005) é que a territorialização da cidade tem funcionado como um importante limitador do pleno uso das classes sociais e do potencial político inerente aos regimes democráticos.

E falar de classes sociais é remeter à teoria clássica de Pierre Bourdieu (2008) sobre essa temática. Para o autor, uma classe social não é definida por uma propriedade (mesmo que se tratasse da mais determinante, tal como o volume e a estrutura do capital), nem por uma soma de propriedades (sexo, idade, origem social ou étnica – por exemplo, parcela de brancos e de negros, de indígenas e de imigrantes etc.), tampouco por uma cadeia de propriedades, todas elas ordenadas a partir de uma propriedade fundamental, em uma relação causa e efeito, de condicionante e condicionado, mas pela estrutura das relações de todas as propriedades pertinentes que confere seu valor próprio a cada uma delas e aos efeitos que ela exerce sobre a prática.

A través de cada um dos fatores, exerce-se a eficácia de todos os outros, de modo que a multiplicidade das determinações conduz não à indeterminação, mas à sobre-determinação: assim, a sobreposição das determinações biológicas ou psicológicas com as determinações sociais na formação da identidade sexual definida do ponto de vista social – dimensão fundamental da personalidade social – é apenas um caso particular, apesar de ser particularmente importante, de uma lógica que se encontra, também, em ação no caso das outras determinações biológicas – por exemplo, o envelhecimento (BORDIEU, 2005, p. 101).

Souza (2009), numa outra perspectiva, faz um recorte preciso da sociedade brasileira e aprofunda bem essa noção de classes sociais propostas por Bourdieu. O autor, de maneira “poética”, e por que não “científica”?, denomina essa classe como a ralé brasileira, que se reproduz como mero “corpo”, incapaz, portanto, de atender às demandas de um mercado cada vez mais competitivo baseado no uso do conhecimento útil para ele.

Para o autor, esse termo designa uma grande questão sobre essa classe social esquecida, afirmando que o Brasil não tem 500 problemas, mas um grande problema, que é essa desigualdade abissal, da qual decorre mais de mil problemas. Para Souza (2009), autor acima citado, o problema da ralé é “a questão mais importante no Brasil moderno” e está associado a outros

problemas, como a segurança pública, o trabalho informal, o racismo e o preconceito regional. Apesar da importância social que tem, “a desigualdade não é nem percebida enquanto tal. Nós a naturalizamos, na avaliação do sociólogo” (SOUZA, 2009). Ele, no entanto, acredita que esse pensamento não é algo racional, mas tem uma função mais eficiente justamente por ser “pré-reflexivo”.

E a proposta de *Sonhos roubados* inova ao conferir voz às meninas que estão fora dos centros ou distantes da arte/consumo validada pela elite cultural. Como lembra a diretora, “a história dessas meninas acontece o tempo todo em muitas comunidades de qualquer região brasileira” (Sandra Werneck, 2009, p. [nd]). Trata-se de uma ralé brasileira que tem sua existência atravessada pelo viver na periferia de uma grande cidade, como o Rio de Janeiro, o que não impede que elas sejam interpeladas por diferentes agências do mundo do consumo e pelos desígnios de uma feminilidade que requer uma produção visual dispendiosa para se efetivar, como pontuou Selem (2011). A personagem Jéssica, embebida pelo desejo de possuir uma calça da moda, que pode se configurar como um passaporte para transitar nesse território heterogêneo, se justifica corporalmente ao olhar no espelho e dizer que “tem que ralar muito para ser gostosa”. Fica claro que o esforço das meninas nessa lógica territorial, no trabalho eventual e precarizado, na prostituição e até em pequenos furtos compõe o cotidiano para satisfazer os desejos de consumo que viabilizam o feminino valorizado, erotizado para uma “possível” aceitação socioterritorial.

O célebre geógrafo Milton Santos, em sua obra *O espaço dividido* (2008), propõe uma nova teoria sobre os territórios – a teoria dos dois circuitos da economia urbana –, o Circuito superior e o Circuito inferior, com base na qual o fenômeno de organização e do espaço geográfico seria analisado. *Grosso modo*, o primeiro envolve as grandes empresas e relaciona-se a atividades modernas e sofisticadas; no segundo, encontramos os objetos produzidos com grande volume de mão de obra, com pouca ou nenhuma qualificação, com reduzidos salários e sem carteira de trabalho assinada (em geral). Nessa lógica epistemológica do Circuito inferior, localizamos o desenvolvimento das supostas “escolhas” das personagens em se prostituir para poderem “ganhar a vida”. Até que ponto essas escolhas são tão simples de serem feitas? Quais princípios estão sendo negociados nesse engendramento? Como, então, esse Circuito superior as enxerga numa lógica do absoluto?

AS PERSONAGENS E O ENREDO: ENSAIO SOBRE A “PUTA POBRE”

Entendemos e acreditamos, de fato, que a exploração deste tema em específico – o território e o processo de ocupação/identificação do feminino –, assim como de diversos outros temas, solicita, ou ao menos deveria fazê-lo, uma aproximação devida da experiência prática que representa o discurso

em torno do qual se pretende discorrer. Ou seja, falar de prostituição precisa colocar em cena nossas próprias emoções, nossos próprios instintos, e aqui talvez estejamos mais interessados naqueles que dizem respeito à “busca” e ao alcance do “prazer” do que de fato estaríamos interessados nos assim denominados e entendidos instintos de sobrevivência e todos os seus desdobramentos e implicações econômicas. Vale ressaltar, porém, que se trata aqui de um conceito que vai além do contemporâneo e esvaziado conceito de prazer. Para Marcuse (1975), por exemplo, significativo intelectual representante da Escola de Frankfurt, a erotização (Eros) da vida diz respeito ao desejo de vida, ao prazer de vida e seu encantamento, seu sentido, suas dimensões identitárias e de significação, e do sentido que este prazer atribui à vida.

De toda forma e para que melhor retomemos a problemática das questões anteriormente enumeradas, consideramos que, em meio a estas colocações e elucidações, surgem alguns importantes recortes conceituais e teóricos que precisam ser devidamente estabelecidos, enumerados e explorados, a fim de conformarem com devida propriedade todo o arcabouço epistemológico capaz de situar esta discussão em torno de seus focos. São eles: um mergulho no relativo e os ganhos de sensibilidade que se manifestam nas experiências de pesquisa com o particular e o específico e que podem ser levadas para outras situações, ou seja, explorar os vínculos que o relativo pode estabelecer; as categorias marcadas e não marcadas em torno da mulher, do feminismo e da estética da mulher na favela; a ciência sem um “C” maiúsculo, da qual provém a verdade de maneira totalizante e conforme objetivos universalizantes, ou seja, a ciência tal qual a experiência artística Barroca: múltipla, complexa e não coerente; e as emoções que nos fabricam e nos habitam.

Tomando os recortes anteriormente destacados na ordem conforme aparecem, temos inicialmente o compromisso de situar este debate acerca do movimento do relativismo. A experiência epistemológica do relativismo diz respeito, por exemplo, a toda uma ideologia, ou melhor dizendo, a toda uma lógica ou metodologia científica, uma vez que não reconhecemos neste movimento político cultural qualquer instrumentalização de preceitos e/ou elementos de dominação para que assim, então, fosse entendido como uma ideologia de fato, seja social, seja econômica. Trata-se de um recurso teórico capaz de promover outras dimensões e esferas científicas, interessadas na diversidade, na pluralidade de possibilidades e questões, apropriações singulares aptas a relativizar, como a própria titularização deste movimento cultural postula, conceitos antes unidimensionalmente estabelecidos e cuja funcionalidade científica dizia respeito à universalização de determinados valores acerca de alguns pontuais conceitos introduzidos de maneiras generalizáveis em experiências específicas (GEERTZ, 2001)

O referido autor em seu capítulo a respeito do movimento antirrelativista se apropria de um valioso recurso metodológico que ele esclarece preferir e o qual explicita desde o título de seu capítulo, fazendo um jogo de espelhos a partir do prefixo “anti”: “Anti anti-relativismo” (GEERTZ, 2001, p. 47). Assim, ao falar do relativismo em si, o autor prefere tratar do tema a partir do conjunto de críticas que este recebe. Seu objetivo é o de rejeitar posturas e postulados antirrelativistas sem se comprometer, porém, com o próprio movimento do relativismo, movimento este que o autor considera já estar ultrapassado sob alguns aspectos e o qual ele critica sob certa medida. Sua crítica consiste em denunciar principalmente a recorrência cotidiana e pejorativa ao termo relativismo, e também ao necessário retorno ideológico e teórico, em algum determinado momento que seja, e diante de algum determinado contexto, ao que ele considera como possibilidades de explicações mais globais, retorno este que seria próprio às medidas de mundo de seus pesquisadores e em relação às quais, plena neutralidade e imparcialidade, não seria objetivamente possível.

De toda forma e de fato, o foco do autor não é o relativismo, e sim o antirrelativismo preocupado em evitar um movimento, talvez principalmente experimentado ou até mais diretamente proposto pela área da antropologia, que condena o relativismo diante de sua consideração do particular e do individual. O antirrelativismo vem questionar e demonstrar inato incômodo diante daqueles que demonstram não pensar ou não entender o mundo tal como eles; a ideia de que alguém possa de fato não pensar como eles lhes faz considerar que estes pensem necessariamente de forma inversa, ou que de fato não pensem de forma alguma. Para Geertz (2001), toda a discussão antirrelativista não produziu novidades com clareza, além de se ter consumido muito tempo e energia com aquilo que eles não defendiam. O relativismo, por sua vez, vem sugerir que “talvez não existam fundamentos ‘sólidos’ para os juízos cognitivos, estéticos, ou morais, ou pelo menos que são duvidosos aqueles que nos são oferecidos [...]” (GEERTZ, 2001, p. 48).

O debate em torno desta discussão entre os relativistas e antirrelativistas é ainda mais complexo, temporal e denso, de toda forma, e nos apropriando deste em sua essência de questionamentos e considerações que se colocam mais à mostra, tem-se que a tomada de decisão sociopolítica que um indivíduo assume diante daquilo que estranha, porque todavia desconhece, é o cerne da questão e coloca em destaque novas maneiras e propósitos de lidar com as diferenças, com a pluralidade, com os diversos atores envolvidos em cena, seus hábitos, sua cultura e, portanto, sua subjetividade. Esta é a lente através da qual vemos as personagens do filme *Sonhos roubados*. Três distintas manifestações de subjetividades enquanto indivíduos e que têm afetadas de maneiras próprias as suas crenças e os seus valores diante dos elementos que compõem sua geografia existencial. Estas crenças e valores, por sua vez, podem ser vistos

e entendidos como desdobramentos de suas realidades práticas no que diz respeito às suas constituições familiares, e, portanto, suas mediações afetivas e a conformação de suas identidades.

O que se pretende, portanto, com a aproximação e a apropriação deste debate acerca do relativo é menos estabelecer uma verdade analítica, até porque devemos ao relativismo esta fidelidade epistemológica, e mais construir um ensaio em torno das questões e problemáticas apresentadas no filme em questão. A desconstrução acerca dos estigmas que se estabelece em relação à prostituição é uma fortalecedora prática do relativismo. Por sua vez, estamos entendendo por ensaio, conforme destacado apropriadamente em contexto introdutório deste artigo, que se trata de uma tentativa de exploração de um tema específico sob novas perspectivas e olhares, buscando a construção de uma pesquisa crítica e que promova reflexão (TOBAR; YALOUR, 2001).

Alguns dos estigmas em torno da prostituição estão fortemente atrelados ao seu território e ao processo de ocupação/identificação do feminino. Segundo Mattos (2011), existe todo um estigma particular às classes sociais, assim categorizadas como menos favorecidas, ou classes em condições de vulnerabilidade social. De fato, estamos falando da mulher da favela; como nos lembra muito bem a autora, estamos dialogando com: “[...] O estigma da puta pobre” (MATTOS, 2011, p. 173). Essa classe social considerada como delinquente é de fato, como já ressaltamos em Bordieu (2008), uma estrutura de sobredeterminações. Estas, por sua vez, dizem respeito desde às suas questões familiares até suas condições econômicas. Trata-se de habitar um território onde a condição sexual feminina não só é construída com finalidades instrumentais, que colocam a serviço de outrem um corpo destinado à garantia do prazer e da satisfação de instintos humanamente naturais, mas também não tem escolha, é produto de um espaço onde a marca de suas vidas é a falta de alternativas, é o assim chamado pela autora um horizonte “das ‘escolhas pré-escolhidas’, que não apresenta nenhuma saída” (MATTOS, 2011, p. 177).

No filme *Sonhos roubados*, as personagens que se prostituem convivem e enfrentam o estigma da delinquência desta sua prática sexual e corporal, a qual segundo o olhar da “boa sociedade” (MATTOS, 2011, p. 173) estaria fundamentada apenas nas suas dificuldades econômicas, aliás, “única justificativa plausível para o exercício de uma profissão tão marginalizada” (MATTOS, 2011, p. 194). Enquanto no homem a delinquência pode ser vista como um elemento de virilidade, força e coragem, o que coloca o homem em condição totalmente ativa, fazendo-o sujeito de sua vontade, a mulher delinquente e que utiliza de seu corpo como instrumento está em condição passiva de quem serve a vontade de outra pessoa, ou seja, a mulher delinquente é tudo, menos sujeito de sua vontade.

Além disso, estas mulheres, ou melhor dizendo, a prostituta pobre, como no caso das personagens do filme em questão, são “obrigadas a pertencer”, conforme entendimento de mundo desta mesma “boa sociedade” e até mesmo conforme as mulheres pobres de seu espaço e território, porém não delinquentes, à classe de prostitutas de rua, ou seja, cujas subjetividades são ainda mais precarizadas do que quando comparadas às prostitutas que exercem seus ofícios em condições de maior discricção, e talvez até com algum elemento de relação social, de afeto e jogos de conquistas em casas noturnas e ou boates.

Independentemente da maneira como estas mulheres são classificadas e de todo o estigma que as condena, de acordo com a única certeza científica em torno de todo conhecimento e visão de mundo que produzimos e em total alinhamento com as questões do movimento cultural do Relativismo, que sustenta que todas as verdades são provisórias e parciais, temos que, de fato, a figura da prostituta, em geral, exerce grande fascínio sobre a sociedade. Ela é a promessa de sexo casual, no qual os níveis de prazer são mais intensos porque simplesmente são, ou seja, trata-se da máxima expressão pulsional de um instinto pelo instinto, totalmente descolado de qualquer inferência ou institucionalização de compromisso social e, portanto, sem qualquer repressão; é quando, nestes contextos, há pleno desejo e esforço de satisfação imediato e ilimitado. Nestes contextos é que muitas das práticas de prostituição terminam em dimensões e condições de violência sexual contra a mulher – como muito bem retrata a personagem Jéssica na experiência que tem ao se prostituir em relação sexual com dois homens dentro do carro em um lugar abandonado – e que existem personagens envolvidos com crimes na favela.

Na verdade, as mulheres que diariamente saem para se prostituir mal sabem que, muito além do dinheiro que foram buscar, elas de fato encontrarão uma maneira de construir e conformar suas subjetividades e identidades a partir da manifestação imanente do “prazer” da relação sexual. É nesta prática que se concentra toda a sua esfera e dimensão de ações comunicativas, que instrumentalizam pelas normas de validade das relações sociais as possibilidades de apropriação de sua natureza interior, ou seja, seu substrato orgânico subjetivo, sendo esta natureza uma das propriedades em destaque em todo sistema social (HABERMAS, 1987). Neste contexto, elas oscilarão sempre por entre as diversas dimensões da condição de objeto/instrumento e sujeito, isso porque, ainda que tidas como delinquentes e, portanto, passivas, estas mulheres das dimensões das “escolhas escolhidas” (MATTOS, 2011) operacionalizam suas vontades subjetivas. Escolhem, assim, conscientemente ter e dar prazer, executando a “técnica” da relação sexual com a mesma exímia criatividade e competência de qualquer outro profissional; portanto, se permitirá satisfação em relação ao bom desempenho e trabalho realizado, conformando sua

identidade, nesta esfera da função social do trabalho, por exemplo, como indivíduo ou sujeito de vontade constituído de significações tidas como: utilidade, rendimento, alcance de resultados, entre outras.

Algumas destas mulheres desejarão encontrar neste movimento sua relação afetiva e social redentora, conforme apontam as pesquisas e entrevistas realizadas durante os anos de pesquisa da autora Mattos (2011), no qual continuarão a atuar diante da mesma oscilação dimensional entre ser o objeto/instrumento e o sujeito, porém agora sem o estigma da delinquência da prática da prostituição, ou seja, essas mulheres seguirão tendo uma mesma prática, prazer, relação sexual e com o sexo, idênticas às suas fases de prostituição, porém agora devidamente institucionalizadas em relações estáveis e ditas socialmente aceitáveis. De toda forma é válido ressaltar que muitas vezes este desejo em relação à redenção dos relacionamentos socialmente aceitos é corrompido diante do perfil dos parceiros “disponíveis” a esta classe de mulheres marcadas como prostitutas de rua, como é o caso da nossa personagem Sabrina. Ao se envolver com criminosos da favela onde mora e mesmo tendo alcançado sua relação aparentemente redentora, se de fato pudéssemos dizer que sua prática e seus hábitos de prostituição aconteciam única e exclusivamente em função de suas condições socioeconômicas, renuncia esta relação, que romperia com todo o seu estigma de puta pobre e delinquente, para preservar um de seus princípios: a vida, optando por não abortar o filho que contrai nesta relação – isso porque talvez nem todo o seu estigma seja tão violador deste princípio quanto o aborto, até porque sexo também é vida, e aborto é que é morte (aqui, estabelecemos direta relação entre aborto e morte para constatar de maneira pontual a antítese que vive nossa personagem, ainda que acreditemos que o debate em torno do tema aborto não se encerra nem se define nesta pontual antítese interpretativa que aqui construímos).

Seguindo a exploração de nossos dois próximos recortes e após este costurar o fio condutor entre o arcabouço teórico do relativismo, o filme *Sonhos roubados* e todo o estigma conceitual e empírico abordado por diversos autores, e aqui mais especificamente citamos Patrícia Mattos acerca da prostituição e da puta pobre, temos que a autora Mol (2007) trabalha com o conceito de categorias marcadas e não marcadas, isso porque ela pretende sugerir, no lugar das categorias e classificações conceituais e tomadas como universais, a multiplicidade. Este conceito dialoga diretamente com o que a autora gosta de intitular de *enact* (MOL, 2007, p. 6), que diz respeito a um movimento etnográfico do pesquisar com, da investigação em torno da prática, daquilo que determina os objetos e os sujeitos, uma filosofia empírica a qual há de haver o “manuseio” dos objetos e sujeitos, uma observação capaz de perceber e se sensibilizar com tudo aquilo que faz o fazer dos atores em cena e conforme esta cena. Trata-se de implicar à ciência sua própria dialética negativa (ADORNO, 2009), ou seja, o abandono de

si como Ciência, e também de implicar à produção do conhecimento uma nova habilidade, cada vez mais múltipla, complexa e até Barroca (LAW, 2004), a de performar juntamente com seus objetos de pesquisa, fazendo-lhes perguntas interessantes, potencializando suas versões e não mais lhes estabelecendo atributos e aspectos que estejam acima deles e que sejam naturalmente definidores de suas questões e propriedades: o que há são diferentes performances, que expressam coisas diferentes e que não necessariamente possuem vínculos entre si.

A herança positivista – sem intenções adjetivas e pejorativas, mas com base em diferenciado arcabouço teórico, como a própria Teoria do Ator-Rede – das categorias marcadas pode ser facilmente apropriada à condição das putas pobres, ou seja, uma categoria de mulher marcada para servir sexualmente e cuja marca, na maioria das vezes, se constituiu a partir de suas relações familiares, ou seria melhor dizer da ausência destas, nas quais os sentimentos, como de abandono e desafeto, e as práticas de abuso sexual são claramente experimentados, uma vez que pais, mães e parentes muitas vezes não se dedicam aos devidos cuidados de suas crianças e com as responsabilidades que lhes competem. Não entraremos neste mérito sociocultural, que é o seio familiar brasileiro nas favelas ou em territórios de classes sociais de baixa renda, para interpretar estes comportamentos paternos e não pretendemos a condenação destes, trata-se da descrição daquilo que acontece e permeia as relações familiares e como isso contribui para a conformação desta categoria marcada de mulher.

A autora Mattos (2011) levanta a hipótese de que as possibilidades de abuso sexual por homens tanto da família quanto de fora são tão plausíveis que estas passam a naturalizar esta prática, existe todo um enredo que se repete e que vai passando de mãe para filha, deixando uma herança que ensina às estas mulheres que, desde cedo, elas devem ser instrumentos para a vontade de outra pessoa, acima de tudo no que diz respeito às relações sexuais. E para quem sempre sofreu por abandono, o interesse ainda que sexual pelo seu corpo configura todas as suas possibilidades de reconhecimento e conformação social, dizendo respeito a perceber-se e ser percebido pelo outro. Essa hipótese, então, é confirmada no filme, ao retratar a relação de Daiane e seu tio, que é atravessada pelo abuso sexual. A maneira como sua tia reage ao entrar em contato com esta informação (se é que ela já não a tinha) corrobora com a noção de naturalização desse processo.

Aqui alcançamos o último de nossos recortes, que, por sua vez, foram postulados e construídos com o intuito de melhor nos aproximarmos de diversas questões que envolvem o território – no contexto do filme *Sonhos roubados*, uma das favelas da cidade do Rio de Janeiro – onde nossas personagens, expressões como sujeitos e objetos desta territorialidade, lutam pela conquista de seu processo de ocupação/identificação do feminino. Trata-se da manifestação psicossocial do que gostaríamos de chamar, conforme nos coloca a autora

Despret (2004): essas emoções que nos fabricam. Rompendo claramente com a dicotomia clássica entre razão e emoção, a autora trata as nossas emoções como movimentos corporais que afetam e são afetados pelo indivíduo em uma determinada experiência empírica. Longe de serem os desarranjos da razão, a justificativa transcendental para o que a razão não encontra explicação, a própria manifestação do feminino e sua capacidade de levar o outro à desordem das ideias e dos sentidos, as emoções que nos fabricam são a expressão sensível de nossa subjetividade, apontam como indicadores daquilo que nos afeta mais ou menos neste mundo de relações e afetações onde todos participam e deveriam ser entendidos e observados em maior simetria de importância, papéis e funções, tanto atores humanos, quanto atores não humanos. Essas emoções, portanto, que fabricam nossas personagens e que dizem respeito ao reconhecimento social, à identificação, à necessidade de sobrevivência, ao seu substrato orgânico ou natureza interna, ao prazer, à criatividade, ao estilo, à estabilização de apropriação social de seu sistema, ao trabalho e seu senso de utilidade e produção de resultados etc. são mais do que próprias e relativas às experiências empíricas, à territorialidade, ao processo de ocupação/identificação do feminino destas personagens, essas emoções são as próprias personagens em si, são os elementos subjetivos de aprendizagem de afetações que “faz fazer” e que, por sua vez, instauram por elas e com elas seus estilos e escolhas de vida.

A PÓS-PRODUÇÃO: FRONTEIRAS MIDIÁTICAS

Pós-produção por definição é a última etapa de um trabalho na produção de um filme. Em linhas gerais, nessa etapa, o editor faz a edição ou montagem do filme bruto, dando à produção um aspecto final, adicionando a trilha sonora e o revestimento digital. E, por fim, é enviado para distribuição. Nesse sentido, esse é o fragmento dissertativo do nosso artigo que pretende expressar problemáticas somatórias, que vão além e que o compõem tão bem quanto o próprio enredo principal em seu cenário majoritário, ou seja, a própria narrativa, e aqui em nosso caso, o estudo em questão, dando ao artigo esse aspecto de uma possível conclusão.

É neste contexto que Mol (2007) nos convida a discutir as questões, as experiências, as narrativas individuais, e não as explicar. Devemos problematizar os argumentos, colocando o máximo de possibilidades, questões e jogos de afetações às claras, particularizando-as, porque elas contam histórias surpreendentes, abandonando as generalizações e a objetividade, assumindo a perspectiva das perguntas interessantes e dos mal entendidos promissores, incentivando a polifonia dos fatos. O mundo é de fato constituído por nossas práticas, e esta constituição implica diversas lutas de conquista por parte dos sujeitos e objetos que o compõem, isso porque tudo o que é material é

também social, o social se transforma pelo e com o material, a exemplo de todo o progresso em termos de tecnologia, e isso coloca em questão o social enquanto adjetivação das práticas do sujeito, enquanto que, na verdade, este social não explica nada, ele é que precisa ser explicado, pois são justamente as práticas não sociais, e aqui tomamos o termo por sua convencional definição que estabelece recortes claros de categorias e humanos socialmente e politicamente ativos, cidadãos e não delinquentes, que interpretam a sociedade. Santos (2005) nos coloca que o local, por exemplo, o território como dimensão expressiva desta materialidade social constituinte, favorece a expressão do lugar, enquanto que o lugar seria esta dimensão apropriada de solidariedade, o lugar seria um “espaço solidário” (SANTOS, 2005, p. 253), seria a possibilidade de “resistência aos processos perversos do mundo, dada a possibilidade real e efetiva da comunicação, logo da troca de informação, logo da construção política.” (SANTOS, 2005, p. 253).

E em tempos de sujeitos automáticos, unidimensionalizados pela forma valor capital (ARRIGHI, 1996) e que tudo mercantiliza sob a máxima da geração do valor crescente e contínuo pela lógica da acumulação de riquezas, resistir aos ditames daquelas que podem ser consideradas expressões genéricas dos produtos culturais capturados também pela lógica industrial capital é imprescindível. Isso porque a perversidade sistêmica estaria, por exemplo, em controlar a imagem, o valor, a intenção que os objetos externos transmitem e em ditar ao indivíduo como ele deve internalizar estes objetos externos, interferindo na sua finalidade única de constituição própria identitária e estabelecendo padrões subjetivos de percepção do externo para posterior controle do mecanismo de identificação. “A identificação é o objetivo final do capitalismo, em sua última fase: a assimilação total do indivíduo ao sistema existente” (ADORNO apud ROUANET, 2010, p. 13).

Para a autora Muñoz (2005), e nestes contextos destas expressões genéricas, estaríamos diante de uma nova guerra fria: aquela que suprime o próprio ato de pensar, ou o pensamento em si, seria uma guerra contra a reflexão e, portanto, a própria educação. Para a autora (2005), trata-se de um ciclo de ignorância dirigida, onde os processos culturais estariam edificando uma permanente agressão contra a própria natureza criativa e intelectual da espécie humana e onde os excessivos processos tecnológicos, que suplantam as consciências dos indivíduos altamente mecanizados, estariam contribuindo para uma selvagem destruição da biodiversidade natural planetária, promovendo danos irreversíveis sobre o futuro da própria humanidade e suas faculdades e possibilidades civilizatórias em todas e por todas as sociedades.

Porém, conforme Law (2004) nos coloca, a sociedade é a posseção recíproca sob formas totalmente variadas de todos por cada um, e esta posseção não

é necessariamente física, como por exemplo, aquela do âmbito da propriedade privada, das trocas comerciais e das relações de consumo. Trata-se de um engajamento simétrico temporal, onde os termos de propriedade individuais são substituídos por cadências de atuação múltipla, local e do momento e por todo o *enacts* do grupo, onde o social não é o grande, ele é processual e coexiste num certo momento, não havendo necessária previsibilidade das ações e nem pré-determinações rígidas e inflexíveis conformadoras das subjetividades dos indivíduos.

Desta forma, a favela e suas condições e dimensões de territorialidade explicam as escolhas que conformam o processo de ocupação/identificação do feminino, enquanto que a puta pobre é este feminino, esta categoria marcada de mulher escolhida para ser delinquente e que, na verdade, é muito mais sujeito de vontade constituidora de seu mundo através de suas práticas do que se imagina. A puta pobre é a expressão das emoções que a fabricam, estabilizadas pelo contexto empírico e social no qual vive e com o qual convive. A transformação social destas mulheres depende da sua exposição a outros ambientes, contextos e atores não humanos, não porque assim esperamos que elas saiam de sua condição delinquente e marginal, mas porque assim esperamos que elas reconheçam que de fato nunca foram delinquentes, marginais, precárias, elas foram a expressão de uma rede de afetações conforme um conjunto específico de atores e cuja expressão simplesmente o é tal como se apresenta, o que não as impede de transformação, mas tampouco as coloca na necessidade de transformação pela superação de seu estigma, quando, na verdade, não há estigma algum, o que há é um saber generalizado de cima para baixo, e que não se deixou transformar e ser apropriado pelo saber dos outros que transforma, como já mencionamos, a maneira de nos saber.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADORNO, Theodor W. *Dialética negativa*. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.
- ARRIGHI, G. *O longo século XX*. São Paulo: UNESP, 1996.
- BARBOSA, Andréa; CUNHA, Edgar Teodoro da. *Antropologia e imagem*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.
- BORDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2008.
- BURGOS, Marcelo Baumann. Cidade, Territórios e Cidadania. In: DADOS - *Revista de Ciências Sociais*, Rio de Janeiro, v. 48, n. 1, p. 189-222, 2005.
- CASTELLS, Manuel. *A questão urbana*. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- DESPRET, Vinciane. *Our emotion makeup: ethnopsychology and selfhood*. New York: Other Press, 2004.

_____. As ciências da emoção estão impregnadas de política? Catherine Lutz e a questão do gênero das emoções. *Fractal: Revista de Psicologia*, v. 23, n. 1, p. 29-42, jan./abr. 2011.

GEERTZ, Clifford. *Nova luz sobre a antropologia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

HABERMAS, Jürgen. *Teoría de la acción comunicativa*. Madri: Taurus, 1987.

LAW, John. And if the global were small and noncoherent? Method, complexity, and the baroque. *Society and Space*, v. 22, 2004. Disponível em: < [http://www.heterogeneities.net/publications/Law2004Global Baroque.pdf](http://www.heterogeneities.net/publications/Law2004Global%20Baroque.pdf)>. Acesso em: 23 jun. 2012.

MARCUSE, Herbert. *Eros e Civilização: Uma interpretação filosófica do pensamento de Freud*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1975.

MATTOS, Patrícia. A dor e o estigma da puta pobre. In: *A ralé brasileira: quem é e como vive*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2011.

MOL, Annemarie. Política ontológica. Algumas ideias e várias perguntas. In: *Objectos impuros*. Experiências em estudos sociais da ciência. Porto: Edições Afrontamento, 2007.

MUÑOZ, Blanca. *La Cultura Global: Medios de comunicación, cultura e ideología en la sociedad globalizada*. Madrid: Pearson Educación, S.A., 2005.

PARKER, Martin; FOURNIER, Valérie e REEDY, Patrick. *Dicionário de alternativas: utopismo e organização*. São Paulo: Octavo, 2012.

ROUANET, S. P. Adorno e a crítica da barbárie: um olhar psicanalítico. In: SOARES, J. C. (Org.). *Escola de Frankfurt: inquietudes da razão e da emoção*. Rio de Janeiro: UERJ, 2010.

SANTOS, Milton. O retorno do território. In: *Observatorio Social de América Latina*, Buenos Aires, v. 6, n. 16, p. 251-261, jan./abr. 2005.

_____. *O espaço dividido*. Os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 2008. (Coleção Ciências Sociais).

_____; SILVEIRA, Maria Laura. *O Brasil-Território e sociedade no início do século XXI*. São Paulo: Rio de Janeiro: Record, 2001.

SELEM, Maria Celia Orlato. A crítica feminista de fronteira em “Que tan lejos”, “Entre nós” e “*Sonhos Roubados*”. Anais do XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH: São Paulo, julho 2011

SILVA, Robyson. Alves. Cinema e representação social: uma relação de conflitos. XXXI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2008, Natal. *Anais...* Natal: UFRN.

SOUZA, Jessé. *A Ralé Brasileira: Como é e como vive*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.

TRINDADE, Eliane. *As meninas da esquina: diários dos sonhos, dores e aventuras de seis adolescentes do Brasil*. São Paulo: Rio de Janeiro: Record, 2005.

TOBAR, Frederico; YALOUR, Margot Romano. *Como fazer teses em saúde pública: conselhos e ideais para formular projetos e redigir teses e informes de pesquisas*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2001.

VELHO, Gilberto. Estilo de vida urbano e modernidade. In: *Estudos Históricos*, v. 8 n. 16; Rio de Janeiro, 1995, Ed. FGV, p. 227-233.

FILMOGRAFIA

SONHOS Roubados. Direção: Sandra Werneck. Produção: Sandra Werneck e Elisa Tolomelli. Roteiro: Paulo Halm, Michelle Franz, Adriana Falcão, José Joffily, Mauricio Dias, Sandra Werneck. Intérpretes: Nanda Costa, Amanda Diniz, Kika Farias, Marieta Severo, Daniel Dantas, Nelson Xavier, Ângelo Antônio, Lorena da Silva, Guilherme Duarte, Silvio Guindane, Zezeh Barbosa, Mv Bill e outros. [S.1.]: Cineluz, Estúdios Mega, Labocine, 2009, 1 filme (85 minutos). son., color., 35 mm.

MENINAS. Direção: Sandra Werneck. Produção: Sandra Werneck. Roteiro: Beбето Abrantes

FOTOGRAFIA

Fred Rocha, Heloísa Passos. Trilha Sonora: José Miguel Wisnik, Paulo Neves. Distribuidora: Não definida. Brasil, 2006, documentário, 1 filme (71 minutos). son., color., 35 mm.

Curitiba também tem periferia: a comunicação multiterritorial do hip-hop

Curitiba also has outskirts: the multiterritorial communication of hip-hop

Kelly Prudencio

Doutora em Sociologia Política pela Universidade Federal de Santa Catarina com estágio de doutorado na Freie Universität Berlin. Professora no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná. Coordena o grupo de pesquisa em Comunicação e Mobilização Política/CNPq

José Geraldo Junior

Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná. Membro do grupo de pesquisa Comunicação e Mobilização Política/CNPq

Resumo

O artigo parte da apresentação de diferentes abordagens do conceito de desterritorialização para discutir as múltiplas experiências territoriais e comunicacionais na contemporaneidade, através de um estudo empírico realizado com atores da cena hip-hop em Curitiba. Argumentamos que a comunicação no ciberespaço, nos territórios informacionais, aliada à ocupação do espaço público, configura uma reação à desterritorialização simbólico-cultural historicamente colocada para o hip-hop e outras manifestações culturais da periferia, num processo de mobilização política.

Palavras-chave: comunicação; multiterritorialidades, hip-hop, mobilização política.

Abstract

The paper presents different approaches to the concept of deterritorialization to discuss the territorial and communicational multiple experiences in contemporary society, through an empirical study with actors from hip-hop scene in Curitiba. We argue that the communication in cyberspace, in informational territories, combined with the occupation of public space, configures a reaction to the symbolic-cultural deterritorialization, historically placed to hip-hop and other cultural expressions of the outskirts, as a political mobilization process.

Keywords: communication, multi-territorialities, hip-hop, political mobilization.

INTRODUÇÃO

Quando o debate sobre novas tecnologias de comunicação se associa às discussões sobre política, logo se apresentam posições que tomam a internet como o espaço da livre expressão e conseqüentemente da revitalização do espaço público. Este artigo propõe um questionamento dessa premissa e pretende refletir sobre a seguinte pergunta: ao se conectarem às redes eletrônicas, os atores do hip-hop curitibano configuram novos territórios?

Procurar-se-á abordar esta questão e os desdobramentos que ela enseja a partir das contribuições do geógrafo Rogério Haesbaert em cruzamento com o pensamento de autores mais comumente presentes no “território” da comunicação que tocam nesta questão para, num segundo momento, refletir sobre os movimentos de desterritorialização e reterritorialização praticados pelos atores do hip-hop em Curitiba.

Esses movimentos serão situados no debate sobre mobilização política na internet, que tem se convertido num importante espaço de contestação, principalmente em momentos de confronto político, quando se evidenciam os conflitos sociais (TARROW, 2009. McADAM; McCARTHY; ZALD, 2008). A discussão passa também pela construção do que se denomina mais adiante, no caso da cena hip-hop curitibana, de territórios informacionais (LEMOS, 2007b).

DESTERRITORIALIZAÇÃO E RETERRITORIALIZAÇÃO

Para Haesbaert (2011), o termo desterritorialização não deve ser acionado para representar a extinção do território, mas para definir um novo tipo de território, múltiplo e descontínuo. No seu entendimento, as redes na contemporaneidade são elementos dos processos de territorialização (e não apenas de desterritorialização) e configuram territórios descontínuos, fragmentados, superpostos, bastante distintos da territorialização predominante na modernidade.

O autor pretende superar uma leitura dicotômica entre territórios e redes “como se fossem duas unidades distintas e mesmo antagônicas, não percebendo nem mesmo que a rede pode ser vista como um elemento constituinte do território” (HAESBAERT, 2011, p. 282). Assim, pensando território e rede de forma articulada, apresenta o conceito de “territórios-rede”, que estariam possibilitando à sociedade uma efetiva experiência multiterritorial.

Virilio (1999) diagnostica que a aceleração dos meios de transporte aéreos e terrestres e a instantaneidade planetária da comunicação protagonizada pelos “modernos meios de telecomunicação” geram uma aceleração da realidade que não cessa de demonstrar a perda do fundamento geográfico dos continentes. A Virilio Haesbaert responde que o dilema deste início de milênio não é o fenômeno da desterritorialização no sentido de desaparecimento do território, mas o da

multiterritorialização, da possibilidade de se experimentar diferentes territórios ao mesmo tempo, reconstruindo constantemente o de origem.

Para ele, decretar uma desterritorialização “absoluta” ou o “fim dos territórios” é um mito pelo fato de que o próprio conceito de sociedade implica sua espacialização. “Sociedade e espaço social são dimensões gêmeas. Não há como definir o indivíduo, o grupo, a comunidade, a sociedade sem ao mesmo tempo inseri-los num determinado contexto geográfico, territorial” (HAESBAERT, 2011, p. 20).

Haesbaert se posiciona também criticamente perante Pierre Lévy no que se refere à utilização deste autor do termo desterritorialização. Contudo, o filósofo, apesar de dizer que quando uma pessoa, uma coletividade, um ato, uma informação se virtualizam, tornam-se não presentes e se desterritorializam, reconhece que os processos de virtualização “não são totalmente independentes do espaço-tempo de referência, uma vez que devem sempre se inserir em suportes físicos e se atualizar aqui ou alhures, agora ou mais tarde” (LÉVY, 2007, p. 21). Na tentativa de conceituar a desterritorialização, Lévy parece sempre se deparar com um movimento de reterritorialização.

Assim como Haesbaert, em um movimento conceitual contrário à ideia da desterritorialização definida pela via do “fim dos territórios”, Guattari e Rolnik expõem que “ao invés de vivê-la com uma dimensão – imprescindível – da criação de territórios, nós a tomamos como uma finalidade em si mesma. E desprovidos de territórios nos fragilizamos até desmanchar” (GUATTARI; ROLNIK, 2011, p. 342).

Parente (2010) destaca ainda que, quando se fala em rede, logo se pensa nas redes do ciberespaço, o que na sua concepção está correto, mas não inteiramente. “O ciberespaço ou o espaço da informação não significa a anulação do espaço, mas apenas a realização tecnológica do espaço topológico” (PARENTE, 2010, p. 109).

O posicionamento de Parente pode ser relacionado às reflexões que Haesbaert faz a partir do pensamento de Deleuze e Guattari (2011). Segundo o geógrafo, os autores de Mil Platôs souberam compreender que os territórios sempre comportam dentro de si vetores de desterritorialização e reterritorialização e que o movimento entre estes dois é concomitante e indissociável.

A desterritorialização é o movimento pelo qual se abandona o território, é a operação da linha de fuga, e a reterritorialização é o movimento de construção de território; no primeiro movimento, os agenciamentos se desterritorializam e, no segundo, eles se reterritorializam com novos agenciamentos maquínicos de corpos e coletivos de enunciação (HAESBAERT, 2011, p. 127).

Para Lemos (2007a) as práticas sociais que emergem com as novas tecnologias da comunicação inserem os indivíduos em uma cultura de conexão

generalizada, possibilitando novas formas de mobilidade social e de apropriação do espaço urbano. No seu entendimento, as tecnologias, em especial as tecnologias móveis, através de dinâmicas de controle e acesso à informação, não fomentam apenas processos de desterritorialização, mas são capazes de promover novas reterritorializações. “O ciberespaço é efetivamente desterritorializante, mas essa dinâmica não existe sem novas reterritorializações” (LEMOS, 2007a, p. 279).

Lemos (2007b) acrescenta à discussão o conceito de “território informacional” para designar um espaço movente, híbrido, formado pela relação entre o espaço eletrônico e o espaço físico. O “território informacional” é acessado por meio das mídias locativas (*locative media*), um conjunto de tecnologias sem fio em rede e processos infocomunicacionais cujo conteúdo vincula-se a um lugar ou objeto específico.

As mídias locativas são utilizadas para agregar conteúdo digital a uma localidade, servindo para funções de monitoramento, vigilância, mapeamento, geoprocessamento (GIS), localização, anotações ou jogos. Dessa forma, os lugares/objetos passam a dialogar com dispositivos informacionais, enviando, coletando e processando dados a partir de uma relação estreita entre informação digital, localização e artefatos digitais móveis (LEMOS, 2007b, p. 1-2).

83

O pesquisador exemplifica esta discussão dizendo que o lugar de acesso sem fio em um parque por redes Wi-Fi é um território informacional, distinto do espaço físico parque e do espaço eletrônico internet. Desse modo, ao acessar a internet via rede Wi-Fi, o indivíduo está em um território informacional vinculado tanto ao território físico do parque como ao espaço das redes telemáticas.

Movimentar-se pela cidade com dispositivos eletrônicos conectados à internet possibilita formas de desterritorialização e, simultaneamente, novas territorializações pelo controle de fluxos informacionais. Lemos, alinhado com o pensamento de Haesbaert, entende que, em vez de um abandono das cidades pelas tecnologias do ciberespaço, o que está ocorrendo são novas práticas de uso do espaço urbano pelo deslocamento com artefatos digitais e processos de localização por redes sem fio.

Neste ponto vale retomar o pensamento de Haesbaert, para quem a “virtualização” das relações no ciberespaço não diminuiu o “peso” da materialidade nos processos sociais nem gerou uma “desterritorialização” da sociedade. O que ocorreu foi que os espaços passaram a condensar em áreas ou redes fisicamente muito mais restritas essa materialidade. Assim, pontos restritos (como uma antena para telefone celular ou um ponto de conexão à internet) adquirem funções estratégicas na organização do espaço social e através deles “pode-se fazer e desfazer conexões, abrir e fechar a circulação de vários fluxos imateriais, especialmente de informações e capitais, além de permitir o desencadeamento de outros inúmeros efeitos de caráter material” (HAESBAERT, 2011, p. 269).

Além de assinalar que muito do que é conceituado como desterritorialização no sentido de fim dos territórios é, na verdade, a intensificação da territorialização no sentido de uma multiterritorialidade na qual, em vez do fim dos territórios, estariam emergindo novas formas de articulação territorial, a discussão de Haesbaert tem uma meta clara: aproximar o conceito aos fenômenos de exclusão social não só política e econômica, mas também simbólica e cultural. É o caso do hip-hop em Curitiba, como se verá mais adiante.

Desterritorialização, se é possível utilizar a concepção de uma forma coerente, nunca “total” ou desvinculada dos processos de (re-) territorialização, deve ser aplicada a fenômenos de efetiva instabilidade ou fragilização territorial, principalmente entre grupos socialmente mais excluídos e/ou profundamente segregados e, como tal, de fato impossibilitados de construir e exercer efetivo controle sobre seus territórios, seja no sentido de dominação político-econômica, seja no sentido de apropriação simbólico-cultural (HAESBAERT, 2011, p. 312).

Tal posicionamento crítico perante o discurso da desterritorialização enseja, no entanto, uma reflexão sobre o que significa territorializar-se hoje, o que, na concepção do autor, tem a ver com criação de mediações espaciais que nos proporcionem efetivo “poder” sobre nossa reprodução como grupos sociais (para alguns, também como indivíduos).

MULTITERRITÓRIOS COMUNICACIONAIS

O espaço urbano e seus territórios, além de comumente servirem como palco para as manifestações do hip-hop, constituem a essência de sua gramática peculiar. Palavras como becos, quebradas, vielas, ruas, periferia, centro, cidade, *city*, metrópole, Zonas Norte, Sul, Leste, Oeste, chão de terra, asfalto e expressões como “mundo das ruas” e “selva de pedra” são frequentemente rimadas pelos MCs. Em diversas imagens grafitadas na pele da cidade observa-se a representação de ruas, automóveis, prédios, antenas. Já o *breaking* é uma vertente da chamada “dança de rua”.

Em Curitiba não é diferente. A cidade, além de ser o palco para as manifestações do hip-hop, as quais, de forma geral, acontecem sem qualquer apoio do poder público, é fonte de inspiração poética e de posicionamento político, como se pode verificar na música “Do outro lado da Boca Maldita”, do grupo de rap Mentkpta: “O que aconteceu? / A metrópole cresceu / Por metro cúbico / Passeio Público / Você se esqueceu!” (do disco *Acadametrofobia*, 2012).

Segundo Zeni (2004), o hip-hop se constitui de quatro elementos: o *breaking* (a dança de passos robóticos, quebrados e, quando realizada em equipe, sincronizados), o grafite (a pintura, normalmente feita com spray, aplicada nos muros da cidade), o DJ (o disc-jóquei) e o rapper (ou MC, mestre de cerimônias, aquele que canta ou declama as letras sobre as bases

eletrônicas criadas e executadas ao vivo pelo DJ). “A junção dos dois últimos elementos resulta na parte musical do hip-hop: o rap (abreviação de *rhythm and poetry*, ritmo e poesia, em inglês” - ZENI, 2004, p. 230. Em Curitiba, detecta-se a presença dos quatro elementos descritos por Zeni (2004) sendo articulados em diversos momentos e espaços. Todavia, cabe ressaltar que, pelo menos no caso curitibano, o movimento hip-hop não é unificado, mas descentralizado, segmentado e reticulado.

No *Jornal Hip-Hop Sul* (CELINO, 2004) Jucelino Ubirajara Domingues, o b-boy Celino, explica que as pessoas que fizeram parte do movimento hip-hop em Curitiba de 1984 a 1995 são consideradas da “Velha Escola”. “Na Velha Escola o hip-hop era visto como um movimento de negros que lutavam pela transformação cultural, social e política em benefício da juventude.” Em 1995, surge a “Nova Escola”. Sobre ela Jucelino escreveu: “As informações sobre o hip-hop até então eram escassas e a identificação das comunidades com esta cultura suburbana era difícil e pouco aceita. Este quadro veio a se modificar somente a partir de 1995.” No presente é possível falar ainda de uma “novíssima geração”, composta por jovens MCs, DJs, dançarinos de *breaking* e grafiteiros que seguem os passos daqueles atores das gerações anteriores que não deixaram de atuar, como o grupo de rap Arquivo Negro, em atividade desde 1997.

Além da forte relação com a cidade, observa-se hoje uma intensificação da movimentação do hip-hop curitibano em territórios ciberespaciais (sites, blogs, web rádios, web TVs) e, principalmente, em comunidades nas mídias sociais, constantemente atualizados pelos MCs, DJs, beatmakers, escritores de grafite e dançarinos de *breaking*. Esta movimentação do hip-hop é um sintoma de desterritorialização?

Se desterritorialização for pensada no sentido proposto por Virilio, a resposta é não; contudo, se o termo for tomado no sentido de exclusão social proposto por Haesbaert, existem indícios de que a resposta seja sim, especialmente na dimensão simbólico-cultural contida na conceituação do geógrafo.

A popularização crescente da internet contribui para que ocorra uma desterritorialização (compreendida aqui no sentido que Haesbaert apreende de Deleuze e Guattari) do espaço público e uma reterritorialização do hip-hop no ciberespaço, favorecendo, inclusive, novos processos de reterritorialização no território urbano, produzindo um tipo possível de território-rede. Todavia, a dimensão tecnológica desta movimentação, supõe-se, é apenas um desdobramento de uma desterritorialização do hip-hop produzida não por seus atores, mas pela insuficiência de políticas públicas voltadas para o fomento deste segmento cultural no espaço público. Dados concretos tendem a confirmar essa hipótese.

Em entrevista concedida ao jornal *Gazeta do Povo*, o presidente da Fundação Cultural de Curitiba, Marcos Cordioli, disse que existe muita

cultura “invisível” nos bairros de Curitiba: “Tenho dois exemplos: o movimento hip-hop, que é impressionante e precisa ser apoiado por ações culturais, e a cena do heavy metal. A FCC nunca teve bom diálogo com estes segmentos no sentido de dar apoio e visibilidade a eles” (MOSER, 2013).

Em 2012, o Movimento Curitiba + Hip-Hop, formado por MCs, DJs, escritores de grafite, b-boys e produtores culturais, fez circular na internet e em diversos pontos do circuito hip-hop um abaixo-assinado destinado à Prefeitura Municipal e à Fundação Cultural. No documento, que obteve cerca de dez mil assinaturas, são apontadas questões como: falta de apoio cultural às manifestações do hip-hop, falta de espaços públicos destinados às suas expressões, ausência de pessoas qualificadas para coordenar ações públicas que envolvam o movimento, além de inexistência de editais específicos para este segmento cultural.

Ambos os posicionamentos são ilustrativos de uma desterritorialização do hip-hop curitibano no sentido de uma exclusão social simbólico-cultural com desdobramentos econômicos e políticos. Mas como o hip-hop sobreviveu esses anos todos diante desses processos de exclusão da dimensão cultural da cidade?

A resposta tem, pelo menos, três explicações. Primeiro: resistindo através da organização de grupos, coletivos e eventos independentemente de apoio do poder público – em alguns casos, com apoio limitado e, invariavelmente, temporário; segundo: com a popularização da internet, produzindo uma desterritorialização em direção ao ciberespaço; terceiro: de posse de mídias locativas e conectados a redes Wi-Fi, comunicando-se e produzindo informação a partir dos “territórios informacionais”.

Essas três “estratégias” configuram um processo de construção de um confronto político na medida em que evidenciam o conflito entre os atores do hip-hop e um setor público indiferente às manifestações culturais àqueles atribuídas. Para Tarrow (2009, p. 18), o que desencadeia o confronto é um arranjo contingente de oportunidades e restrições políticas, que informam os atores sociais em disputa sobre como utilizar repertórios de confronto disponíveis para então ampliá-los e criar inovações pontuais.

No espaço urbano, observa-se essa inovação na organização sistemática de eventos em que, dependendo do caso, cada um dos elementos do hip-hop aparece de forma mais ou menos articulada. Esses eventos contêm o que Tarrow chama de “repertório de confronto”.

No *breaking*, mantendo uma tradição que se iniciou em 1983, b-boys e b-girls reúnem-se para dançar em frente ao Shopping Itália, espaço que é considerado o marco zero do hip-hop paranaense. Grafites são vistos nos quatro cantos da cidade. Organizados em crews, muitos escritores de grafite

costumam, nos finais de semana, reunir-se em diversos pontos da capital e da região metropolitana para grafitar.

No plano do ritmo e da poesia, os MCs encontram-se mensalmente na área externa do Museu Oscar Niemeyer para a Batalha da Cultura e semanalmente nos fundos do Museu de Arte Moderna para a Batalha do Muma. Além disso, é comum rappers, DJs e beatmakers organizarem, com recursos próprios, eventos de pequeno porte ao ar livre em suas “quebradas”.

Reunindo os quatro elementos da cultura hip-hop e abrindo espaço para skate, BMX e streetball (basquete de rua), são promovidos o *Breaking The Park*, que acontece mensalmente na Praça 29 de Março, e a Caravana: Cultura da Periferia ao Centro, realizada aos domingos em diferentes bairros da cidade. No final de cada ano, o Prêmio Hip-Hop Paraná, criado por entusiastas do hip-hop de Curitiba, reconhece e premia os destaques da cena.

Além destas intervenções públicas, que acabam por criar um repertório baseado no enfrentamento da invisibilidade, registra-se um número considerável de eventos privados que ocorrem em clubes e danceterias localizados na região central e em seus arredores. Nestes casos, o elemento de destaque é o rap, e o formato do evento se aproxima ao das baladas, começando no final da noite e atravessando a madrugada

No ciberespaço, reterritorializam suas próprias carreiras em sites, blogs e mídias sociais nas quais sistematizam e distribuem suas produções audiovisuais, simbólicas e discursivas. Entre os grupos de rap, verifica-se a prática de converter ações públicas, produções sonoras e imagéticas em informações que circulam na internet, para conquistar e ampliar públicos e territórios. Assim, um grupo que durante uma apresentação ao vivo comercializa um CD gravado de forma independente, também disponibiliza o álbum em plataformas como Soundcloud e Bandcamp, obtendo, em alguns casos, milhares de acessos e downloads.

Por meio de ações desta natureza, mobilizam um repertório que identifica o movimento hip-hop na cidade e atraem a atenção de outros artistas e de públicos de outras cidades, estados e países – e, por incrível que pareça, da própria cidade, cujo contato é justamente possibilitado pelas interações no ciberespaço.

Em termos metafóricos: a porta estreita do espaço público local conduziu-os a outras portas que se abrem a amplas trocas até então insuspeitas, ação esta que, além de reconfigurar o cenário do hip-hop local para além dos limites do espaço urbano, está influenciando uma nova geração de jovens que vê na cultura hip-hop um meio para expressar suas experiências existenciais e subjetivas.

De acordo com um levantamento realizado em Curitiba pela Central Periférica, projeto desenvolvido por alunos de graduação e mestrado em Comunicação da Universidade Federal do Paraná com o objetivo de mapear e

integrar em plataformas eletrônicas a produção cultural da periferia de Curitiba, existem 250 MCs, sem mencionar dezenas de DJs, beatmakers, b-boys, escritores de grafite e produtores culturais. O levantamento foi possível através da presença em shows, observação de cartazes nas ruas, realização de entrevistas e acompanhamento das movimentações dos atores do hip-hop curitibano na internet, espaço em que diversos jovens se identificam como pertencentes a este “mundo artístico” (BECKER, 1977) e postam sons, vídeos e fotografias que significam a existência de uma carreira ou o desejo de uma.

Muitos rappers, DJs e beatmakers assumem-se também como produtores musicais que, ao criar pequenos selos e gravadoras independentes, encontram uma forma de geração de renda e sobrevivência, como rima o Mentkpta na música “Do outro lado da Boca Maldita”): “Crescem selos / seus artistas / movimentam os ativistas / isso aqui que tudo cresce proporciona novas vistas” (do disco *Acadametrofobia*, 2012).

Além da ocupação de múltiplos territórios no espaço urbano e no ciberespaço, pode-se, por fim, mencionar a articulação nos “territórios informacionais”. De posse de smartphones, tablets e laptops e conectados a redes sem fio, alguns atores do hip-hop comunicam-se entre si e produzem informações enquanto se movimentam pela cidade.

Conforme se viu até aqui, o movimento hip-hop curitibano, embora sofra um processo de desterritorialização simbólico-cultural, resiste, construindo um território-rede por meio da articulação de territórios distintos e não contínuos. Neste processo, a comunicação por intermédio das não tão novas tecnologias de informação e comunicação tem se revelado um eficiente mecanismo de mobilização política. Um single, mixtape ou álbum de sucesso na internet pode significar prestígio e convite para shows e reportagens na imprensa local, render comentários e vídeos com milhares de acessos no YouTube.

É seguindo este raciocínio que se entende que a comunicação dos atores do hip-hop curitibano é “multiterritorial”, ocorrendo simultaneamente no território urbano, no ciberespaço, nos “territórios informacionais” (LEMOS, 2007b) e nas múltiplas combinações entre esses territórios.

Ao conectar territórios diversificados, a comunicação os coloca em rede e exerce papel decisivo no fenômeno da multiterritorialização. A internet, em muitos casos, é o único meio de comunicação de eventos que acontecerão no espaço público. Em blogs, sites e mídias sociais são postados de cartazes e flyers virtuais até mapas com indicações sobre o local do evento. Após estes eventos, ou mesmo durante, por meio de dispositivos móveis, fotos, imagens e textos são postados na internet. Ainda no ciberespaço encontram-se vídeos amadores de b-boys realizando seus movimentos no Shopping Itália, fotografias e vídeos de grafite, videoclipes semiprofissionais captados nas ruas, comentários e relatos sobre eventos de rap. Tais processos comunicativos, ao

acontecerem em múltiplos espaços que se intersectam, engendram uma comunicação multiterritorial.

Como se vê, o movimento em direção aos territórios do ciberespaço não está relacionado a um processo de desterritorialização ou de desaparecimento da cena hip-hop local. Pelo contrário, está articulado com os territórios de origem destes atores, bem como com outros territórios no ciberespaço e fora dele na própria cidade, mas também em outros municípios, estados e países, operando na lógica dos “territórios-rede, espacialmente descontínuos, mas intensamente conectados e articulados entre si” (HAESBAERT, 2011, p. 79).

Se há uma desterritorialização, ela pode ser vinculada à criação de novas territorialidades, as quais, no caso do hip-hop curitibano, estão permitindo aos seus atores processos de reterritorialização no ciberespaço e, principalmente, no espaço público, no qual historicamente o hip-hop sofre um processo de desterritorialização, como a exclusão social no plano simbólico-cultural.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O movimento hip-hop curitibano passa por dois processos de desterritorialização, os quais, todavia, não estão associados a processos de desaparecimento dos territórios ou à perda da importância destes, mas a novas territorializações.

A primeira desterritorialização, dos órgãos governamentais responsáveis pela gestão cultural da capital paranaense ao privar o hip-hop de editais específicos de fomento e espaços adequados para seu desenvolvimento e expressão, lança-o para fora do espaço público, para uma zona de invisibilidade social e cultural, o que cria restrição e gera confronto.

Reagindo a esta desterritorialização simbólico-cultural, os atores do hip-hop se reterritorializam através da organização de eventos em espaços públicos e privados, formação de coletivos, posses, organizações não governamentais, e estruturação de estúdios caseiros e selos para gravação e distribuição de suas produções. Assim, a restrição se converte em oportunidade para a mobilização política.

“Se os sistemas políticos institucionalizados moldam as perspectivas para a ação coletiva” (McADAM; McCARTHY; ZALD, 2008, p. 3), as estruturas de mobilização são meios coletivos, formais e informais, através dos quais as pessoas se mobilizam e se engajam em ações coletivas. Dessa forma, o conceito enuncia a interação entre atores políticos oriundos de organizações políticas institucionalizadas (Estado, governo, partidos) e as formas de ação política dos demais grupos sociais, no caso, os atores ligados ao hip-hop em Curitiba.

A segunda desterritorialização é exercida pelos próprios atores de hip-hop, que produzem “des-re-territorializações” em direção ao ciberespaço, no qual ampliam seus públicos, repercutindo seus trabalhos para além dos limites com que se deparam no espaço público. Ou seja, diante da restrição da

invisibilidade imposta, os atores encontram na internet uma oportunidade de comunicar-se com seus públicos.

Esses dois aspectos da reterritorialização configuram um processo de mobilização política, na medida em que confere aos atores do hip-hop curitibano momentos de encontro, identificação, os quais funcionam como oportunidades para “ocupar” um território que lhes é restringido. Ao invés da anulação do território urbano que culminaria no fim do próprio hip-hop que é essencialmente urbano, ele é costurado pelo fio da comunicação a múltiplos territórios produzindo um território-rede cuja forma é alterada pelas ações dos atores do hip-hop no espaço urbano e no ciberespaço.

Embora este panorama dê a noção de uma cena efervescente e que se articula independentemente de um apoio efetivo do poder público, é perceptível a formação de um hiato entre uma grande produção simbólica que é lançada diariamente no ciberespaço, principalmente pelos rappers e beatmakers, e o que se encontra efetivamente nas ruas, fenômeno que pode estar associado justamente às escassas oportunidades e possibilidades existentes no espaço público, cujo fomento depende também da criação de políticas públicas dedicadas ao hip-hop e, principalmente, à sua publicização.

Apesar das diversas iniciativas articuladas pelos próprios atores do hip-hop, as quais os permitem mobilizarem-se contra a desterritorialização simbólico-cultural que o movimento sofre, elas parecem ser insuficientes para dar vazão no espaço público a toda potência criativa observada no ciberespaço.

Nem todos os atores do movimento estão conseguindo transitar com desenvoltura por estas múltiplas territorialidades. Aqueles que não estão organizados em crews, coletivos e selos, que não se inserem em um circuito comercial ou que desconhecem os meandros burocráticos para concorrer a um edital público, tendem a encontrar dificuldades de expressão face à desterritorialização simbólico-cultural que o movimento sofre como um todo na cidade.

Apesar disso, além de cantarem com ritmo e poesia suas realidades, hoje muitos grupos de rap podem mostrá-las, como fez o grupo J.A.C, oriundo do Bairro Cidade Industrial de Curitiba (CIC), ao postar no Youtube um “fotoclipse” para a música “CIC”, revelando esteticamente para o Brasil e para o mundo um problema político que o discurso oficial tende a ocultar, isto é, que em “Curitiba também tem periferia”.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BECKER, Howard S. Mundos artísticos e tipos sociais. In: VELHO, Gilberto. *Arte e sociedade: ensaios de sociologia da arte*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1977.

CELINO. Opinião. *Jornal Hip-Hop Sul*, ano 1, n. 1, ago. 2004.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. *Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia*. São Paulo: Editora 34, 2011. v. 1.

GUATTARI, Félix; ROLNIK, Suely. *Micropolítica: cartografias do desejo*. Petrópolis: Vozes, 2011.

HAESBAERT, Rogério. *O mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011.

LEMOS, André. Ciberespaço e Tecnologias Móveis: processos de Territorialização e Desterritorialização na Cibercultura. In: MÉDOLA, Ana Silvia; ARAÚJO, Denise; BRUNO, Fernanda (Orgs.). *Imagem, Visibilidade e Cultura Midiática*. Porto Alegre: Sulina, 2007a. p. 277-293.

_____. Mídia locativa e territórios informacionais. In: XVI ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 16, 2007b, Curitiba. *Anais eletrônicos...* Curitiba: UTP. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_168.pdf>. Acesso em: 22 mar. 2013.

LÉVY, Pierre. *O que é o virtual?* São Paulo: Editora 34, 2007.

McADAM, D.; McCARTHY, J.; ZALD, M. (Eds). *Comparative perspectives on social movements: political opportunities, mobilizing structures and cultural framings*. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

MOSER, Sandro. Novo presidente da Fundação pede um pacto pela cultura local. *Gazeta do Povo*, Curitiba, 10 jan. 2013. Caderno G.

PARENTE, André. Enredando o pensamento: redes de transformação e subjetividade. In: _____ (Org.) . *Tramas da rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2010.

TARROW, S. *O poder em movimento: movimentos sociais e confronto político*. Petrópolis: Vozes, 2009.

VIRILIO, Paul. *A Bomba Informática*. São Paulo: Estação da Liberdade, 1999.

ZENI, Bruno. O negro drama do rap: entre a lei do cão e a lei da selva. *Estudos Avançados*, São Paulo, v. 18, n. 50, abr. 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142004000100020>. Acesso em: 29 jun. 2012.

Conexões periféricas: ação política, juventude e narrativas identitárias

Peripheral connexion: political action, youth and identity narratives

Rosana Martins

Cientista social, mestre e doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Pós-doutora associada ao Centro de Investigação Media e Jornalismo, Universidade Nova de Lisboa, Portugal. Visiting fellow researcher at Centre for Cultural Studies, Goldsmiths University of London, United Kingdom

Resumo

No presente artigo procuramos tematizar a questão atual da globalização, que sob as marcas do consumo de uma cultura se apresenta cada vez mais sob o domínio do capital e realça o excesso de signos e imagens de um mundo permeado por simulações, indistinção do real com o imaginário. Ou seja, uma contemporaneidade mutável, pairada pelas incertezas e incapaz de oferecer parâmetros de estabilidade social ou identidade individual frente a um mundo alheio ao próprio homem, mas, como manifestação do gozo do capitalismo planetário das empresas transnacionais. É exatamente neste momento que nossa atenção recai para a atuação dos novos movimentos sociais, que ao resgatar a esfera pública como campo pluralizado do diálogo, criam um espaço no qual a autonomia de ação floresce de encontro às amarras do social.

Palavras-chave: identidade; música; globalização

Abstract

In this article we explore the question of current globalization, which under the names of the consumption of a culture is increasingly coming under the domination of capital and enhances the excess of signs and images of a world permeated by simulations, blurring of real and imaginary. That is, a contemporary changeable, hung by the uncertainties and unable to provide parameters of social stability and individual identity in front of a world alien to the man himself, but, yes, while expression of the enjoyment of global capitalism transnational corporations. It is exactly this point that our attention is for the performance of the new social movements, to rescue the public sphere as a pluralized field of dialogue, create a space where the autonomy of action against the flourishing of social ties.

Keywords: identity; music; globalization, mediatization.

Hip-hop: cultura e ação

Com o atual processo de globalização temos o surgimento das chamadas cidades cosmopolitas, que independentemente de pertencerem a países economicamente desenvolvidos passam a assumir problemas parecidos no tocante a narcotráfico, violência, manifestações de discriminação social e étnica, desemprego ou trabalho na economia informal, ou ainda pessoas vivendo à margem da linha da pobreza.

Sendo assim, Jean Baudrillard (2003) entende que a contemporaneidade encontra-se imersa na profusão regida pelo pensamento único do capital mundial (este acaba por penetrar em todas as esferas da vida social pela positividade mercadológica, eficiência técnica e intensificação do processo de mecanização de um mundo cada vez mais administrado pela padronização, superespecialização, fragmentação do trabalho), regida pela total promiscuidade de todos os signos, o que acarreta indiferença no campo dos direitos humanos, da democracia. Nesse sentido, emerge a cultura, ou propriamente a incultura, da indiferença aos valores transcendentais do universal em favor da expansão do controle técnico para além do campo científico, entendido diretamente à vida cotidiana.

Nesse caso, assistimos à perda do sentido estável de si, como bem afirma Hall (2000), ao “duplo deslocamento” ou à descentração do indivíduo tanto de seu lugar no mundo quanto de si mesmo, diante de mudanças rápidas e constantes da contemporaneidade, dando margem ao surgimento de novas identidades. De acordo com o sociólogo polonês Zygmunt Bauman (2001), o eu se transforma numa situação cabide (móvel), calculável de sobrevivência e sucesso social.¹

A cultura na sociedade contemporânea encontra-se envolta por uma tessitura de paradoxos, frente a uma cultura mercantilizada que oferece a todos padrões de modelos, sendo que o processo de identificação ocorre num mundo de complexidade de possibilidades e de escolhas que se efetivam, se redefinindo continuamente em resposta à dinâmica sistêmica que exige uma multiplicidade de linguagens e relações sociais.

Projeção das posses de hip-hop no espaço periférico urbano

Na década de 1990, a cultura hip-hop em São Paulo ganha visibilidade não só através da música, da dança ou das artes visuais, mas também do sentido de ativismo social a partir da atuação das chamadas “posses”² e de sua tentativa de expandir o diálogo da juventude periférica para além do gueto.

Podemos dizer que o espaço de atuação das posses é produto de propostas, de discussões e de negociações locais, um agir comunicativo efetivado no consenso e almejado na busca do fazer parte, de participar, de ser ouvido. Portanto, por “posse” entendemos uma rede “doméstica” composta por um grupo de pessoas que a partir de uma necessidade ou de uma paixão comum, seja de reforçar as próprias raízes, seja de pesquisar um meio para compartilhar fragmentos de existência (PACODA, 2000), busca se reconhecer nas suas individualidades e diferenças, tornando-se, simultaneamente, mais inclusiva na esfera societal.

É na teoria da ação comunicativa reforçada por Jürguen Habermas (1989) que nos deparamos com elementos para pensar a atuação das posses, no momento em que se enfatizam as formas nas quais as pessoas envolvidas se põem de acordo para coordenar seus planos de ação, os quais se concretizam através do reconhecimento intersubjetivo e do equilíbrio entre interesses particulares e antagônicos. Nas posses os participantes, ao terem clareza de seus interesses comuns, agem como atores racionais da comunicação, visando a uma ação que possibilitaria a busca da racionalidade na vida social.

Podemos evidenciar, portanto, que as posses apontam para “nós”, são importantes na constituição do indivíduo que não é moldado por estruturas burocráticas institucionais, mas sobretudo por estruturas de fora, das arenas interacionais, se constituindo nas arenas públicas de diálogo, no encontro com o outro, cujas trocas atualizam sua crítica ao mundo social. Neste contexto, a apropriação da significação social para o indivíduo é produto do contexto em que está inserido, se apropriando das objetivações resultantes das atividades de outros homens, de gerações passadas, e ao mesmo tempo produzindo histórias, criando novas objetivações.

Funcionando como a reunião da “*identità segregata*”, termo tomado do sociólogo Alberto Melucci (1996) para fazer menção à referência identitária que se transforma na luta pelo direito à diferença, pontuamos um agir comunicativo autônomo que, sem as amarras burocráticas e institucionais, visa à intervenção política a partir dos elementos artísticos da cultura hip-hop.³

[...] Todo membro do hip-hop quer a autoestima de olhar enquanto cidadão. O jovem negro tem que ser um guerreiro e lutar para que sua condição de vida melhore. Posse é um sentimento de que você pode ter alguma coisa, identificação com a coisa que é sua. É você tomar posse daquilo. Esse é o sentido figurado da coisa. Jovens ligados ao hip-hop que reúnem para ensaiar ou para lutar por melhores condições no bairro. A importância é: a união faz a força. Toda vez que você chama uma pessoa pra lutar do seu lado, aí você acaba formando um exército. Essa é a importância da posse (Ana Rita Chaves, fundadora da Associação Dialogo e Acção [Lisboa, Portugal]. Entrevista concedida ao autor em 20 de março 2011).

[...] Temos nossos empregos fixos e fazemos algo para melhorar a sociedade em que estamos inseridos, pois somos – enquanto maioria negra, que participa deste movimento – os mais afetados pela discriminação, por ser periferia, pobre e negro (Mateus Martins. Entrevista realizada em São Paulo, em 5 de junho de 2012).

A construção identitária tende a ser uma questão central no entendimento das posses e tem procurado conjugar uma prática social que consegue simultaneamente trabalhar a autoestima de seus protagonistas através da conscientização e exercitar a cidadania – a participação nas relações sociais, apropriando-se de bens, usufruindo de direitos e compartilhando decisões. Promove-se um sentimento de pertença identitária por intermédio da participação do cidadão no ambiente social, o que acaba por definir o que se entende aqui por cidadania, na medida em que esta se concretiza nas posses pela participação do ator social, pela pluralidade de seus interesses e pela ampliação das oportunidades.

Nesse caso, a atuação nas posses aponta para um crescente e significativo ato educativo, no qual a participação do “nós” e a formulação de questões vão garantindo a consciência política de cada componente (ANDRADE, 1996). A articulação desses agentes sociais em volta da unicidade e da integração propicia uma consciência crítica e política a partir da formulação de demandas e estratégias de trabalho que futuramente contribuíram para fenômenos de afirmações identitárias e consequentes formas de diferenciação social.

Assiste-se a processos de individuação pelos quais os indivíduos constroem suas identidades particulares, com singularidades, assim como identidades coletivas, que nascem da inquietação e da insatisfação social⁴ dos jovens com o desemprego, o aumento da miséria, o não acesso aos bens de consumo e as faltas de perspectivas em relação à educação e à ascensão social. Assim sendo, a emergência das posses urbanas se inscreveria no eixo do desejo de liberdade e de autodeterminação para a expressão das individualidades, se colocando em oposição às formas que viabilizam a reprodução das condições necessárias à continuidade do sistema capitalista.

Ao ocupar o espaço público com suas expressões artísticas, esses sujeitos inflexionam a relação periferia-centro, trazem à tona as relações de poder implícitas nessa polaridade, que não só circunscreve a ocupação do espaço urbano, mas também implica o acesso diferenciado aos bens materiais e simbólicos (MARTINS, 2005). As identidades associativas à cultura hip-hop nada mais são que sistemas de forças e conflitos, cuja participação se envolve na intensa busca pelo esclarecimento na superação do indivíduo supérfluo. Como alega Marialice Foracchi (1982), a juventude de alguma forma reflete a crise que emerge da sociedade.

Os jovens sentem necessidade de afirmar sua originalidade, singularidade, autonomia. Os jovens procuram escapar às determinações e obrigações institucionais através de envolvimento sociabilísticos – com o suporte da música, das práticas desportivas e artísticas (ABRAMO, 1994).

Vivendo relativamente à margem das instituições dominadas pelas gerações mais velhas, os jovens formam uma geração que se caracteriza pelo desenvolvimento de valores e gostos culturais próprios que escapam aos processos tradicionais de socialização.

Do ponto de vista dos Estudos Culturais⁵ estamos vivendo a emergência de um “outro pensamento”, um pensamento liminar que aponta para uma razão pós-ocidental, ou seja, razão subalterna lutando pela afirmação dos saberes historicamente subalternizados a partir da tomada de uma consciência coletiva para pensar essas historicidades e dinâmicas transformativas pela ótica do sujeito protagonista (MIGNOLO, 1996; GILROY, 2001; HALL, 2003). Então, estamos numa etapa em que as concepções de mundo até recentemente dominantes e universais vêm sendo questionadas.

Os signos mais característicos das culturas juvenis funcionam, muitas vezes, como forma de resistência às culturas dominantes e hegemônicas e são obliquamente expressos em estilos que podem ser interpretados como uma reação resultante da situação de marginalidade ou subalternidade em que os “periféricos” vivem.⁶

Ser sujeito da sua própria história, sentar junto para trocar experiências são alguns dos aspectos importantes a serem realizados entre os componentes das posses paulistanas. Assim, a comunicação direcionada à mobilização social visa estabelecer uma relação entre os envolvidos que seja ao mesmo tempo dialógica, pedagógica e libertadora. A comunicação é dialógica na medida em que não é a transferência do saber, mas um encontro de sujeitos interlocutores.

[...] A gente usa a música como carro-chefe de atrativo, mas por trás vem oferecendo algo a mais, e é esse algo a mais que faz a diferença, que alimenta tanto a mente quanto o espírito do cara que vem até aqui, com palestras e debates sobre vários temas que afetam a comunidade da Cidade Tiradentes (Elton Ferraz, Aliança Negra Posse. Entrevista realizada em São Paulo, em 18 de maio 2003).

Quando você está participando de um coletivo, você se sente mais importante até mesmo para você, tanto a sua autoestima quanto da importância que você se dá para si. Eu consigo exercitar o que eu gosto, o que eu sei fazer. Quando você está no coletivo, quando nos unimos torna mais forte

(Cátia Andrade, Gata, 28 anos, rapper do grupo Hip-Hop de Batom, Lisboa, Portugal. Entrevista realizada em Lisboa em 22 de julho de 2012).

O simples fato de participar implica forte apelo na criação e experimentação de formas diferentes de relações mais solidárias e de manifestações que se expressam na periferia do sistema.

Rever a identidade, questionar a identidade, reafirmar a identidade tornam-se exigências correntes. Pertencer a um movimento, a uma rede, a um campo ético-político, situar-se num campo discursivo, enfim, implica experimentar o desafio da alteridade, inserir-se em lutas pelo reconhecimento ou pela reparação de injustiças e desigualdades.

Quero sempre ser original e me manter dentro de uma filosofia com referência na Zulu Nation. Trazer a ideologia inicial do hip-hop, a unificação dos povos, a paz! Quero alertar a todos através de informações que o pessoal não tem conhecimento com palavras que possam nos fazer crescer! (Jack Pot, rapper, membro da Zulu Nation Portugal. Entrevista realizada em Lisboa, Portugal, em 24 de julho de 2012).

Não se trata de uma vontade temporária, não se trata de uma moda, não se trata de um passatempo. Trata-se de procurar, com as nossas capacidades e/ou dons, melhorar o mundo à luz do Quinto Elemento – a que designamos como Conhecimento (Nicandro Francisco de Barros Mendes, 24 anos, rapper, membro da Zulu Nation Portugal. Entrevista realizada em Cacém, Portugal, em 5 de julho de 2012).

As ações políticas e sociais do hip-hop se realizam através do seu Quinto Elemento: o conhecimento. Sem o conhecimento, o rap, o break e o grafite não teriam esse caráter informativo e conscientizador das questões sociais. Ser um hip-hopper exige a busca de um conhecimento que vai além daquele ensinado nos livros didáticos (Alexandre dos Santos, 26 anos, membro da Associação Posse Haussa. Entrevista realizada em 17 de junho de 2012, em São Paulo).

Construídas nas interações sociais, as representações sociais juvenis acabam por se constituir, portanto, em mediações entre os sujeitos e o mundo, interpenetrando sentimentos, ideias, biografias, ideologias, fundindo as histórias dos sujeitos com as histórias das nações; são apropriadas pelos sujeitos para dar sentido às suas ações, à sua vida.

A essência destes agrupamentos juvenis está na potência, na elaboração de novas identidades coletivas, projetos de mudança social a partir das experiências vividas.

Construindo e desconstruindo identidades

O novo sujeito que surge das posses de hip-hop é um coletivo difuso, não hierarquizado, aberto e disponível ao horizonte de possibilidades, em luta contra as discriminações de acesso aos bens materiais e culturais, ao mesmo tempo crítico de seus efeitos nocivos, a partir da fundamentação de suas ações em valores tradicionais, solidários, comunitários. Sob este ângulo, torna-se importante ter em consideração a necessidade de uma compreensão diferenciada que permita aos moradores das periferias gozar da efetivação de práticas democráticas, ao procurar acentuar a importância da esfera cultural que fomentará mecanismo de aglutinação de sociabilidades e de interesses comuns. Logo, serão analisados de acordo com a teoria dos novos movimentos sociais, prioritariamente sob dois aspectos: suas ações coletivas e a identidade coletiva criada no processo, capazes de se autodefinir – a si mesmos e a seu relacionamento com o meio ambiente (OFFE, 1985).

99

Preliminarmente, vale registrar que os novos movimentos sociais são novos porque não possuem uma clara base classista como nos velhos movimentos operários ou camponeses; são de interesses difusos, com pluralidades de orientações, significando a construção de um outro referencial para o imaginário social a partir das potencialidades multidimensionais (polimorfias) de cada um, num conjunto (LACLAU, 1986). Desenvolve-se um processo de criação de identidades em espaços coletivos não institucionalizados, de trocas, de negociações, de decisões, de apropriação de espaços públicos, isto é, procura-se exprimir um papel estratégico de empoderamento social na negociação identitária centrada na ideia do “nós”, como formas de pertencimento coletivo, ao reivindicar seu reconhecimento como interlocutor válido.

A ação coletiva é um sistema de ação multipolar que combina orientações diversas, envolvendo atores múltiplos, e implica três ordens de orientações: aquelas relativas aos fins da ação (isto é, do sentido que a ação tem para o ator); aquelas relativas aos meios (isto é, às possibilidades e aos limites da ação); e, por fim, aquelas relativas às relações com o ambiente (isto é, ao campo no qual a ação se realiza). Desse modo, baseados em ações solidárias alternativas centradas em questões éticas ou de revalorização da vida humana, a ação do integrante das posses se organiza em torno de três eixos (fins, meios, ambiente), que devem ser considerados como um conjunto de vetores interdependentes e em tensão entre si (MELUCCI, 1985).

E nessa dinâmica, a construção das identidades associativistas das posses recusa, de antemão, qualquer orientação que conduza a alguma interpretação unidirecional, linear, fechada, cristalizada e fixada; logo, deverá ser pensada a partir de uma epistemologia dialógica, isto é, como fruto das experiências individuais e dos processos de trocas e interações intersubjetivas. O próprio ser humano não existe isolado, sua experiência de vida se tece, entrecruza-se e interpenetra-se com o outro. A interação pode ser considerada como o espaço da produção de sentidos e ainda de manifestação e produção das relações sociais. Pensar em relação dialógica é remeter a um outro princípio, a não autonomia do discurso, a incapacidade de liberdade e a capacidade de julgamento, sintonizado no pensamento de Arendt com a ideia de totalitarismo:

“[...] A ação e política, entre todas as capacidades e potencialidades da vida humana, são as únicas coisas que não poderíamos sequer conceber sem ao menos admitir a existência da liberdade, e é difícil tocar em problema político particular sem, implícita ou explicitamente, tocar em um problema de liberdade humana [...]. A *raison d'être* da política é a liberdade, e seu domínio de experiência é a ação [...]” (ARENDR, 1979, p. 191-192).

Em Arendt, como veremos, através da palavra a política aparece reumanizando o mundo. E é através do discurso e da ação que surge com o senso partilhado, com a capacidade de distinguir o mundo com clareza.

As categorias de percepção do mundo social não são somente produtos da incorporação das estruturas objetivas do espaço social, dos papéis sociais que todos cumprimos, das categorizações produzidas. Para Michel Pêcheux (1990; 1997), filósofo que valorizou muito o funcionamento da linguagem na formulação do pensamento, o discurso aparece como uma abordagem da língua, como o lugar teórico de articulação da cultura, da constituição do imaginário social e da materialização dos sentidos em movimento. Portanto, quando se fala em discurso, pensa-se nos enunciados que os indivíduos produzem ao atuar em situações sociais nas quais assumem posições de sujeito e implicam a incorporação da história e da memória cultural nos procedimentos de análise. Os discursos são partes indissociáveis do contexto cultural-sócio-histórico-político. Pêcheux pensa o discurso não necessariamente a partir de transmissão de informação entre os interlocutores, mas de um “efeito de sentidos” entre eles. Tendo como referência estes pressupostos, podemos afirmar que é através do encontro com o outro que se constrói a identidade específica, individual ou coletiva.

Sendo assim, a reivindicação de determinados grupos pelo reconhecimento de direitos e modos de subjetivação repercutem na atual conjuntura, reforçando a necessidade de um deslocamento da análise sociológica em direção à questão do sujeito. Tendo uma visão macro do social, o acionalismo do sociólogo francês Alain Touraine também se orienta por conceitos como historicidade, sistema de ação histórica, sistema institucional e organização social.

Alain Touraine fala dos movimentos como agentes históricos que expressam, em cada instante, não só as formas históricas de opressão, de miséria, de desigualdade, mas também o devir, através de sua crítica, de suas contestações em busca de novas alternativas rumo a uma nova historicidade.

Em seus primeiros estudos, ele elaborou uma teoria das condutas e dos comportamentos sociais a partir da análise dos movimentos sociais; posteriormente, passou a estudar nesses movimentos os sistemas e as mudanças sociais (GOHN, 2000).

Na sociologia da ação de Alain Touraine,⁷ um movimento social pode ser ao mesmo tempo um conflito social e um projeto cultural, pois visa à ação pelo controle social da historicidade e dos mecanismos de autoprodução. A sociedade, sob a ótica do autor, é tomada como um campo de confronto de interesses que objetivam o controle das forças de uma sociedade (TOURAINÉ, 1982). Por esse prisma, a abordagem de Touraine estrutura-se a partir do que se convencionou denominar “paradigma acionalista”, que retoma um dos pressupostos básicos do funcionalismo: toda ação é uma resposta a um estímulo social.

Nesta perspectiva, os novos movimentos sociais passam a ser fundamentais para entender o processo de mudança no mundo (TOURAINÉ, 1999). Assim, as posses passam a ser entendidas como um sujeito com vontade de ser reconhecido como ator, isto é, no papel de atuar e modificar seu meio social (mais do que ser determinado por ele), construído na relação com o outro, no campo da alteridade.

As reivindicações das posses permitem redefinir as fronteiras do político a partir dos questionamentos da legitimidade das instituições políticas e do reconhecimento dos conflitos antagonísticos em esferas da vida social ainda não democratizadas.

Observa-se, portanto, que o mérito da abordagem de Touraine colabora para o entendimento do processo de mobilização das posses do hip-hop como agentes dinâmicos, produtores de reivindicações e demandas, e não como simples representantes de papéis atribuídos de antemão pelo lugar que ocupariam no sistema de produção (TOURAINÉ, 1994). Portanto, como frutos de uma vontade coletiva, os movimentos sociais de Alain Touraine se

assemelham a agentes de liberdade, de igualdade e de justiça social. Desta forma, a ação coletiva das posses é parte do sistema de forças sociais dessa sociedade, disputando a direção de seu campo cultural. Em tal visão, novos movimentos sociais, como as posses de hip-hop, passam a ser vistos dentro de uma teoria mais geral, a teoria dos conflitos (COHEN, 1985). As posses têm sido caracterizadas por uma crescente politização da vida social.

Deste modo, para fins desta exposição, a participação na produção e transmissão das mensagens contribui para que se tornem sujeitos, protagonistas da comunicação, e não somente receptores.

Cotidianamente, os jovens periféricos dos grandes centros urbanos aparecem na grande mídia normalmente vinculados a ações de rebeldia e violência, relação com gangues e narcotráfico, quase sempre como vítimas de tais ações, mas muitas vezes mais como promotores. Os hip-hoppers tentam combater a estrutura histórica de desvalorização da periferia e, por conseguinte, qualquer noção unidirecional que possa ter.

A associação entre juventude e desordem teve origem nos trabalhos da Escola de Chicago, em princípios do século 20, a partir de estudos sobre os conflitos violentos entre gangues, bandos e organizações clandestinas formadas por jovens imigrantes nos grandes centros urbanos americanos em processo de industrialização.⁸ Essa compreensão transicional da condição juvenil foi pautada pelas formulações funcionalistas que emergiram nas sociedades afluentes do pós-guerra. É curioso perceber que, sob o efeito da efervescência política e cultural protagonizada por grupos de jovens nas décadas de 1950 e 1960, essas abordagens, ainda que centradas na questão da reprodução da ordem social, permitiram situar a juventude como agente portador do novo e da transformação, localizando o seu papel na atualização do processo de transmissão da herança cultural, na modernização e no rejuvenescimento da sociedade (ABRAMO, 1994).

As posses ligadas ao hip-hop comportam maneiras criativas ao reivindicar o reconhecimento social e resistir aos padrões estabelecidos, bem como formas inovadoras de inserção nas esferas da vida social; dada sua presença marcante nas sociedades contemporâneas, contribuem decisivamente para produção e renovação do repertório de valores e práticas sociais.

Pode-se dizer que a identidade coletiva nas posses não podem ser reduzidas a cálculos de custo e benefício, pois sempre mobilizam emoções e sentimentos. Aqui, a identidade coletiva é também um processo de aprendizagem no qual ocorre a autorreflexão sobre o significado das ações, que é incorporada à práxis de cada grupo.

Portanto, as posses caminham no sentido das agremiações de pertencimento, aclamadas por Michel Maffesoli pelo termo “tribo urbana” (1987; 1997; 1999), associação entre os indivíduos na “sociedade pós-moderna” e simbolizadas no estar

junto com os comuns, na imersão coletiva no existir, no compartilhar coletivo de gostos, sensações, emoções, desejos, já que representam, simultaneamente, fenômenos discursivos e políticos localizados na fronteira entre as referências da vida pessoal e a política. Os vínculos comunitários perduram enquanto se mantém o interesse em comum. O compartilhamento de elementos comuns contribuiu para definir a imagem social de cada “tribo”

É possível notar que, em conformidade com Maffesoli, essas agremiações de jovens no tecido urbano, as posses de hip-hop nada mais são do que o micro se relacionando com a macroestrutura (dada a importância dos estudos de Alberto Melucci, Michel Maffesoli e Alain Touraine), refletindo e dialetizando a constituição de um potencial crítico e inventivo dos agentes envolvidos no questionamento dos conflitos gerados no social a partir do instante em que gestam espaços públicos de criação, de pensar outros modelos alternativos de socialidade, de superação e de transformação, tanto no plano pessoal quanto no social, e diretamente relacionado à histórica falta de perspectivas a que a sociedade relega o jovem periférico.

Nesse eixo, a ação coletiva das posses assume sua forma na trama da vida cotidiana, na qual os indivíduos passam a elaborar um novo discurso, novos códigos, experiências de práticas descentralizadas e democráticas.

A influência dos movimentos sociais vai muito além dos efeitos políticos produzidos por eles. Existe um nível no qual a ação direta dos movimentos sociais afeta diretamente os sistemas políticos, obrigando-os a produzir algum tipo de reação que pode ser mais ou menos democrática conforme a natureza do sistema político envolvido. Neste sentido, a influência direta dos movimentos sociais sobre os sistemas políticos pode ser de três tipos: uma ampliação dos limites da política; uma mudança nas regras e procedimentos políticos; e uma transformação nas formas de participação no interior dos sistemas políticos (MELUCCI, 1994, p. 156).

Certamente, essa ação política circunscrita por Alberto Melucci ultrapassa o campo do diálogo, assumindo para o autor um caráter administrativo da estrutura do Estado, já que, neste contexto, os novos movimentos são apresentados como a combinação de um princípio de identidade, um princípio de oposição e um princípio de totalidade. Isto é, uma forma de ação coletiva (a) baseada na solidariedade, (b) desenvolvendo um conflito, (c) rompendo com os limites do sistema em que ocorre a ação. Estas dimensões permitem aos novos movimentos sociais que sejam separados dos outros fenômenos coletivos (delinquência, reivindicações organizadas, comportamento agregado de massa), que são com muita

frequência empiricamente associados com movimentos e protestos.

Evidentemente, podemos sistematizar as posses como sendo o lugar do enfrentamento voltado ao interesse coletivo que não pode ser resolvido por caminhos de verdades singulares, radicadas em interesses privados. Ao reivindicarem visibilidade, reivindicam também valorização de seu status quo, pois é através destes que podem inserir seus anseios na agenda pública, evidenciando discursos sobre suas necessidades e diferenças. Daí a importância do “nós” como sujeito da ação coletiva e produtor de poder, entendido aqui como um recurso gerado pela habilidade dos membros de uma comunidade de estabelecer uma discussão e eventualmente concordar sobre qual o caminho seguir.

Nesta perspectiva, a identificação é referência, sendo o ponto original relativamente ao qual se define a diferença, cujo entendimento não pode ser compreendido fora dos sistemas de significação nos quais adquirem sentidos.

Ao combater a exclusão social e a violência urbana através de ações e processos de capacitação de jovens na utilização da cultura hip-hop, estes agrupamentos de jovens delineiam um projeto coletivo no qual problemas são compartilhados e buscas coletivas de soluções são discutidas, tendo, inclusive, a intencionalidade de tornar pública tal condição, dialogando com outros agentes sociais e/ou institucionais. A informação gerada por esses agrupamentos de jovens assume características qualitativas na medida em que instiga geração de conhecimento e passa a auxiliar nos processos de mudança dos sujeitos sociais e da sociedade.

Estas agremiações fornecem aos jovens periféricos novos modelos de atuação, aquisição de novos saberes e protagonismo social, assim como novos espaços de influência de pertença. Nesse sentido, para Silva (2000), o paradoxo da identidade é que a diferença, para ser afirmada, supõe igualdade e reciprocidade. O engajamento dos jovens em organizações sociais e sua influência crescente na definição de políticas públicas apontam indícios de que fazem parte da solução para os problemas. A identidade coletiva das posses se refere a uma rede de relações ativas (concebidas como um processo de construção de um sistema de ação) entre os atores que interagem, significa o reconhecimento de que esta rede se define por interações e partilhas, produzidas através de um número de indivíduos ou grupos, dizendo respeito às orientações de suas ações e ao campo de oportunidades e constrangimentos no qual tais atividades acontecem.

Suas atividades viabilizam um canal permanente de diálogo entre o poder público e a sociedade civil, no que diz respeito ao controle democrático na configuração das políticas públicas endereçadas a jovens periféricos.

Como autêntico sujeito de enunciação, na medida em que se arroga no direito e até no dever de informar e ser informado, os processos comunicacionais elaborados pelas posses de hip-hop passam a constituir a chave mestra para imprimir sustentabilidade à democracia.

A leitura destes agrupamentos juvenis implementa ações que acabam por contribuir com a possibilidade de construção da cidadania em respeito a suas diferenças e direitos. A prática da cidadania participativa depende de fato da reativação da esfera pública na qual indivíduos podem agir coletivamente e se empenhar em deliberações comuns sobre todos os assuntos que lhes afetam. Portanto, a ideia de solidariedade assume o cimento que une esses agrupamentos para além das fronteiras locais e nacionais, criando-se redes e parcerias para a constituição de um amplo movimento planetário pela cidadania, pela igualdade com respeito às diversidades culturais e de luta contra os processos crescentes de exclusão social inerentes à globalização.

Certamente, os agrupamentos dos jovens vinculados ao hip-hop são, portanto, um campo de pesquisa privilegiado para a compreensão e a decodificação dos significados e dos papéis sociais que se atribuem à juventude periférica e às políticas públicas a eles direcionadas.

Referências bibliográficas

ABRAMO, Helena Wendel. *Cenas juvenis: punks e darks no espetáculo urbano*. São Paulo: Scritta, 1994.

AGGER, Ben. *Cultural Studies as Critical Theory*. London: Washington: The Falmer Press, 1992.

ANDRADE, Elaine Nunes de. *Movimento negro juvenil: um estudo de caso sobre jovens rappers de São Bernardo do Campo*. 1996. 317 p. Dissertação (Mestrado em Educação) - Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo.

ARENDT, Hannah. O que é liberdade. In: _____. *Entre o passado e o futuro*. Trad. de Mauro W. Barbosa de Almeida. São Paulo: Perspectiva, 1979. p. 188-220.

BAUDRILLARD, Jean. *Power Inferno*. Trad. de Juremir Machado da Silva. Porto Alegre: Sulina, 2003.

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida*. Trad. de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

_____. *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual*. Trad. de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

- COHEN, Jean L. Strategy or identity: new theoretical paradigms and contemporary social movements. *Social Research*, v. 52, n. 4, p. 663-716, winter 1985.
- FERRAROTTI, Franco. *Rock, rap e l'immortalità dell'anima*. Napoli: Liguori Editore, 1996.
- FORACCHI, Marialice Mencarini. *A participação social dos excluídos*. São Paulo: Hucitec, 1982. (Ciências Sociais.)
- GILROY, Paul. *O Atlântico Negro: Modernidade e dupla consciência*. São Paulo: Editora 34; Rio de Janeiro: Ucam: Centro de Estudos Afro-Asiáticos, 2001.
- GOHN, Maria da Glória Marcondes. *Teorias dos movimentos sociais: paradigmas clássicos e contemporâneos*. 2. ed. São Paulo: Loyola, 2000.
- HABERMAS, Jürgen. *Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos*. Trad. de Manuel Jiménez Redondo. Madrid: Cátedra, 1989. (Teorema Serie Mayor.)
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Trad. de Tomaz Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro. 4. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.
- _____. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.
- LACLAU, Ernesto. Os novos movimentos sociais e a pluralidade do social. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 1, n. 2, p. 41-47, out. 1986.
- MAFFESOLI, Michel. *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massas*. Trad. de Maria de Lourdes Menezes. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1987. (Ensaio & Teoria.)
- _____. *A transfiguração do político: a tribalização do mundo*. Trad. de Juremir Machado da Silva. Porto Alegre: Sulina, 1997.
- _____. *No fundo das aparências*. Trad. de Bertha Halpern Gurovitz. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1999.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. Comunicação plural: alteridade e sociabilidade. *Comunicação & Educação*, São Paulo, n. 9, ano 3, p. 39-48, maio./ago. 1997.
- MARTINS, Rosana. *O Estilo que ninguém segura*. São Paulo: Esetec, 2005.
- MELUCCI, Alberto. An introduction to study of social movements. *Social Research*, v. 52, n. 4, p. 749-787, winter 1985.
- _____. Movimentos sociais, renovação cultural e o papel do conhecimento. Entrevista de Alberto Melucci a Leonardo Avritzer e Timolyra. *Novos Estudos Cebrap*, n. 40, p. 152-166, nov. 1994.
- _____. *Challenging codes: collective action in the information Age*. New York: Cambridge University Press, 1996.

MIGNOLO, W. D. *Histórias Locais/Projetos Globais: colonialidade, saberes subalternos e pensamento liminar*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1996.

OFFE, Claus. New social movements: challenging the boundaries of institutional politics. *Social Research*, v. 52, n. 4, p. 817-868, winter 1985.

PACODA, Pierfrancesco. *Hip-hop italiano: suoni, parole e scenari del posse power*. Tornino: Giulio Einaudi, 2000.

PÊCHEUX, Michel. *Discurso: estrutura ou acontecimento*. Trad. de Eni Puccinelli Orlandi. Campinas: Pontes, 1990.

_____. *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. Trad. de Eni Puccinelli Orlandi. 3. ed. Campinas: Editora Unicamp, 1997.

SANTOS, Rosana Aparecida Martins. *O estilo que ninguém segura: mano é mano! Boy é boy! Boy é mano? Mano é mano? Reflexão crítica sobre os processos de sociabilidade entre o público juvenil na cidade de São Paulo, na identificação com a musicalidade do Rap Nacional*. 2002. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.

SILVA, Tomaz Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. In: _____; HALL, Stuart; WOODWARD, Katthryn. *Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 73-102.

TOURAINE, Alain. *Mouvements sociaux d'aujourd'hui: acteurs et analyster*. Paris: Ouvrieres, 1982. (Politique Sociale.)

_____. *Crítica da modernidade*. Trad. de Elia Ferreira Edel. Petrópolis: Vozes, 1994.

_____. *Sociologie de l'action*. Paris: Editions du Seuil, 1995.

_____. *Podemos viver juntos: iguais e diferentes*. Trad. de Jaime A. Clasen, Ephraim F. Alves. Petrópolis: Vozes, 1999.

ZALUAR, Alba. Gangues, galeras e quadrilhas: globalização, juventude e violência. In: WAISELFISZ, J. J. (Ed.). *Juventude, violência e cidadania: os jovens de Brasília*. São Paulo: Cortez Editora: Unesco, 1998.

¹ Essa nova ordem sistêmica engloba uma pluralização de modos de vida na qual cada indivíduo tem de negociar identidades múltiplas e contraditórias à medida que percorre diferentes campos sociais, cada qual com seus diferentes papéis, normas etc.

² Franco Ferrarotti (1996) no livro *Rock, rap e l'immortalità dell'anima* toma a palavra "posse" (que na língua rasta do ragga significa simplesmente um grupo de amigos) como formas variadas e originais da cultura do conflito; lugar de autonomia anárquica de agregação de jovens, uma via possível no mundo totalmente administrado da sociedade tecnicista, ou seja, uma contracorrente que reclama uma sociedade diversa, um mundo alternativo, não mercantil, menos utilitário e mais humano.

³ Numa entrevista realizada em 20 de agosto de 2003, em São Paulo, o então presidente da ONG Aliança Negra Posse, Cláudio José Assunção, chega a apontar a existência de posses voltadas unicamente para o aperfeiçoamento artístico e outras voltadas para a questão puramente política, o que acaba por comprometer as relações internas entre os elementos artísticos da cultura hip-hop. De qualquer forma, finaliza Cláudio, é na busca do equilíbrio entre esses dois fatores que a maioria das posses de São Paulo encontram-se sedimentadas.

⁴ Ver Bauman (2003).

⁵ Os Estudos Culturais representados pelo Centre for Contemporary Culture Studies (CCCS), criado na Inglaterra, especificamente na Universidade de Birmingham, no final da década de 1960, constituíram um marco na renovação dos estudos sobre a juventude. Sua formação multidisciplinar com apelo marxista retoma os estudos sobre juventude sob a ótica das classes sociais. Metodologicamente, retoma-se a pesquisa qualitativa, em especial a observação participante e a pesquisa etnográfica. O CCCS foi responsável pela difusão dos estudos da juventude sob a perspectiva da subcultura. Ver Agger (1992).

⁶ Ver Santos (2002).

⁷ O acionismo tourainiano foi uma primeira tentativa real de fundar uma sociologia não individualista da ação. Ver Touraine (1995).

⁸ A respeito, ver Zaluar (1998).

Narrativas transversais das cidades: sujeitos e predicativos

Cross narratives of the cities: subjects and predicates

Sônia Barreto de Novaes

Mestre em Ciência da Informação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo e doutoranda em Meios e Processos Audiovisuais pela mesma universidade

Resumo

Do campo à cidade ou da cidade ao campo observa-se uma malha quase imperceptível de vidas (sujeitos) transitando em tempos e espaços para formar cidades invisíveis (predicativos) que estão longe da morbidez determinada por alguns. Essas cidades se constituem de conhecimentos, trocas e diálogos. São inúmeras as narrativas da cidade ou do campo e, em certos casos, esses polos se encontram – daí entender essas narrativas transversalmente, ou seja, como narrativas transversais individuais e coletivas. Para tanto, situadas em uma cidade do interior paulista, conferiu-se a essas narrativas o protagonismo de seus atores diante dos discursos que se apresentam ou se ocultam.

Palavras-chave: narrativas transversais; lugar; mídias digitais; redes sociais.

Abstract

From farm to city or town to the countryside one sees a mesh of lives almost imperceptible (subjects) moving in time and space forming invisible cities (predicate) that are given away by some of morbidity. These are making up in knowledge exchanges and dialogues. There are countless tales of the city or the countryside and, in some cases, these poles blend – hence understand the narratives transversely, individual and collective narratives cross. To situate both those in the interior of a city and checked them protagonization of his actors before presenting speeches or hide.

Keywords: cross narratives; place; digital media, social networks.

Introdução

Os modos de ser em todos os sentidos sofrem interferências constantemente. Hoje percebemos diferenças significativas no que diz respeito à participação na política com as políticas públicas que são realizadas conforme demanda da sociedade civil, articulada e consciente das informações que lhe chegam. Porém, nem sempre o que denominamos de informação pública está acessível, afinal: “Quem lê Diário Oficial?” Cria-se então, de antemão, um hiato entre poder público e sociedade civil – uma lacuna que muitas vezes é preenchida com informações deturpadas gerando uma rede de intrigas que engloba os diversos setores da sociedade. Quem determina o alcance de tais “ruídos”? A transparência na comunicação não acontece se não houver meios e mediadores competentes para tal. Como na maioria das vezes inexistem essas instâncias, a comunicação fica “embaçada”.

O entendimento do que ocorre no processo comunicacional é um dos pilares para se compreender o desenvolvimento de uma cidade, que nada mais é que o desenvolvimento de seus cidadãos. Tanto a confusão dos ruídos como a polifonia se fazem em rede, pois uma narrativa alimenta outra, seja positiva ou negativamente. A questão que se coloca em termos de cidade é: queremos um “nós” reconhecido em suas singularidades, ou um enxame de “eus” limitados em suas individualidades?

A busca por narrativas que revelem a cultura da cidade de Piracaia¹ demonstra que essa resposta se realiza no cruzamento de diferentes narrativas. Assim, por razões metodológicas da pesquisa-ação-colaborativa,² estamos cruzando, ou melhor, transversando, as narrativas culturais com as socioambientais para compor um tecido – ainda não bem visualizado, mas apreendido de maneira orgânica – que leve ao entendimento de como tais narrativas retratam o desenvolvimento da cidade. Trabalhamos ainda para que as narrativas sejam amparadas e alimentadas por pessoas dos grupos estudados nesta pesquisa,³ ou por qualquer outra pessoa que venha a se interessar por seu entorno dentro da própria cartografia digital da cidade.

Tratando-se de uma cidade interiorana, cuja economia ainda é predominantemente rural, percebe-se que esses entornos se mesclam e convivem com certa dificuldade. Nesse sentido, a compreensão, bem como as intervenções dos grupos sobre o território onde vivem são fundamentais para o desenvolvimento da cidade nas áreas abraçadas – sejam a ambiental ou a cultural. A questão das tecnologias traz para o seio da cidade a ideologia e os discursos que vão ou não ao encontro de outros estabelecidos pela “tradição” da cidade. Temos, então, pelo menos dois discursos predominantes: o de pessoas que não “são” da cidade, mas que aí passaram a residir e se preocupam com o caminho que seu

desenvolvimento está tomando; e aquele das pessoas cujas famílias compõem a tal “tradição” da cidade e suas peculiaridades. No último caso, há um grupo atuante, que acredita e se dispõe a colaborar quando é o caso; e outro nostálgico, que lamenta e sempre diz: “Piracaia é assim mesmo”. No entanto, muitas vezes há o encontro dessas vozes.

Narrativas transversais

As narrativas se entrecruzam e mesmo quando começam numa história vão parar em outra – “Por que mesmo que estou falando isso?”, “Onde que eu estava mesmo?”, “É, mas isso não tem nada a ver com o que eu estava dizendo...”. Estas frases indicam a dialogia das narrativas e traduzem inúmeras cidades invisíveis. Se pudéssemos visualizar em fios coloridos as tramas que se estendem cidade a fora talvez entendêssemos melhor a inteligência constitutiva dos espaços. Mas, “como estava dizendo...”, com o entrecruzar das narrativas há o entrecruzar de áreas de conhecimento, departamentos, disciplinas, interseção de olhares que transformam os fios em linhas tênues à medida que se distanciam de seus respectivos núcleos duros. E, em se tratando de cultura, a complexidade se intensifica, pois o homem não é concebível sem a cultura e esta, por sua vez, designa a sociedade, que é tão inerente ao homo sapiens, como uma natureza.

A cultura e o meio ambiente enquanto reservas disponíveis propiciam o aumento da participação, o envolvimento e o constituir-se cidadão quando esses se apropriam de informações e as transformam em conhecimentos sobre o local por meio de relatos, narrativas audiovisuais e documentos históricos. As questões sobre a preservação de manifestações e objetos culturais se colocam como obra aberta (ECO, 2005) a visitas e ressignificações, possibilitando o intercâmbio de informações culturais e históricas com outros sistemas à medida que são disponibilizadas em rede. As memórias são estimuladas por variadas formas de expressão intensificando e alimentando os relatos implicados em diferentes instâncias.

Cabe aqui lembrar que a palavra cultura provém de colere – revolver a terra, cuidar dela observando seus tempos – o que legitima a fecundação mútua entre as narrativas culturais e socioambientais na emergência do lugar. É no cuidar da terra, na cura desta, que as narrativas transversam – daí a dimensão de transversalidade da narrativa.

Vale retomar a etimologia do prefixo “trans” apontada pela tradutora de Heidegger:

[...] “Trans” significa ser e estar a caminho, uma movimentação para além de si mesmo, um lançar-se ao entre da movimentação. Trans diz propriamente transcendência. [...] Transcendência é, para Heidegger, o

modo em que “*Dasein*” existe, a saber, finitamente. [...] Transcendência da existência significa infinidade. O que Heidegger define como estrutura da “cura”, como estrutura de anteceder a si mesma já sendo em... junto a... o mundo. [...] Decisivo no dimensionamento de *Dasein* como cura é este para além de si mesmo antecipador, este si mesmo experienciado como alteridade. Cura, antecedência, ek-sistência. (SCHUBACK, 2009, p.18)

Ao ouvir a cidade percebemos seus caminhos, as movimentações, cursos e maneiras de existir. São inúmeras as suas narrativas e estas constituem cidades invisíveis que existem e lhes é próprio estarem presentes curando e cuidando, daí a organicidade que uma cidade do conhecimento pode conferir.

Alguns pensadores da cultura observaram essa característica orgânica: J. Duncam, assim como R. Willians, veem a cultura como sistema de significados onde a paisagem é o texto; Kroeber fala do superorgânico – o homem e o orgânico em que a construção de equipamentos e o meio social são decisivos para o indivíduo e para a sociedade. Já Frans Boas, indo além da antropologia cultural, vê a cultura como um processo multilinear, uma maneira como o homem marca o mundo, assim a cultura ao ser mapeada se torna também lugar (áreas culturais) onde há relações de troca. As trocas são, antes de mais nada, negociações simbólicas tanto na cultura material como na imaterial permeadas pelos valores. Nem tudo é cambiado e muitas vezes observamos o abandono do tradicional em intenção do novo, ou da sua invenção. Mas o novo bebe no tradicional quando há interesses, seja do Estado, seja do mercado. Em todo caso é visível o poder das narrativas em intervir no sistema.

O lugar da cultura em Piracaia

Quais são os elementos que compõem a narrativa de uma cidade? Quais os aspectos relevantes à cultura? O que as memórias de seus protagonistas relacionam com o lá e o cá no tempo e no espaço? Neste sentido, será que o tempo se distancia do espaço, ou se entrecruzam no tempo e no espaço e são determinantes para compreender a experiência e a natureza dos eventos e das ações?

A princípio parecia fácil traçar um perfil da narrativa de Piracaia, afinal era uma *cidade morta*,⁴ mas narrativa que se preze nunca se encerra e, quem conta um conto aumenta um ponto. As histórias foram então se enraizando ao mesmo tempo que sustentavam e geravam outras, e cidades invisíveis emergiram (CALVINO, 1990). É assim a vida real em suas inter-relações.

[...] os falantes estão sempre mudando, mesmo que num grau dificilmente perceptível. No processo dessa geração, o conteúdo que está sendo gerado também gera. O intercâmbio prático está cheio de *potencial de eventos*, e a mais insignificante das trocas filológicas participa dessa incessante geração de eventos. [...] (BAKHTIN apud MORSON; EMERSON, 2009, p. 40, grifo meu).

A memória levantada a partir das narrativas e das participações em movimentos em prol da cultura e do meio ambiente trouxe à tona esse potencial de eventos demonstrando a necessária complementaridade de áreas e interesses quando o assunto é o desenvolvimento e a valorização do lugar onde se vive. É no lugar que se intensificam as energias coletivas, e a cultura encontra elementos que contribuem para o seu desenvolvimento. Neste sentido, tanto o que está latente como o que está disperso no seio da população se manifesta, se apresenta. A inserção em grupos é fundamental para que ações sejam levadas adiante, e ter pessoas comuns envolvidas em dois ou mais grupos permite que o elo se constitua e as ações sejam comuns.

Stuart Hall considera a cultura nacional como um discurso “[...] um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos. [...]” (HALL, 2003, p. 50). Evidentemente, não estamos tratando aqui da cultura nacional, porém da cultura de Piracaia que, conjugada às demais culturas municipais, a compõe. É, portanto, nesse sentido que traduzimos e verificamos os cinco principais elementos abordados por Stuart Hall (HALL, 2003, p. 52-56) que compreendem a narrativa da cultura nacional para observar a cidade.

1. Há uma *narrativa da cidade* contada e recontada em diferentes meios, sendo o principal a história oral. Estas, contudo, estão amparadas em imagens, símbolos, ritos, eventos históricos e na própria arquitetura e paisagem do município;

2. Há uma ênfase nas *origens*, na *continuidade*, na tradição e na *intemporalidade*, observada não só na fala dos mais idosos como também na dos mais jovens, por mais que esses não participem dos eventos da cidade.

3. Observa-se também a *invenção da tradição*, ou pelo menos a tentativa desta. Essas tentativas têm muito a ver com a necessidade de a cidade descobrir a sua vocação com vista ao desenvolvimento do turismo. Um exemplo dessa invenção é As pretinhas da Guiné – grupo folclórico que não se manteve;

4. A *identidade municipal* – “Você é daqui?”, “De que família você é?” Quem é de Piracaia e quem não é apresenta-se como uma questão que está

sempre na ordem do dia. Mas há os “novos piracaianos”, pessoas que vêm se estabelecer na cidade por conta da qualidade de vida e da proximidade da metrópole de São Paulo. Observa-se que os grupos ambientais e os relacionados à cultura geralmente são compostos por pessoas que não pertencem às famílias tradicionais de Piracaia. Há aqui uma dicotomia, as famílias tradicionais olham para trás e se comparam nostálgicamente “Era assim...”, “Lá tinha...”, enquanto os novos olham para o futuro e insistem em modificar o presente em: “O que podemos fazer?”.

Diante desta tradução, ou melhor, desta transposição da ideia de narrativa da cultura nacional para uma narrativa da cultura municipal, podemos afirmar que Piracaia possui uma narrativa própria e seu lugar está na memória de suas famílias, que é transmitida em quase sua totalidade pela oralidade. Quando há registros, esses são particulares, cabendo à família salvaguardá-los.

A ausência de equipamentos culturais e de políticas que viabilizem ações culturais é percebida como uma insuficiência para o desenvolvimento da cidadania plena. A desarticulação, ao contrário da articulação, é bem mais fácil de ocorrer, daí a fragilidade dos grupos, a fragmentação, a descontinuidade e a ruptura das ações favorecendo a proliferação de vozes sem sujeitos ou sem ouvintes. Este sintoma reflete a globalização e a pós-modernidade, cujos sujeitos, em sua maioria, são desconhecidos entre si, mesmo em cidades pequenas como Piracaia. Compromete-se, então, o circuito de valores culturais ao deslocar sentidos de relacionamentos em cenários que não mais correspondem. Esta tendência se tonifica ao se somar às mídias e às tecnologias de comunicação e de informação imbricadas tanto no funcionamento quanto na gestão da sociedade em geral.

[...] quando a comunidade íntima visível deixa de ser um grupo vigilante, identificável, profundamente interessado, o “Nós” passa a ser um ruidoso enxame de “Eus” e os laços de fidelidades secundárias se tornam por demais frouxos para deter a desintegração de comunidade urbana. [...] (MUMFORD, 1998, p.22)

Mumford descreve como começou a cidade, a partir de aldeias que vigiavam seus entornos. Vigiar é estar atento e pronto para qualquer chamado. Hoje isso não é simples, por menor que seja a ação. Estar pronto, vigiar e agir em territórios que se propagam no mundo digital e real significa compreender uma gama de ações muito além de qualquer competência, mas o ser humano não desanima e busca articulações em grupos afins.

O local e o global no lugar

Usando a alegoria de um lago onde a água aparentemente parada é tocada por uma pedra ali atirada, vemos a formação de uma série de círculos concêntricos que se estreitam progressivamente ao redor do último. Poderíamos observar o centro onde a pedra cai como o ponto forte, o *acontecimento* – a ação ali exercida vai se propagando com certo impulso, mas com o tempo e o espaço vai diminuindo de intensidade até parar esse jogo de anéis. As ações intensas investidas em determinados espaços urbanos, nos centros das grandes cidades, introduzem um movimento similar em seus entornos e alcançam periferias e cidades próximas. Assim sendo percebemos o quanto as questões relacionadas à acessibilidade são determinantes nesse empreendimento.

São Paulo – metrópole, palco de importantes acontecimentos e lugar central de modernidade – influencia seus arredores dentro de processos de urbanização. No entanto essa influência é parcial, uma vez que a cultura e a tradição dos lugares tendem a incorporar apenas alguns fragmentos da modernidade. “Não é o moderno que incorpora o tradicional e popular simplesmente. Antes, é a tradição que agrega fragmentos do moderno sem agregar um modo de ser consciência do todo. [...]” (MARTINS apud DAMIANI, 2004, p. 23).

Há influência parcial e fragmentada dentro de uma urbanização que não é para todos. Os níveis de desenvolvimento diferenciados trazem em seu bojo a desigualdade, desde seu processo ao seu produto, provocando crises que, por sua vez, desencadeiam ações populares e políticas públicas reivindicadoras de direitos cidadãos. Essas ações caracterizadas por movimentos são acontecimentos e como tais devem ser entendidos como “virtualidades”, isto é, possibilidades que envolvem “certa consciência histórica” (LEFEBVRE apud DAMIANI, 2004, p. 34). Porém esta consciência não é assimilada por todos, sendo necessário instaurar um plano de consciência privada e social no âmbito cotidiano, e as políticas públicas vêm neste sentido. De certa forma, é o que grupos como “MoMA” e o “Conselho de Cultura” vêm buscando concretizar com seus movimentos.

Como localidade ou sede econômica (WEBER, 1971), ou como trama de rede social (LATOURETTE, 2005), a cidade é antes de tudo um espaço e como tal se define historicamente. Suas indagações (atenções) serão sempre no sentido da sua produção (expectativa) e da sua formação (memória). “A cidade é ao mesmo tempo uma região e um lugar, porque ela é uma totalidade, e suas partes dispõem de um movimento combinado, segundo uma lei própria, que é

a lei do organismo urbano, com a qual se confunde. [...]” (SANTOS, 1994, p. 71). O organismo urbano é tecido⁵ no cotidiano permeado de singularidades que vão conferindo ao sistema material e aos comportamentos obrigatórios (formas, concretudes, padrões e códigos) modos de se relacionar com o tempo e com o espaço. Este modo está no campo das mediações que buscam desvendar o mistério das formas (lugares, símbolos, significados). O homem se apropria do mundo como apropriação do espaço, com todos os sentidos, isto é, com todo o seu corpo. Dentro dessa localização de seu corpo encerra o conteúdo social constituído pelas relações. O homem, enquanto ser-no-mundo, existe e seu compreender é um compreender que interpreta (HEIDEGGER, 2009, p. 215).

Por meio de um processo de interação eu-tu, o mundo se constitui e ganha sentido em algo comum. Sendo esta uma relação dialógica em termos buberianos, completamos este conceito com o pensamento de Berger quando este diz que o mundo constitui “o meio de nos unir, sem nos confundir.” Sendo assim, do particular ao mais universal, inferimos que o local tem seu lugar no global, ou seja, à medida que vivemos o local, atribuímos-lhe significação quando nos apropriamos de seus espaços tornando-os lugares, onde cada lugar é a seu modo um mundo e pode ser percebido em sua história cotidiana que redimensiona o local por meio de, entre outros elementos, suas ações e narrativas.

As narrativas estão diretamente relacionadas ao campo da ação. A partir do momento que conto uma história alimento-a com a minha própria história, ou seja, o narrador é tanto testemunha (narra o acontecido de acordo com o percebido) quanto autor, portanto acunha-se autoridade. Ora, se sou autoridade para dizer o que digo, então sou também protagonista de determinadas ações.

Portanto, o *lugar* transcende as fronteiras.

[...] Assim, em vez de pensar lugares como áreas de fronteiras ao redor, pode-se imaginá-los como momentos articulados em redes de relações, experiências e entendimentos sociais se constroem numa escala muito maior do que costumávamos definir para esse momento como o lugar em si, seja uma rua, uma região ou um continente. Isso, por sua vez, permite um sentido do lugar que é extrovertido, que inclui uma *consciência de suas ligações como mundo mais amplo, que integra de forma positiva o global e local*. (MASSEY, 1994, p. 184, grifo meu).

Encontramos na conceitualização de Lugar construída por Massey (MASSEY, 1994, p. 184-185) elementos que contribuem, nessa pesquisa-ação-colaborativa, para entendermos Piracaia, enquanto lugar. Assim, lugares são:

a) *Processos* – por conta das interações que aí acontecem, conferindo-lhes dinâmicas;

b) *Sem fronteiras* – porquanto suas relações econômicas, políticas e socio-culturais estendem-se por todos os níveis, da família à área local e internacional;

c) *Sem identidades únicas ou singulares* – porque estão cheios de conflitos internos;

d) *Com especificidades continuamente produzidas* – porque a globalização, além de ocasionar a homogeneização, também é uma fonte (da reprodução) do desenvolvimento geográfico desigual e, assim, da singularidade do lugar.

A questão das territorialidades nos lugares bem como dos elementos que os compõem estão em contínuo trânsito. Embora não seja de hoje que tal movimento ocorra, com o advento das mídias digitais ele se intensificou sobremaneira. E o MoMA representa esse trânsito.

117

Quando a notícia de que a Copel instalaria antenas pela cidade seguindo as determinações do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), do Governo Federal, poucas pessoas deram atenção, mas os poucos que deram criaram um movimento denominado Movimento Meio Ambiente de Piracaia (MoMA)⁶.

Diante da proliferação de grupos – todos na rede social Facebook – vale pensar onde está o “Nós” ou, como escreveu Mumford, se esse “Nós” não se tornou um ruidoso enxame de “Eus”. Em uma cidade pequena como Piracaia, ter pelo menos cinco grupos discutindo praticamente a mesma coisa é para se pensar onde está a articulação? A articulação, ou o “Nós”, está nas pessoas que participam de uma discussão comum. Ou seja, se algo ocorre como problema que afeta diferentes domínios como é o caso da Copel, da Praça do Rosário, do Plano Diretor, da canalização do Rio, enfim, questões que envolvem a cidade como um todo, então esse problema é levado a diferentes grupos por pessoas comuns a eles. Percebe-se que as pessoas que fazem articulação pelas redes são as mesmas que articulam as ações na cidade.

A presença nas reuniões é fundamental para que o grupo se constitua e seja sedimentado. Profissionais de diferentes áreas (biólogos, cabeleireira, artista plástico, turismólogo, dono de supermercado, designer, professores, jornalista) participam do MoMA, e provavelmente este seja o diferencial, pois o grupo tem sido um exemplo nas ações e reivindicações devido a sua competência em se apropriar das informações ambientais do município e disseminá-las provocando seus membros ao protagonismo.

O MoMA se articula pela rede social Facebook⁷, e-mails e SMS. As informações extragrupo chegam geralmente de maneira informal, em conversas com amigos ou conhecidos que têm conhecimento de algumas decisões da Administração Pública. Vale ressaltar aqui que todas as informações são de natureza pública. As audiências públicas antes de acontecer são publicadas no Diário Oficial, cabe então a pergunta: “Quem lê Diário Oficial?” Assim, as ditas audiências acontecem para poucos, geralmente os poucos que se beneficiam de alguma maneira com as decisões, como no caso da votação do Plano Diretor em relação ao aumento do perímetro urbano e da novela SABESP que se estende por mais de 40 anos.

Milena (bióloga, não é de família de Piracaia) – “Isso me incomoda. As pessoas nunca ficam sabendo! Então, como ninguém nunca fica sabendo que tá se fazendo um projeto. Eu fiquei sabendo por acaso, conversando informalmente, mas tipo: é uma coisa que tinha que ter um acompanhamento melhor...”.

118

Em relação ao tempo das ações, percebe-se nas narrativas um desgaste dos discursos e das manifestações que não levam a lugar algum, enquanto as soluções ambientais parecem emergenciais. Dentre outros motivos, esse é um dos que levam à ideia e à formatação do agenciamento das ações como estratégia diante do incômodo. A prerrogativa vale também para as questões culturais e é entendida por pessoas comuns a grupos ambientais e culturais. É necessário cruzar as questões ambientais e culturais em uma cidade altamente privilegiada pela natureza, mas também alvo de investidas governamentais drásticas, que reivindicam suas compensações. Aqui vale ressaltar a importância de se inteirar dos acontecimentos da cidade, de saber buscar as informações necessárias e respaldos legais para a protagonização do grupo nos diferentes ambientes disponíveis, sejam eles virtuais ou atualizados no real – a informação entra no diálogo e empodera a comunidade.

Muito se questiona a Cidade, mas a Cidade também deveria questionar seus cidadãos, “Quem me necessita?”, “Como combinar as novas variáveis de tecnologias sociais e disponibilizá-las?”.

Considerações finais

Percebemos então que a realidade não se contrapõe ao mundo virtual, mas atualiza-o. A presença dos grupos na rede social questionando e vivenciando os espaços da cidade faz emergir cidades até então invisíveis ou, como consideradas por tantos, mortas. Tanto o rio como a praça e até mesmo o porão, trazem

histórias. Basta que se poste uma foto para que comentários manifestem diferentes histórias, argumentos ou pontos de vista. Nesse sentido, vale demonstrar que tais conhecimentos são exercidos em dois termos imbricados nessas áreas: apropriação não só da informação, mas principalmente dos meios, e a protagonização desaguando necessariamente em desenvolvimento local devido à interatividade de seus atores. Essa apropriação efetiva dos meios reconfigura a política e a economia, apesar de num primeiro momento estar voltada para as consequências imediatas e locais sendo, nesse sentido, limitada. Contudo, se entendermos as tecnologias da comunicação e da informação como dispositivos que alteram e são alterados nos processos de interação, perceberemos que as competências necessárias a toda essa protagonização nas redes e na vida real é construída e constitutiva do próprio processo.

O uso de dispositivos tecnológicos não representa por si só a salvação para problemas sociais, culturais, ambientais ou educacionais, mas somando-se a outras ações permite transparências de problemas e se insinua com possibilidades de resposta. Histórias de vida e memórias locais, sejam de um grupo ou de outro, intercambiam-se com os saberes globais e, ao encontrar ressonância na literatura sobre emancipação digital, se oferecem como bases objetivas sobre as quais ganham luz a reconstrução da memória amparada por meios e processos audiovisuais.

A convergência das técnicas não é somente das técnicas, mas comporta:

[...] dimensões econômicas, sociais, jurídicas e políticas tão importantes e decisivas quanto seu comportamento tecnológico. Mesmo sendo tecnicamente possível, a convergência dos sistemas de comunicação não se realizará sem vontade política e econômica, sem quadro jurídico e regulamentar apropriado e sem uma aceitação dos usuários [...] A única possibilidade de digitalizar voz, dados e imagens, não conduz necessariamente e inevitavelmente à convergência dos sistemas de comunicação. Esta se apresenta mais como uma construção social ligada às lógicas socioeconômicas dominantes e da ação mais ou menos eficiente de diversos grupos sociais. [...] (TREMBLAY & LACROIX apud MIÈGE, 2009, p. 37).

Importa dizer que não estamos denominando de técnica toda a complexidade de vida pelas tecnologias. A reivindicação que aqui se faz é de apropriação destas, tendo em vista a produção desde o eu, singular, ao nós – grupo que dialoga com outros.

As relações que mantemos constituem e se constituem circunscritas em espaços e tempos, condições necessárias da existência. No entanto, as tecnologias da

informação e da comunicação intensificam essa conectividade. Parece, hoje mais do que nunca, que vivemos numa grande aldeia global, mas será que esse acontecimento é de fato novo? Quais são o alcance e as consequências das *performatividades* dos agentes dessa aldeia?

A flexibilidade e a especialidade são imprescindíveis porque, enquanto lugares, as redes são incertas, instáveis e complexas.

[...] Essas redes propiciam uma atmosfera rica pela transparência constante de conjuntos de informações (em grande parte informal) a respeito das tecnologias mercados e concepção de produtos. Assim elas ajudam a incentivar a criatividade e a inovação econômica em muitos setores diferentes, incluindo em particular, alguns dos nichos líderes mais dinâmicos da economia contemporânea, como a indústria de alta tecnologia, serviços e indústrias de produtos culturais. (SCOTT, 2001, p.15).

Há diversos modos de se representar esse espaço socialmente produzido, mas hoje a melhor representação está nas propostas dos mapas colaborativos ou coletivos. Nestes podemos perceber o alcance de ações e os níveis de pertencimento. Nesse momento estamos apresentando aos grupos a versão do Mapa Coletivo⁸ e enfrentamos basicamente duas dificuldades: 1) acessibilidade digital; 2) falta de percepção por parte dos grupos em relação aos mapas, bem como o alcance destes em relação à produção e divulgação das ações e das memórias. Assim, pretendemos avançar na pesquisa por meio de dois passos: 1) realizar oficinas de memória e pertencimento a partir dos mapas físicos de Piracaia; 2) em relação à acessibilidade digital propor, dentro das políticas que vêm se constituindo, políticas de acessibilidade digital. Neste quesito cumpre um estreitamento de diálogos com o poder público que se dá principalmente por meio dos Conselhos estabelecidos.

Neste momento da pesquisa, não temos elementos ainda para avaliar o referido Mapa Coletivo, mas podemos adiantar que este vem ao encontro, não só pela colaboratividade, mas também porque sua arquitetura gera tanto conteúdos georreferenciados quanto metadados, portanto passíveis de serem cambiados.

Referências bibliográficas

BUBER, M. *Eu e tu*. 2ª ed. rev. São Paulo: Cortez e Moraes, 1979.

CALVINO, I. *Cidades invisíveis*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

DAMIANI, A. L. Urbanização crítica e a situação geográfica a partir da

- metrópole de São Paulo. In: CARLOS, A. F.; OLIVEIRA, A. U. (org.). *Geografias de São Paulo*. São Paulo: Contexto, 2004. v. 1; p. 19-58.
- DENZIN, N. K. et al. *O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens*. 2ª ed. Porto Alegre: Artmed, 2006.
- ECO, U. *Obra aberta: forma e indeterminações nas poéticas contemporâneas*. São Paulo: Perspectiva, 2005.
- HALL, S. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 4ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.
- HEIDEGGER, M. *Ser e tempo*. 4ª ed. São Paulo: Vozes, 2009.
- LATOUR, B. *Reassembling the social: an introduction to actor-network-theory*. Oxford: University Press, 2005.
- LEFEBVRE, H. *O direito à cidade*. São Paulo: Ed. Documentos, 1969.
- LOBATO, M. *Cidades mortas*. 7ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1956.
- MASSEY, D. *Um sentido global do lugar*. In: ARANTES, A. A. (org.). *O espaço da diferença*. São Paulo: Papyrus, 2000, p. 176-185.
- MIÈGE, B. *A sociedade tecida pela comunicação: técnicas da informação e da comunicação entre inovação e enraizamento social*. São Paulo: Paulus, 2009.
- MORSON, G. S; EMERSON, C. *Mikhail Bakhtin: criação de uma prosaística*. São Paulo: EDUSP, 2008.
- competição entre cidades (nº 41, p. 11-25). São Paulo: Neri, 2001.
- WEBER, M. *Conceitos e categorias de cidades*. 1971
- WILLIAMS, R. *Cultura*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.

NOTAS

- 1** Piracaia está situada a 85 quilômetros da capital paulista e conta com uma população estimada em 22.335 habitantes em uma área de 385km², segundo dados do IBGE. Faz divisa com Atibaia, Joanópolis, Bom Jesus dos Perdões, Nazaré Paulista e Bragança Paulista.
- 2** Pesquisa para defesa do doutorado no PPGMPA – Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais, também participando do Grupo de Pesquisa “Cidade do Conhecimento” CTR/ECA/USP e do GENN – Grupo de Estudos de Novas Narrativas CRP/ECA/USP.
- 3** MoMA – Movimento do Meio Ambiente de Piracaia e Conselho de Cultura Municipal de Piracaia.

⁴A formulação da questão para a tese de doutorado teve como ponto fundamental a busca de um garoto na Biblioteca Pública de Piracaia por um livro de Monteiro Lobato que, segundo ele, falaria de Piracaia. Este livro era Cidades Mortas. Embora nada conste sobre Piracaia neste livro, sabemos que o mesmo trata da decadência de cidades do interior paulista por conta da queda da economia cafeeira.

⁵Para Lefebvre o conceito/metáfora de tecido urbano [...] é o suporte de um modo de viver mais ou menos intenso ou degradado: a sociedade urbana. Na base econômica do tecido urbano aparecem fenômenos de uma outra ordem, num outro nível, o da vida social e cultural. Trazidas pelo tecido urbano, a sociedade e a vida urbana penetram nos campo. Semelhante modo de viver comporta sistemas de objetos e sistemas de valores. [...] (LEFEBVRE, 1969, p.16-17)

⁶No mesmo período da criação do MoMA surgiram outros dois grupos voltados para o meio ambiente – o COMDEMA – Conselho Municipal de Desenvolvimento do Meio Ambiente; Meio Ambiente de Piracaia <https://www.facebook.com/groups/165352873548812/> e a retomada do GEPAP – Grupo de Estudo e Proteção Ambiental de Piracaia. Além desses grupos foram criados ainda: um perfil para o Rio Cachoeira, contra a deliberação da Administração Municipal de canalizá-lo, e o grupo Eu Quero Reciclar em Piracaia <https://www.facebook.com/EuQueroReciclarEmPiracaia?fref=ts>. Há também o início do projeto Piracaia Água e Ambiente www.piracaiaaguaeambiente.org.br da ONG 3ª via, a qual pretende formar 500 agentes socioambientais em 20 comunidades da cidade e conta com o apoio do MoMA. <http://www.piracaiaaguaeambiente.org.br/?yr=2012&month=11&dy&cid=mini>.

⁷<https://www.facebook.com/groups/157637524347592/>

⁸<http://www.mapascoletivos.com.br/reports/view/296>.

Redes sociais baseadas em localização: notas sobre dimensões técnicas, espaciais e sociais¹

Location-based social networks: notes on technical, spatial and social dimensions

Paulo Victor Barbosa de Sousa

Publicitário, mestre em Comunicação pela Universidade Federal da Bahia e doutorando pela mesma instituição

Resumo

Este artigo realiza uma revisão bibliográfica sobre redes sociais baseadas em localização, com ênfase no serviço Foursquare. Apresentam-se pesquisas sobre seus usos, suas apropriações e demais decorrências reunidas em quatro tópicos: motivações e condições de uso; recompensas e engajamento; padrões espaço-temporais; questões sobre privacidade. Conclui-se que os vínculos nesse tipo de rede se dão tanto em relação aos lugares explorados quanto aos laços sociais já existentes e que, dessa forma, o gerenciamento de impressão da própria imagem parece ter papel preponderante nas dinâmicas baseadas em localização.

Palavras-chave: mídia locativa; mobilidade; redes sociais; Foursquare.

Abstract

This paper intends to do a literature review of location-based social networks and focuses on Foursquare. We present here researches about its uses, deviations and consequences, sorted by four topics: motivations and circumstances of use; rewards and engagement; spatial and temporal patterns; concerns about privacy. We conclude considering the ties composed in this kind of network arise from exploring places as well as based on existing social bonds. So impression management seems to play an important role in location-based dynamics.

Keywords: *locative media; mobility; social networks; Foursquare.*

Introdução

Os momentos recentes da internet têm demonstrado um avanço na utilização de ferramentas e tecnologias baseadas em localização. Nos últimos anos, presenciamos manifestações variadas quanto à sensibilidade de objetos e pessoas ao espaço, notoriamente em contextos urbanos. Mapas de crime (BRUNO, 2010), comunicação mediada por bluetooth (MEDEIROS, 2011) e cartografias colaborativas (LIMA, 2011; SOUSA, 2012) são apenas alguns dos exemplos do uso de recursos comunicacionais e georreferenciais a permearem as mídias locativas (LEMOS, 2009). No que concerne ao uso de tablets e smartphones, observa-se o surgimento de práticas de sociabilidade atreladas ao fluxo banal do dia a dia e à localização geográfica. Esse conjunto sociotécnico-locativo coloca num mesmo bojo dados pessoais e geográficos. O cenário atual denota rico momento em termos de mobilidade (LEMOS; JOSGRILBERG, 2009), sendo as redes sociais, baseadas em localização, um tipo dentre outras formas de apropriação tecnológica atrelada a práticas comunicacionais móveis.

Tendo em vista esse contexto, o presente artigo se propõe a realizar um levantamento bibliográfico sobre redes sociais móveis, dando ênfase a pesquisas realizadas acerca do Foursquare, uma das principais redes dessa natureza. O serviço se caracteriza pela disponibilização pública da localização momentânea de seus usuários, tendo por base o entrelaçamento sociotécnico de contatos, com elementos cruciais comuns às tradicionais redes sociais (como Twitter, Facebook ou Orkut): os nós (atores) e as conexões entre os nós (interações, laços) (BOYD; ELLISSON, 2007; RECUERO, 2009). Seu funcionamento se dá por meio de aplicativo instalado no celular e, de modo geral, sua operação básica é possibilitada a partir de Sistemas de Posicionamento Global (GPS, em inglês) embutido em dispositivos móveis. A capacidade de localização provida por tal tecnologia dota o dispositivo de “consciência” sobre sua contextualização geográfica, originando uma sociabilidade mediada por dispositivos infocomunicacionais e vinculada à prática espacial.

Nessa rede, os usuários expõem deliberadamente o lugar em que se encontram naquele momento, tendo a possibilidade de incluir outras pessoas como companhia, tecer comentários sobre o que estão fazendo e até dar dicas diversas sobre aquele local. No Foursquare, por exemplo, realizar tal ação é descrita como check-in: no jargão corrente desse universo, “dar check-in” num lugar (ou *venue*, como é tratada a localização específica nesse sistema), é o mesmo que deixar claro à sua rede de contatos que a pessoa ali se encontra momentaneamente. Vale lembrar que a dinâmica adotada pelo Foursquare não é exclusiva, sendo vista facilmente em plataformas similares. Além disso, as informações georreferenciadas não só são atreladas ao perfil público daquela rede, o qual apresenta dados

diversos sobre o indivíduo e sobre os lugares por ele visitados, mas também podem ser repassadas para outras redes sociais das quais a pessoa faça parte, como os já citados Twitter e Facebook.

Sistemas como esse se valem de lógicas competitivas, nas quais entram em jogo pontos e insígnias especiais – os quais servem, a priori, como recompensas simbólicas pelas atuações individuais. Além dessas premiações, e seguindo a mesma linha de compensação, o próprio aplicativo apresenta status especiais de “prefeitura” (*mayorship*) para cada lugar, cargo atribuído aos seus visitantes mais frequentes. Mesmo com esse funcionamento competitivo (por *mayorships* e maior número de *badges*, por exemplo), redes como o Foursquare não são comumente consideradas como jogos. Mesmo lidando com disputas, o mais sensato tem sido tratar tais universos híbridos como serviços “gamificados” (do inglês *gamification*), justamente por apresentarem aspectos lúdicos (ZICHERMANN; LINDER, 2010; PELLANDA, 2011).

O Foursquare tem sido ponto de interesse de pesquisadores diversos ligados aos estudos de mobilidade, mídias locativas e redes sociais não só por altas incidências de adoção, mas também por preocupações sobre questões concernentes à sociabilidade entre os indivíduos, a modos de representação identitária e à privacidade dos participantes. Neste artigo, apresentamos uma revisão de literatura sobre as pesquisas realizadas em torno desse objeto e buscamos condensar nossos achados parciais em quatro linhas distintas de investigações e avaliações sobre esse serviço. São elas: a) motivações e condições de uso; b) recompensas e engajamento; c) padrões espaço-temporais; e d) questões concernentes à privacidade.

Motivações e condições de uso

O primeiro ponto considerado quanto ao uso de redes como essa se dá quanto ao porquê, como e em que circunstâncias as pessoas passam a utilizá-las. Dar respostas a contento para tais questões parece ser uma iniciativa ampla demais para um trabalho como este, de forma tal que aqui encontramos apenas alguns esboços. Um ponto de partida, assim, talvez deva ser considerar justamente o aspecto lúdico presente no funcionamento de tais redes – pelo menos, especialmente, no caso do Foursquare.

Apontar o motivo de iniciar a utilização do Foursquare é algo que não pode ser feito em total clareza até o momento. A principal característica a orientar futuros estudos, pois, é precisamente o aspecto comunal que se engendra a partir das interações iniciais – dadas possivelmente entre “amigos” (ou contatos) de outras redes. De modo geral, as práticas de sociabilidade vistas nesse tipo de serviço parecem envolver a criação (ou manutenção) de certas esferas de

intimidade. Há indicativos de que o Foursquare lida com sentidos de pertencimento, os quais não se dão apenas em relação ao lugar (seu nome, seus significados), muito menos às coordenadas geográficas (referente à exatidão de sua localização), mas especialmente quanto a um contexto temporal aliado à espacialidade. Estar numa rede como essa tem a ver com o compartilhamento de sentidos para os lugares (DUFFY, 2011), o que nos remete a uma compreensão sobre seus usos, visitas, público e modos de adoção.

Zago e Rebs (2011) consideram tal compartilhar como uma motivação de uso: os elementos de recompensa (*badges*, prefeituras, pontuação) entram em redes de significados entre os próprios contatos. As interações acabam, assim, transcorrendo em circuitos fechados, com pouca escapatória: Sutko e Souza e Silva (2011) nos mostram que, por seu caráter de não anonimato, redes sociais móveis induzem a um engajamento apenas para com semelhantes – uma espécie de “molecularização” social. A tendência é que, caso duas ou mais pessoas passem a se conhecer, provavelmente o farão dentro de um universo demográfico em comum.

Lindqvist et al (2011) também mostram dados que apontam para um entendimento nesse sentido: de seis entrevistados, apenas um deles expressou alguma inclinação para conhecer novas pessoas através desse serviço. Os mesmos autores também trazem dados relativos a outra fase da mesma investigação: 58% dos entrevistados afirmaram manter laços no Foursquare com amigos com os quais não se encontram pessoalmente, mas que, ainda assim, são seus conhecidos. Quanto a esse ponto, são dadas duas explicações possíveis para essas respostas: a) os usuários podem apenas adotar uma postura de “coletar” contatos (criando índices conotativos de popularidade); ou b) eles buscam ter aquelas pessoas como fontes de informação, a fim de ver quais lugares elas visitam (utilizando-as como indicações indiretas de modos exploratórios da cidade). É possível ressaltar ainda uma terceira possibilidade: o Foursquare utiliza-se de correlação de contatos, sugerindo “novas” amizades não tão novas assim² – confirmando os padrões de semelhança demográfica já ressaltados.

Outra consideração sobre certa esfera de proximidade (simbólica, nesse caso): Consolvo et al (2005) mostram que a informação georreferenciada precisa ser útil ou fazer sentido para quem irá recebê-la. Apesar de não lidarem com redes sociais móveis, mas sim com a possibilidade mais ampla de alguém receber uma requisição sobre sua localização – uma ligação no celular, por exemplo – seus achados podem servir de base para redes como o Foursquare: a principal contribuição, assim, refere-se a uma tríade que evidencia a importância de um contexto amplo e complexo, não apenas locativa: quem está pedindo a informação, por qual motivo e o que exatamente está sendo requisitado. Dessa forma, ao terem a devida contextualização relacional, as pessoas tenderiam a divulgar suas

localizações de acordo com a utilidade para os outros, no sentido de poder ser compreendida e utilizada. Se julgarem que a informação será inútil ou incompreensível, podem tomar outros rumos na interação, negando a requisição ou dando níveis variados de detalhamento sobre o lugar. Dessa forma, a própria privacidade e o desconforto íntimo que a informação pode gerar não entram com papéis tão importantes nessa dinâmica.

Um ponto a se acrescentar em relação às motivações de uso dá-se quanto ao fato de a publicização da localização temporária envolver uma questão relacionada com a ideia de como se compreendem os lugares – o que por vezes é tratado como “revalorização do espaço físico” (ZAGO; REBS, 2011, p. 14). Temos aí uma pista de que as competições entre amigos dizem respeito a pontos específicos do território, os quais devem possuir significados próprios de acordo com os contextos sociais. Ou seja, a divulgação do lugar deve fazer sentido para o círculo de contatos, como já apontado por Consolvo et al (2005). A diferença é que, aqui, estamos lidando especificamente com as trocas simbólicas em torno daquela dada localização, e entende-se que isso deve ir além do tão mero “fazer sentido” ou “ser compreendido”, tocando em arranjos valorativos que superam a utilidade do dado georreferencial.

Além dos significados que a publicização da própria localização pode ter, é preciso ressaltar um aspecto técnico apresentado por Oliveira (2012): é necessário que a pessoa deseje realizar e tornar pública a marcação, mas a condição básica para isso é a disponibilidade de conexão. Em linhas gerais, redes como essa trabalham com uma ideia de momento pulsante, do aproveitamento do instantâneo. Sem os aparatos tecnológicos necessários, os significados e as motivações da marcação e das decorrentes interações podem se esvaír.

Recompensas e engajamento

Como já descrito, o Foursquare premia os usuários mais participantes com insígnias e menções honrosas. Há também outras formas de criar engajamento nesse universo, com a disposição de descontos e promoções em estabelecimentos comerciais. Cuddy e Glassman (2010), por exemplo, fazem uma abordagem descritiva de como algumas bibliotecas públicas chegam a oferecer aluguéis de livros de graça aos seus frequentadores mais assíduos.

Os incentivos de uso encontrados na pesquisa de Zago e Rebs (2011) mostram, além das *badges* como elementos de reputação, a possibilidade de informar aos amigos a própria localização e igualmente a chance de saber a deles. Tendo em vista justamente os perfis públicos que se constituem nessas redes, poderia vir daí uma motivação para a manutenção constante desse “dizer onde estou” entre amigos – lembrando justamente a natureza de conectividade em que se

encontram. Redes como o Foursquare dão vazão à coordenação entre os contatos, não à exploração do espaço (SUTKO; SOUZA E SILVA, 2011), e esse é um ponto importante para a compreensão do sistema.³ Esse pode ser um indicativo de que a coordenação espacial entre amigos não diz respeito meramente à possibilidade de encontro físico, mas a outros significados em construção nos processos interativos (publicizar a localização pode não significar necessariamente uma disponibilidade de interação face a face). Assim, um reforço possível para a continuidade do uso de Foursquare e similares pode se dar em distintas linhas de raciocínio: a) quanto às competições entre pares; b) quanto às promoções comerciais; c) quanto ao capital simbólico engendrado a partir da mobilidade; d) quanto ao registro das próprias movimentações; e) quanto à possibilidade de conhecer novos lugares.

Mais que estar junto ou explorar o espaço físico, os indícios parecem apontar para o fato de querermos, simplesmente, demarcar territórios simbólicos e, a partir destes, constituir nossas identidades on-line. Além disso, a revalorização do espaço físico (ZAGO; REBS, 2011) ou a conexão entre lugares (PELLANDA, 2011) podem não ter exatamente uma noção atrelada ao aspecto espacial das sociabilidades transcorridas no Foursquare mas, sim, aos significados socialmente construídos em torno dos lugares demarcados pelos usuários. O reconhecimento por meio dessa ou daquela imagem pública pode, assim, acabar atuando como um forte item recompensatório, mesmo que um enquadramento de si sequer seja um objetivo crucial dentro das dinâmicas propostas.

Padrões espaçotemporais

Tendo em vista os modos de apropriação por parte dos usuários até agora analisados, poderíamos perguntar-nos se as recompensas (sejam as simbólicas, sejam os descontos financeiros) dadas pelo Foursquare seriam fortes o suficiente para ocasionar transformações no cotidiano das pessoas. As pistas parecem apontar uma negativa para essa questão. Ainda que possamos pensar em flâneurs, a clusteração proposta por Zutko e Souza e Silva (2011) e Lindqvist et al (2011) indicam que o Foursquare é muito mais tomado pelo cotidiano do que o contrário. Ou seja, não se pode esperar que as pessoas mudem suas rotinas por conta das pontuações que angariam no sistema, nem pela possibilidade de conhecer novos lugares ou realizar novas amizades.

Traçando relações entre lugares e laços pessoais, Cranshaw et al (2010) trazem dados sobre o uso do Locaccino – aplicativo também baseado em dados georreferenciais –, os quais apontam certas identificações demográficas entre grupos sociais e contextos espaciais. Os autores se valem do conceito de entropia da localização (*entropy location*), tratada como a tendência de duas ou mais pessoas se encontrarem num determinado lugar (ou como aquele lugar consegue ser atrativo

para circulação). A ideia central da investigação mostra que, se dois usuários do aplicativo em questão se encontram num mesmo local de alta entropia (como um shopping ou uma praça, por exemplo), a probabilidade de eles já se conhecerem é menor do que se ambos estivessem num lugar de baixa entropia (que seria um lugar mais desconhecido, recluso e exclusivo). As estatísticas trazidas pelos autores, pois, podem nos levar à visualização da formação de guetos específicos no espaço de uma cidade – a qual, por sua vez, parece ser corroborada pelas dinâmicas de clusterização indiretamente propostas por redes como o Foursquare.

Indo um pouco além, Noulas et al (2011) trazem dados que mostram padrões de check-ins dispostos ao longo do tempo e do espaço. Após coletar cerca de 12 milhões de check-ins por um período superior a cem dias, os autores chegaram a algumas considerações sobre como se dá a variação de marcações ao longo da semana e do dia. Verificaram, por exemplo, que, durante os dias úteis, há três picos de atividades na rede: logo no início da manhã, quando as pessoas se dirigem a seus lugares de trabalho ou estudo; durante o horário de almoço, quando da saída de escritórios e escolas; e das 18h às 20h, quando do retorno das pessoas para seus lares (ou uma saída rápida para shoppings, bares etc.). Já durante os finais de semana, o gráfico apresentou apenas um grande platô de marcações, que ocorrem com maior intensidade das 12h às 22h. Fica claro que a mudança de comportamento dos usuários em relação às suas práticas cotidianas se dá por conta dos dias da semana e dos horários, e não para se adequarem ao sistema de pontos e recompensas do Foursquare.

Outra diferença verificada, ainda no final de semana, se dá quanto às categorias de lugar. Cada *venue* no Foursquare é classificada de acordo com certas atribuições (bancos, serviços, restaurantes etc.). Nos finais de semana, a categoria Corporativo/Escritório (*Corporate/Office*) é deixada de lado e amplamente substituída por atividades de entretenimento, como Comida e Hotel (*Food & Hotel*). A pesquisa de Noulas et al (2011) também constata a implicação geográfica sobre as formas como nos dispomos pelo território. Há alguns achados óbvios que confirmam padrões esperados. Por exemplo, depois de realizarem um check-in num trem,⁴ as pessoas tendem a fazer o mesmo numa estação de trem; após um check-in no terminal (de aeroporto), a tendência é de uma marcação num portão de embarque. No final das contas, as dinâmicas de locomoção seguem uma previsível sequência geográfica. Entretanto, é preciso observar ao menos uma ponderação. Enquanto as movimentações no espaço são lógicas (deve-se passar pelo saguão antes de adentrar o portão de embarque), os check-ins não necessariamente precisam ser, uma vez que dependem: a) da disponibilidade técnica (se há conexão, como já apontado) e pessoal (o usuário está em condições de se conectar naquele momento?); b) da motivação de cada um de dizer onde está (por não ser um processo automático, é preciso querer publicizar-se); c) até das formas de reapropriação sobre os lugares (já não seria suficiente fazer check-in no aeroporto? Por que criar *venues*

de portões de embarque e dos terminais?). Uma pergunta mais abrangente, assim, poderia ser: em termos restritos à localização dos fenômenos, por que seguir ou não as lógicas geográfica e temporal?

O que concerne à privacidade

Por fim, breves considerações sobre um dos tópicos mais controversos a respeito do Foursquare e similares – a notar críticas como as de Fernandes (2011). É comum ter a assunção de que, nessa rede, a privacidade não existe ou é aviltada, e não raro surgem defesas a tempos e modos de existência mais tradicionais. Com efeito, serviços como o Foursquare seriam virtualmente impossíveis de existir se houvesse uma preocupação generalizada sobre aquilo que é deixado nos caminhos (físicos e eletrônicos) que tomamos. Em linhas gerais, porém, o cenário não é tão dramático ou distópico, e, nesse contexto, tem papel preponderante o controle que cada um pode exercer sobre suas próprias informações.

Duffy (2011), por exemplo, mostra-nos que os usuários do Foursquare subvertem a lógica daquilo que foi previamente planejado. Algumas pessoas, assim, buscaram reduzir as implicações e os riscos provenientes da exposição exagerada modificando suas fotos de perfil. Retornando a Consolvo et al (2005), percebe-se que a noção de privacidade depende de uma série de fatores (quem, o que, por que) que eram analisados pelos entrevistados ao mostrarem suas inclinações para divulgar onde se encontravam. Já Vincente et al (2011) oferecem uma lista de técnicas de desvios e reapropriações por parte dos usuários quando preocupados com uma superexposição, tais como inexatidão da localização, publicações atrasadas, classificações deturpadas por tags, uso de pseudônimos etc.

No trabalho de Lindqvist et al (2011), metade dos entrevistados se importa com questões relativas a esse tema. Já na outra metade, que não se preocupa com seus dados georreferenciais, parecia haver uma boa compreensão do funcionamento geral da rede e de como se pode usá-la sem divulgação (realizando-se marcações particulares). Ou seja, basicamente essas pessoas não adotaram uma postura tecnofóbica a priori. Já para aqueles que se mostraram preocupados, parecia haver uma não compreensão de como funcionam os ajustes de privacidade do serviço.

Ainda segundo a pesquisa de Lindqvist et al (2011), a privacidade não surge como um fator preponderante para não se realizar um check-in. Quando perguntadas por que não realizavam uma determinada marcação – o que nos remete de imediato ao padrão lógico-geográfico apontado por Noulas et al (2011) –, as respostas dadas tinham sempre o gerenciamento de

autoimagem (*self-representation*) como pano de fundo. Por exemplo, realizar check-ins em fast-food para alguns era considerado algo pejorativo, enquanto para outros, pouco expressivo. Ora, há diferenças entre não querer ser visto numa lanchonete fast-food e não ter motivações quaisquer de ter a imagem associada a esta – é como se uma opção tivesse valor negativo na construção da autoimagem, enquanto a outra fosse neutra. Entretanto, é necessário perceber que não há, nesse tipo de resposta, nenhum envolvimento com a privacidade quando da “não realização” do check-in. Ou seja, evitar a marcação não tem a ver diretamente com questões relativas à segurança, por exemplo, ou à invasão de uma esfera íntima. Pelo menos em Lindqvist et al (2011), as preocupações com a visibilidade dos próprios dados foram reduzidas a um patamar insignificante, enquanto aquelas relacionadas com a própria figura pública acabaram ressaltadas.

Tais considerações nos levam a tecer outras perguntas. Qual o papel da privacidade num sistema baseado em localização? O quão ela conta para a interação entre os usuários? O que pode ser definido como aspecto privativo e a que exatamente ele se refere – dentre localização, companhia, atividade momentânea, rotas ou modos de locomoção? Não seria fácil responder a tais questões (nem sequer é o intento desse artigo), especialmente tendo em vista que o atual momento de comunicação e computação móveis e ubíquas parece traçar transformações radicais em torno do que se entende por privativo, íntimo, particular. O mais sensato parece ser, portanto, de acordo com as pesquisas anteriormente consultadas, tratar de maneira bastante cautelosa as redes baseadas em localização, bem como seus modos de comunicação, coordenação e interação, especialmente tendo em vista as estratégias de reapropriação realizadas por seus usuários.

Considerações finais

Realizou-se aqui uma revisão de literatura acerca das redes baseadas em localização, com foco no Foursquare. Boa parte das pesquisas sobre essa rede se pauta na coleta de dados, no mapeamento de informações geográficas e na busca da percepção de padrões interacionais. Identificamos quatro eixos principais a nortear tais trabalhos: as motivações e condições de uso; o papel dos sistemas de recompensas, simbólicas ou econômicas, no engajamento dos usuários; os padrões de deslocamento formados no espaço e no tempo; e o papel que questões relativas à privacidade podem ou não exercer nas dinâmicas locativas.

As motivações e condições de uso se acercam da constituição de esferas de intimidade: a publicização de status e de localizações pessoais se dá em relação a grupos de conhecidos, e as informações sobre onde e quando os

usuários se encontram são pensadas de modo a terem sentido para os contatos de cada um. Dessa forma, conhecer novas pessoas fisicamente ou mesmo explorar novos lugares não sobressaltam como razões para o uso de redes sociais móveis, o que lhes acentua um caráter de molecularização social, mesmo com as potenciais explorações territoriais.

Badges, mayorships e pontuações em geral atuam de fato como itens recompensatórios quanto ao engajamento com o sistema, incrementando a lista de motivos para o uso do Foursquare e de similares. Parece-nos que futuras pesquisas que possam explorar essas relações de competição são necessárias, desde que sublinhem o aspecto de gamification já levantado e que tratem da construção de significados em torno da prática dos lugares marcados. De qualquer forma, fica claro que a coordenação entre os indivíduos é um mote importante de engajamento, mas a relação com o lugar e mesmo os encontros presenciais parecem ser preteridos em favor de uma demarcação identitária/cultural, e não física/territorial.

Quanto aos padrões de interação e de veiculação de status relacionados às dimensões de espaço-tempo, está claro que o uso do Foursquare se situa diluído no cotidiano, o que reforça determinadas identificações demográficas atreladas a contextos espaciais. Assim, nem as motivações de uso nem as recompensas que o sistema retorna parecem ter efeito significativo na transformação da rotina, por exemplo. Ações como perder-se pela cidade em busca de pontos, agir como um flâneur ou mesmo entrar num estabelecimento para a obtenção de descontos parecem, afinal, caminhos secundários, pouco explorados por usuários dessas redes. E, mais uma vez, a coordenação entre os contatos e a autoapresentação a seus pares mostram-se como itens de força nos processos interacionais baseados na localização dos indivíduos. Há, contudo, questões instigantes nesse ponto que parecem inexploradas. Como, por que e em que circunstâncias usuários desses sistemas encontram alternativas a certas lógicas geográficas? Por exemplo: é possível encontrar usuários que realizam check-ins em seguidas estações de metrô, ainda que se esteja nelas apenas de passagem. Passar pelo local de maneira efêmera é suficiente para dizer que se está lá? Por outro lado, há check-ins em congestionamentos de trânsito. O caráter moroso desses espaços, contrário à fluidez que lhes é desejada, é suficiente para transformá-los em lugar? Dessa forma, a que se devem, afinal, tais marcações? Mostrar (in)disponibilidade para os contatos? Angariar pontuações?

Por último, as questões em torno da privacidade parecem prover novas linhas de raciocínio para a sua própria compreensão nos tempos atuais. A preocupação com as informações pessoais não emergem como um fator inibidor para a marcação geográfica. Além disso, os desvios e as reapropriações

do sistema são algumas das estratégias genéricas utilizadas pelos usuários do Foursquare de forma a minimizarem ou a enquadrarem a exposição de seus perfis. Dessa forma, o desejo de ser visto (e como ser visto) parece ser preponderante ao desejo de não ser visto, o que, por sua vez, deve agravar a preocupação de pesquisadores em torno desse assunto em particular nas práticas interacionais e comunicacionais contemporâneas.

Numa visão geral, percebe-se relativa valorização da espacialidade e dos sentidos criados em torno de acontecimentos localizados. Reconhece-se, assim, o papel fundamental que o espaço passa a ter como fonte de dados para fenômenos de interação mediada na atualidade. Não se trata de dizer que as formas de comunicação e interação face a face estejam assumindo reconfigurações frente ao espaço físico (mesmo porque, em casos como esse, a experiência ainda é mediada). Trata-se, sim, de sublinhar que, a despeito de visões exageradas sobre os anos iniciais da internet, não presenciamos uma desterritorialização dos elementos palpáveis do mundo físico. O lugar e a mobilidade, tendo em vista os dispositivos comunicacionais da atualidade, são peças-chave nos processos interacionais testemunhados em rede. Fica claro, pois, que a proliferação de serviços cujo mote de funcionamento é a identificação espacial de determinados fenômenos sociais nos leva, cada vez mais, à compreensão de que não há sentido em pensarmos a internet como uma dimensão descolada do cotidiano.

Além disso, as redes sociais móveis bebem na base dos sites de redes sociais como Facebook ou Twitter. Nestes, os indivíduos possuem um perfil personalizável conectado a outros perfis, configurando uma rede de associações entre os conhecidos e afins. Consideramos, assim, tendo em vista tal base funcional, bem como os dados expostos neste levantamento bibliográfico, que a preocupação com a própria imagem, as estratégias de enquadramento do *self* daí advindas e possíveis alinhamentos socioculturais decorrentes têm um papel crucial no modo como as dinâmicas se dão no Foursquare e em demais sites que utilizam o dado geográfico como informação atrelada aos perfis de seus usuários.

Referências Bibliográficas

BOYD, Danah; ELLISON, Nicole. Social network sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, v. 13. n. 1, Article 11, 2007.

BRUNO, Fernanda. Mapas de crime: vigilância distribuída e participação na cultura contemporânea. In: BRUNO, Fernanda; KANASHIRO, Marta; FIRMINO, Rodrigo (Orgs.). *Vigilância e visibilidade: espaço, tecnologia e*

identificação. Porto Alegre: Sulina, 2010. p. 155-173.

CONSOLVO, Sunny et al. *Location Disclosure to Social Relations: Why, When, & What People Want to Share*. CHI 2005, Portland, 2 abr.-7 abr. 2005.

CRANSHAW et al. Bridging the Gap Between Physical Location and Online Social Networks. *UbiComp '10*, Copenhagen, 26 set.- 29 sep. 2010.

CUDDY, Colleen; GLASSMAN, Nancy. Location-Based Services: Foursquare and Gowalla, Should Libraries Play? *Journal of Electronic Resources in Medical Libraries*, v. 7, n. 4, p. 336-343, dez. 2010.

DUFFY, Sam. A Community Creating Their Own Rules on Foursquare. *Mobile and Online Social Networks (MOSN)*, 2011.

FERNANDES, Fábio. Por favor, saiba onde estou: a vida na era do Foursquare. In: IV SIMPÓSIO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM CIBERCULTURA, 4, nov. 2011, Florianópolis. *Anais...* Florianópolis: Udesc: UFSC.

LEMOS, André. Arte e mídia locativa no Brasil. In: _____; JOSGRILBERG, Fabio (Orgs.). *Comunicação e mobilidade: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil*. Salvador: EDUFBA, 2009.

LEMOS, André; JOSGRILBERG, Fabio (Orgs.). *Comunicação e mobilidade: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil*. Salvador: EDUFBA, 2009.

LIMA, Leonardo Branco. *Comunicação e Geografia: da cartografia tradicional aos mapas colaborativos na internet*. 2011. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

LINDQVIST, Janne et al. *I'm the Mayor of My House: Examining why People Use foursquare: a Social-Driven Location Sharing Application*. CHI 2011, Vancouver, 7 maio-12 maio 2011.

MEDEIROS, Macello Santos de. *O lugar na comunicação: um estudo sobre a comunicação locativa em zonas bluetooth*. 2011. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

NOULAS, Anastasios et al. An Empirical Study of Geographic User Activity Patterns in Foursquare. In: V INTERNATIONAL AAAI CONFERENCE ON BLOGS AND SOCIAL MEDIA, 2011.

OLIVEIRA, Priscilla Guimarães de. *A constituição de georrastros em contextos locais de Porto Alegre a partir do sistema Foursquare*. 2012.

Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

PELLANDA, Eduardo C. A conexão entre lugares e espaços proporcionada pela rede Foursquare. *Intexto*, Porto Alegre, v. 1, n. 24, p. 164-175, jan.-jun. 2011.

RECUERO, Raquel. *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SOUSA, Paulo Victor B. de. *Mapas colaborativos: um estudo de anotações espaciais dos problemas urbanos*. 2012. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

SUTKO, Daniel M.; SOUZA E SILVA, Adriana de. Location-aware mobile media and urban sociability. *New Media & Society*, v. 13, p. 807-823, 2011.

VINCENTE, Carmen Ruiz et al. Location-related privacy in Geo-social networks. *IEEE Computer Society*, 2011.

ZAGO, Gabriela da Silva; REBS, Rebeca Recuero. Usos e apropriações do Foursquare no Brasil: apontamentos para discussão. *Nexi*, n. 1, v. 1, 2011.

ZICHERMANN, Gabe; LINDER, Joselin. *Game-Based Marketing: Inspire Customer Loyalty Through Rewards, Challenges, and Contests*. Hoboken: Wiley, 2010.

NOTAS

1 Uma versão preliminar desse artigo foi apresentada no V Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação (Coneco), de 24 a 26 de outubro de 2012, na Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ.

2 Constantemente o próprio sistema dispara mensagens diretas a seus usuários com dizeres como estes: “Parece que seu amigo do Facebook [nome do possível amigo em destaque] está no Foursquare. Compartilhar com ele?” Dessa forma, o sistema, a princípio, só faz importar laços já existentes em outras redes.

3 É preciso ponderar essa consideração. Em 2011, o recurso “Explorar”, que indica lugares para visitação, não tinha tanta evidência quanto hoje.

4 Por mais que o trem seja um meio de transporte e não um lugar, em sentido estrito, é sempre possível encontrar reapropria es no universo do Foursquare. Os usuários são livres para criar as venues que desejarem, ainda que essa atividade possa ser monitorada também por outros usuários.

Pensando o espaço, o lugar e o não lugar em Certeau e Augé: perspectivas de análise a partir da interação simbólica no Foursquare

Thinking space, place and non-place according to Certeau and Augé: analytical perspectives from the symbolic interaction at Foursquare

Breno Maciel Souza Reis

Bacharel em Comunicação Social (Publicidade e Propaganda) pela Universidade Federal do Espírito Santo. Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUCRS. Pesquisador-bolsista do Laboratório de Ubiquidade Tecnológica (UbiLab/Famecos/PUCRS)

Resumo

Este trabalho busca analisar o conceito de não lugares, proposto por Marc Augé, como característico do que ele denomina como sobremodernidade, e sua relação com as considerações sobre lugares e espaços para Michel de Certeau. Considerando as possibilidades de reflexão advindas de tal análise, utilizamos como elemento de ligação as teorias ligadas ao Interacionismo Simbólico, para entender as caminhadas e o compartilhamento desses rastros como um discurso, e sua apropriação como elemento simbolizador dos não lugares na rede. A partir do entrecruzamento teórico entre estas teorias, propomos então discutir a possível simbolização de um típico não lugar (um shopping center de Porto Alegre), a partir das interações e dos registros simbólicos deixados pelos usuários da rede social móvel Foursquare.

Palavras-chave: mobilidade; redes sociais; ciberespaço; Interacionismo Simbólico; Foursquare.

Abstract

This paper analyzes the concept of non-places, proposed by Marc Augé, and its relation to the considerations about places and spaces in Michel de Certeau's theory. Considering the possibilities of reflection arising from this analysis, we used as a liaison theories linked to symbolic interactionism, to understand the sharing of these trails as a discourse, and its process in this physical places on the internet. From the theoretical intersection between these theories, we propose to discuss the possible symbolism of a typical non-place (a shopping center in Porto Alegre), from the symbolic interactions and records left by users of mobile social network Foursquare.

Keywords: Mobility; Social Networks; Cyberspace; Symbolic Interactionism; Foursquare.

Introdução

Quando Marc Augé, antropólogo francês, lançou em 1994 sua obra *Não lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade*, muito se discutiu sobre estes novos locais inaugurados a partir da cultura do excesso que se explicitava na época: com a popularização das comunicações via dispositivos informacionais e em rede, com a explosão da facilidade de deslocamento ao redor do globo em meios de transporte cada vez mais rápidos e acessíveis à grande parte da população, e com o surgimento de novos lugares visando acolher esses sujeitos em trânsito permanente – tanto em aeroportos e estações de trens, em autoestradas, em templos de consumo desenfreado e frenético, como os hipermercados e os shopping centers, quanto nos globalmente conectados e em rede. Para o autor, esses eram indícios de que estaríamos entrando numa era de individualismo e velocidade excessiva, bem como eram abertas novas frentes de consumo, sobretudo de informação.

Com uma perspectiva talvez menos pessimista que Augé e menos centrada nas tecnologias, mas no sujeito e nas apropriações a partir dela, Certeau (1998) trabalha as questões relativas aos modos do sujeito de se inserir no mundo, seja através da linguagem, das práticas comunicacionais ou de suas caminhadas pelas cidades. Entendendo tais práxis sempre a partir dos significados e dos discursos como produtos resultantes das interações entre o sujeito e o mundo, o autor analisa também as questões relativas aos espaços e lugares, diferenciando-os a partir das apropriações pelos sujeitos. Outrossim, trazemos à baila as considerações do Interacionismo Simbólico para tentar clarificar como se dá essa produção de sentido a partir das interações sociais dos indivíduos, agora mediados pela rede e por múltiplos dispositivos tecnológicos, buscando discutir como esses processos discursivos podem influenciar na produção de não lugares ou em sua desconstrução.

A sobremodernidade e o conceito de não lugares em Marc Augé

O que caracterizaria, então, esses lugares transitórios, nos quais sempre se está de passagem, como rodoviárias, aeroportos ou estações de trem, ou os templos de consumo da cultura contemporânea, os shopping centers e hipermercados? Como o sujeito habita e pratica esses locais, mesmo que provisoriamente? Buscando entender a proliferação desses na contemporaneidade, Augé defende que tais fenômenos são característicos do que ele denomina como sobremodernidade ou supermodernidade.¹ Para ele, a sobremodernidade se caracteriza por fazer coexistir realidades distintas a partir da planetarização tanto de fluxos financeiros e políticos como de pessoas, a partir dos meios de transporte cada vez mais velozes que permitem o deslocamento físico a grandes distâncias e em um

curto espaço de tempo, ou ainda a partir das tecnologias de comunicação que interconectaram todos os pontos do globo e alteraram nossa percepção tanto de tempo quanto de dimensão da Terra. Para ele, a sobremodernidade é justamente este cenário paradoxal no qual convivem uniformização e planetarização de fluxos informacionais e financeiros, ao mesmo tempo que se acentuam particularismos; países cuja lógica social é guiada pelo excesso de consumo e cujas populações vivem na miséria, sem condições básicas de sobrevivência; múltiplas possibilidades de contato, comunicação e interação em escala global, e conflitos regionais e globais exatamente por falta de entendimento, ou seja, “[...] Um mundo prometido à individualidade solitária, à passagem, ao provisório, ao efêmero [...]” (AUGÉ, 1994, p. 74).

Para o autor (1994, p. 32), a modalidade essencial da sobremodernidade e, ao mesmo tempo, a sua grande produtora é o excesso, somente possível a partir da superabundância de três fatores que, para ele, são: o excesso de informação, de imagens e de individualismo. Em relação ao excesso de informação, o autor afirma que essa característica é responsável pela sensação de aceleração da história. Ou seja, as informações que chegam a todo momento dos quatro cantos do globo, e em tempo real, nos dão a impressão de que estamos, de fato, dentro da história – o que constitui, para o autor, um desafio aos historiadores e que, pela sua abundância de significados, pode justamente, no limite, ameaçar todo e qualquer significado.

Nesse sentido, podemos entender também essas informações como constituintes primordiais do que leva à segunda modalidade de excesso para Augé, ou seja, a produção de imagens de um mundo dinâmico e que se reconfigura a cada instante, as quais nos são trazidas a todo momento e nos dão a impressão do encolhimento do mesmo. Assim, o autor adverte que, na sobremodernidade, um dos grandes desafios impostos ao sujeito na contemporaneidade é justamente reaprender a pensar o espaço a partir dessas múltiplas imagens e informações que chegam até ele (AUGÉ, 1994, p. 37). O ciberespaço se revela também como um traço da sobremodernidade: a supremacia do tempo sobre o espaço. Augé afirma ainda que “estamos na idade do imediatismo e do instantâneo. A comunicação se produz na velocidade da luz. Assim, pois, nosso domínio do tempo reduz nosso espaço” (2006, p. 105).

O terceiro termo com o qual ele define a sobremodernidade é o excesso de individualismo, surgido a partir da relação cada vez mais intensa com os meios de comunicação, que, como dissemos, fornecem aos sujeitos uma perspectiva distinta do mundo e do tempo. A partir da exposição a uma realidade espetacularizada e efêmera, a uma atualidade transitória, produz-se nos sujeitos o que o autor chama de solidões interativas, na medida em que “[...] os convida à navegação solitária e na qual toda a telecomunicação abstrai a relação com o outro, substituindo com o som ou a imagem o corpo a corpo e o cara a cara [...]” (2006, p. 106).

De tal forma, à medida que a sobremodernidade convive com os antagonismos característicos de sua existência, ela também produz, a partir dessas contradições, novas experiências dos sujeitos com o mundo, principalmente a partir do fluxo acelerado tanto de informações quanto de pessoas em espaços que Augé denomina de não lugares. Partindo da noção antropológica de lugar, definindo-o como simbolizado, identitário, relacional e histórico (1994, p. 52), é entendido a partir da “[...] possibilidade dos percursos que nele se efetuam, os discursos que nele se pronunciam e da linguagem que o caracteriza” (1994, p. 77). Ou seja, o lugar se completa pela interlocução das narrativas constituídas pelas experiências individuais e coletivas ali construídas pelos seus ocupantes na ação da própria ocupação, pelo compartilhamento de significados acerca do lugar e dos próprios sujeitos que ali inscrevem suas marcas. Para ele, os não lugares seriam o oposto dos lugares, seriam produzidos pela sobremodernidade e se caracterizariam como uma qualidade negativa dos mesmos (SANTAELLA, 2007, p. 175).

Augé entende que “se um lugar pode se definir como identitário, relacional e histórico, um espaço que não pode se definir nem como identitário, nem como relacional, nem como histórico definirá um não lugar” (1994, p. 73). Sob tal perspectiva, o autor elenca os não lugares como espaços de circulação (autoestradas, lojas de conveniência em postos de gasolina, rodoviárias, estações de trem, aeroportos e vias aéreas), de consumo (super e hipermercados, shopping centers, cadeias hoteleiras) e, também, os espaços de comunicação global e em rede (as telas, os cabos, o ciberespaço, as redes sem fio que cruzam a cidade, como as de internet móvel e de telefonia celular). Para Augé, os não lugares, seriam, portanto, a medida de nossa época, palimpsestos nos quais se inscrevem, de forma provisória e fugidia, os espaços supracitados, que acabam por mobilizar “[...] o espaço terrestre para uma comunicação tão estranha que muitas vezes só põe o indivíduo em contato com uma outra imagem de si mesmo” (1994, p. 75).

O autor, em sua teoria, defende ainda que os não lugares tenderiam à generalização de suas características, justapondo-se, criando assim uma falsa sensação de familiaridade em meio à transitoriedade que lhes é característica: aeroportos que se assemelham a shoppings; televisões e, mais recentemente, acesso à internet em aviões, ônibus e trens. Eles transformam os particularismos das cidades onde se inserem em uma uniformidade global, sendo possível reconhecer facilmente um shopping, seja em Nova York, seja em Hong Kong, e a partir disso o autor se apropria da expressão “cidade genérica” para descrever essas arquiteturas similares e uniformes ao redor do globo, ou seja, elas seriam o resultado da imbricação da vida urbana com o ciberespaço (AUGÉ, 2006, p. 110).

O não lugar e o lugar seriam esferas antagônicas, porém complementares, e a aparente contradição entre suas existências constitui também um dos traços

da contemporaneidade, em que o primeiro nunca se realiza totalmente, nem o segundo é eclipsado de forma definitiva. O autor faz uma importante relativização de seu conceito de não lugares, afirmando que, embora eles sejam caracterizados pela ausência de identidade, significado e referência histórica, a sua existência está diretamente relacionada com os modos como os sujeitos se apropriam deles, sendo o uso o que faz o lugar ou o não lugar (2006, p. 111). Essa definição dos não lugares em função do uso que cada indivíduo faz dele nos permite recuperar as considerações de Michel de Certeau acerca dos modos de fazer o espaço urbano, os quais criam tessituras de discursos construídas a partir das perambulações individuais nas cidades e, mais recentemente, pelo compartilhamento e pela interação com os registros discursivos em ambientes informacionais – o que, veremos, levaria, talvez, a uma resignificação desses locais transitórios.

Diferenciando lugares e espaços: a caminhada como discurso para Michel de Certeau

Já dissemos que os não lugares se caracterizam por serem locais dessimbolizados, não identitários e com os quais os sujeitos, em geral, não estabelecem nenhum tipo de vínculo relacional enquanto os ocupam. Na busca por uma possível relativização desse conceito, e posterior entendimento sobre as suas transformações na contemporaneidade, julgamos necessário trazer à baila a diferenciação entre lugar e espaço, proposta por Certeau (1998). Para ele, lugar é “[...] uma configuração instantânea de posições. Implica uma relação de estabilidade” (1998, p. 201). Seria possível entender o lugar como uma rua, uma praça – quando planejada e construída –, como a malha viária de uma cidade, ausente de significado. Ou seja, seria a configuração espacial das coisas o que impossibilita, por exemplo, duas coisas ocuparem o mesmo lugar.

Sob a perspectiva de Certeau, podemos entender o espaço como a prática do lugar, ou seja, como os sujeitos o transformam a partir das suas ocupações, apropriações e vivências. Os sujeitos, em seus itinerários cotidianos, simbolizam o lugar a partir das interferências, tanto corporais quanto cognitivas, nessas configurações físicas. Assim, para o autor, “[...] a rua geometricamente definida pelo urbanismo é transformada em espaço pelos pedestres” (1998, p. 202). Ele ainda acrescenta que são os passos que moldam os lugares e os transformam em espaços, que inserem e inscrevem nestes camadas simbólicas que se sobrepõem e criam uma extensa rede de significados que, compartilhados simbolicamente através da comunicação, modificam os usos que os sujeitos fazem dos mesmos (1998, p. 176). Formam, de tal modo, “[...] uma história múltipla, sem autor nem espectador, formado em fragmentos de trajetórias e em alterações de espaços” (1998, p. 171).

Para o autor, é possível entender esse uso dos lugares e a sua apropriação em espaço de vivência como um discurso, construído pelo caminhante, e que

está para a cidade tal qual a enunciação está para a língua. Entende-se tal perspectiva a partir de uma função tríplice que cria esse discurso: ao caminhar, o sujeito se apropria das possibilidades permitidas pelas configurações espaciais disponíveis, assim como um locutor se apropria da língua; ao mesmo tempo, é uma realização espacial do lugar, do mesmo modo que proferir uma palavra é o ato sonoro da língua; por fim, implica relações entre os outros indivíduos que ocupam o mesmo espaço, na forma de contratos pragmáticos, mesmo que implícitos. Assim, ele defende que, por meio desse discurso proferido pelos passos, “[...] o caminhante transforma em outra coisa cada significante espacial” (1998, p. 178), ou seja, os usos criam “retóricas ambulatóricas”, que representam feitura do espaço. Cada enunciado, assim como cada passo, carrega consigo traços, marcas individuais, que transformam esses rastros em um texto único que cada sujeito escreve na cidade.

Augé (1994, p. 75), muito embora utilize nomenclaturas diferentes para estabelecer uma contraposição entre os lugares e os não lugares, considera a análise de Certeau um antecedente importante em seu estudo. Entretanto, Augé discorda quanto à transformação dos lugares em espaços a partir das práticas individuais, novamente levantando a questão do direcionamento prévio do olhar do caminhante a partir de opções pré-disponibilizadas sobre os espaços – ou de uma ilusória possibilidade infinita de escolha e apropriação do espaço urbano sob o bel-prazer do seu ocupante (1994, p. 79).

Na contemporaneidade, essas marcas deixadas pelos transeuntes, tanto físicas quanto simbólicas, podem ser compartilhadas e sobrepostas umas às outras, mediadas por tecnologias que vão desde a linguagem até, mais recentemente, as redes informacionais móveis. Falaremos disso a seguir, porém, antes, acreditamos ser necessário realizar uma breve incursão na teoria do Interacionismo Simbólico, que entende a comunicação humana como elemento fundamental à transmissão de formas simbólicas e ao compartilhamento de significados comuns, e que, cremos, é a força motriz que impulsiona e transforma a relação que os sujeitos estabelecem com os lugares e espaços, lugares e não lugares.

Transformando lugares em espaços – e não lugares em lugares – a partir da interação em rede: uma aproximação com o Interacionismo Simbólico

Na primeira metade do século 20, estudiosos de Chicago, nos Estados Unidos da América, fundaram uma corrente de reflexão teórica acerca dos processos comunicativos estabelecidos entre os indivíduos, considerando-os como elemento fundamental à transmissão, compartilhamento e criação coletiva de significados, que ficou conhecida como Interacionismo Simbólico.

Sob a perspectiva desse conjunto de teorias, a sociedade se constitui a partir das interações entre os sujeitos, mediadas simbolicamente pela linguagem, cujo produto resultante das ações dos indivíduos é a constante troca e interpretação de símbolos, sendo este o cimento que permeia a sociedade e dá coesão a ela. A comunicação é entendida como um processo intrínseco ao homem, que, como um ator social, e não somente um reator, produz sentido de forma deliberada em suas ações, tanto para si mesmo, quanto para os outros. De acordo com Rüdiger (2011, p. 38), “a comunicação representa um processo estruturado simbolicamente, constitui o emprego de símbolos comuns com vistas à interação, que funda a própria sociedade”.

George Mead entende que o homem, como um ser essencialmente comunicativo, tende a se relacionar com os outros de forma ativa: os atos sociais, para ele, constituem desse modo uma tríade que ele estuda de forma bastante esclarecedora em *Mind, Self and Society* (1934), sua principal obra. Para ele, a comunicação – e a sociedade, entendida como o sistema de forças resultantes das interações sociais e das formas interpretativas resultantes destas – se dá a partir de três esferas, que seriam a ação inicial de um sujeito, como outros indivíduos interpretam e reagem à ação primeira, e, posteriormente, ao produto desse processo (LITTLEJOHN, 1988, p. 69). Logo, é condição sine qua non à existência do processo comunicativo que os indivíduos envolvidos tenham por princípio o compartilhamento de formas simbólicas uns com os outros, sendo esse um processo inerente à interação humana.

De acordo com Blumer, discípulo de Mead, o Interacionismo Simbólico é uma abordagem que:

[...] Vê a sociedade humana como pessoas engajadas em viver. Esse viver é um processo de contínua atividade no qual os participantes desenvolvem linhas de ação nas diferentes situações que encontram. Eles encontram-se em um vasto processo de interação no qual eles precisam ajustar suas ações em desenvolvimento uns aos outros. Esse processo de interação consiste em fazer indicações uns aos outros sobre o que fazer e como interpretar as indicações feitas pelos outros. Eles vivem em um mundo de objetos e são guiados em suas orientações e ações pelo significado desses objetos. Seus objetos, incluindo objetos formados por eles mesmos, são formados, sustentados, enfraquecidos e transformados nas interações entre eles (BLUMER, 1980, p. 21-22).

Para Blumer (1980), o significado assume um papel fundamental nos processos sociais. Assim, ele acredita que existem três formas de produção de sentido, a saber: a primeira entende sua existência como processo intrínseco, ou seja, ele existe per se e é inerente às coisas; a segunda pressupõe que as pessoas adquirem os significados a partir de suas orientações psíquicas individuais; já o terceiro entende que os significados são produtos sociais. Claramente interacionista, para esta última perspectiva “seja qual for o significado que uma pessoa tem para uma coisa, é sempre o resultado dos modos como outras pessoas agiram em relação a ela, a respeito da coisa que está sendo definida” (LITTLEJOHN, 1988, p. 72). Logo, podemos concluir, baseados nessa perspectiva, que o homem não age em função das coisas em si, mas sim dos significados socialmente construídos que elas possuem, fundando manifestações culturais que se confundem em sua estrutura com a própria sociedade, gerada simbolicamente pela comunicação (RÜDIGER, 2011, p. 39).

Assim, Blumer (1980, p. 128) parece corroborar a ideia exposta aqui, afirmando que “o significado dos objetos para cada um é, basicamente, gerado a partir da maneira pela qual lhe é definido por outras pessoas com quem interage”. Ou seja, do ponto de vista do Interacionismo Simbólico, a coexistência humana em sociedade é a responsável pela criação e significação dos sujeitos, dos objetos e, conseqüentemente, do mundo em sua totalidade, este entendido, em última análise, como o universo de tudo que existe, e sobre a qual pode se falar, ou seja, a soma dos objetos físicos, sociais e abstratos, conforme o autor define.

Isso posto, podemos aqui fazer uma aproximação dos conceitos da Escola Interacionista com a questão que norteia este trabalho, ou seja, a transformação e a simbolização dos não lugares a partir das narrativas individuais, construídas nas interações com os objetos, com os espaços e, principalmente, com os outros. A partir da linguagem e da comunicação humana, abrem-se possibilidades de compartilhamento dos registros sobre as experiências individuais sobre o espaço urbano, agora potencializadas pela internet e pelas redes sociais virtuais, que se propõem a registrar e compartilhar as caminhadas dos sujeitos pelos locais que frequentam – que vão desde a residência, local primordialmente simbolizado e identitário, até shopping centers, que, segundo a perspectiva de Augé (1994), seriam legítimos representantes dos não lugares. Para este trabalho especificamente, tomamos como recorte o Foursquare (<http://www.foursquare.com>), rede social baseada em geolocalização,² que compartilha com a rede do indivíduo no serviço a sua localização no momento, a partir da iniciativa do próprio usuário, que realiza o check-in nos lugares que frequenta – que pode incluir tanto residências, escolas, ruas, praças, bares e lanchonetes quanto aeroportos, rodoviárias, centros de consumo e outros espaços de fluxo.

O Foursquare como potencial ferramenta de significação dos não lugares

O Foursquare é uma rede social baseada em geolocalização, ou uma mídia locativa³ (LEMOS, 2007), da qual os usuários, para participarem, necessitam instalar em seus dispositivos móveis – telefones celulares, smartphones, tablets – um aplicativo que lhes permite informar à sua rede de contatos no serviço a sua localização atual, com um procedimento chamado check-in. Para acesso ao aplicativo, é necessário dispor de internet móvel, tanto via operadoras de telefonia celular quanto através de conexão Wi-Fi.⁴ Com o uso do GPS,⁵ o sistema localiza a posição do usuário naquele momento e identifica os locais físicos correspondentes registrados na rede (venues). É possível também procurar por contatos que estejam próximos a ele e obter distintivos de acordo com a sua utilização no sistema, através de um sistema de recompensas, como pontos e badges, ou insígnias, que ficam disponíveis em seu perfil público e dão um caráter de jogo à rede. Quando o usuário do Foursquare faz check-in em um local, ele pode inserir informações, tanto textuais, na forma de dicas (*tips*), como fotográficas, capturadas pelo próprio dispositivo móvel, as quais também são compartilhadas e ficam disponíveis para visualização pública. Se porventura o local onde o sujeito está não estiver cadastrado na base de dados do Foursquare, ele pode criar uma nova entrada, fornecendo as informações necessárias, como nome, endereço, tipo do local e inserir outras informações para facilitar as próximas buscas tanto para ele quanto para outros usuários que, futuramente, desejarem se registrar ali. É possível também compartilhar essas informações ao vincular sua conta no serviço a outras redes sociais, cujo propósito pode não ser necessariamente a geolocalização, como o Facebook (<http://facebook.com>) e o Twitter (<http://twitter.com>).

Para entender como a rede social móvel Foursquare pode ser utilizada para embutir significação aos não lugares típicos dos quais fala Augé (1994), neste trabalho vamos nos deter nas possibilidades de inserção de mensagens na forma de texto e imagem, buscando entender, preliminarmente, como os registros feitos pelos usuários nesses espaços virtuais, e seu compartilhamento em rede, poderiam fornecer indícios de como eles vivenciam, se apropriam e percebem esses locais, teoricamente ausentes de significado e com os quais os que ali estão não estabelecem nenhum tipo de vínculo. Para tanto, dentre os inúmeros exemplos possíveis de serem utilizados para a análise, e para realizar um recorte em relação ao objeto, escolhemos como exemplo o perfil do Shopping Iguatemi, em Porto Alegre (RS).

A página do Shopping Iguatemi⁶ na rede Foursquare contava, no dia 3 de agosto de 2012, data em que foi feita a última observação para a elaboração do presente trabalho, com total de 45.385 check-ins, sendo que estes

foram feitos por um total de 10.969 pessoas. O Prefeito (*Mayor*), ou seja, a pessoa com o maior número de registros no local nos últimos 60 dias, conta com 45 check-ins. O perfil do shopping está inserido em 131 listas, criadas pelos usuários, com títulos que vão desde “Melhores Shoppings em POA”, “Meus Lugares em POA”, “Friends+Weekends” (“Amigos+Feriados”, tradução livre) até “Lugares Prediletos”.

Dos usuários que se registraram no shopping através do Foursquare, 54 enviaram fotos diversas, capturando áreas internas e externas, produtos consumidos (como compras em lojas e alimentos), como também momentos pessoais ou familiares. Em relação às inserções textuais, foram deixadas 146, até a data da última verificação, as quais fornecem dicas de estacionamento, localização, compras, críticas e sugestões, mas também outras, nas quais se reconhece claramente, através de pistas simbólicas deixadas pelos passantes, o tipo de relação que eles estabelecem com o local. Não será realizada, neste momento, uma análise qualitativa de todas as dicas disponíveis, mas buscamos recortar aquelas que poderiam apontar algum indício sobre os modos de fazer, as práticas do espaço das quais fala Certeau (1998), em relação à apropriação do lugar e sua simbolização, a partir do compartilhamento e da interação simbólica em rede, com vista a uma possível relativização do conceito de não lugar na contemporaneidade.

Em uma delas, uma usuária do serviço e frequentadora do Shopping Iguatemi inseriu a seguinte mensagem: “Precisa falar??? Meu retiro espiritual... meu lugar no mundo... Como o Iguatemi, só o Iguatemi!!! Adoro!!” Tal discurso chama atenção, principalmente quando ela declara que aquele é, para ela, o “meu lugar no mundo...”, sendo claramente perceptíveis os fortes laços relacionais que ela mantém com o shopping. Em mais uma mensagem, outra frequentadora do local declara: “Minha segunda casa.... AMO demais!!!” Aqui, a relação existente entre o típico não lugar, ausente de identidade e significação para Augé (1994), e o que lhe é inversamente proporcional: o lar (identitário, histórico e relacional), mostrando assim uma explícita contradição, uma vez que ela afirma que aquele local é sua “segunda casa”. A palavra “AMO”, escrita de forma enfática e com letras maiúsculas, parece confirmar tal tese, uma vez que apresenta, mais uma vez e de forma bastante clara, a existência de relação e apropriação do local. O substantivo “casa” também foi utilizado por outro usuário, para descrever como é a sua relação com aquele espaço.

Entretanto, como Augé (1994) mesmo afirma, o conceito por ele proposto de não lugares não é uma totalidade em si mesmo e permite desvios, os quais se tornam mais evidenciáveis a partir das possibilidades de leitura dos relatos emitidos pelos sujeitos sobre suas caminhadas pelos espaços da cidade

e seu consequente compartilhamento. Com efeito, parecem assim compor uma narrativa em rede dos usuários sobre suas experiências no espaço urbano, suas perambulações pelos locais que frequentam – entre eles aqueles que, segundo Augé (1994), seriam dessimbolizados e não relacionais. Essas enunciações pedestres (CERTEAU, 1998), quando compartilhadas no ciberespaço, se tornam camadas simbólicas sobrepostas aos lugares a partir das experiências, tanto individuais quanto sociais, dos sujeitos que os frequentam. Vão tecendo histórias dos lugares contadas em rede e publicamente, muito embora não se veja tal emaranhado senão a partir de lentes especiais, ou telas, que nos permitem habitar e revelar todos esses discursos existentes em múltiplas esferas de significação, as quais servem como elementos transformadores e indícios das práticas sobre os lugares, espaços, e, por que não, dos não lugares.

Considerações finais

Neste trabalho procuramos levantar hipóteses, de forma preliminar, de como a cidade e a sua ocupação é percebida sob a ótica dos conceitos de dois autores referência para o estudo das relações entre o lugar e não lugar, o lugar e o espaço, e as novas configurações simbólicas advindas do entrecruzamento discursivo permitido quando se adiciona o ciberespaço e as múltiplas possibilidades interativas, inerentes às redes informacionais, a essa discussão. No tocante ao objeto analisado, não podemos ignorar também que o espectro tomado neste trabalho não corresponde, em absoluto, à totalidade das experiências que os indivíduos podem ter – nem exclui a possibilidade de, para alguns, não existir experiência alguma.

Conscientes de que se trata de um recorte de uma realidade múltipla e fragmentada, que se insinua, se apresenta de diversas formas e que pode ser vivenciada também em sua multiplicidade, e longe de pretender ser um estudo profundo e definitivo sobre os impactos dessa nova realidade, haja vista a concisão do trabalho, representa mais inquietações que julgamos necessárias serem trazidas à tona, do que certezas, visando, futuramente, gerar reflexões aprofundadas e análises mais consistentes sobre a matéria.

Ao utilizarmos a perspectiva do Interacionismo Simbólico de que os indivíduos, a sociedade e o mundo são criados e transformados simbolicamente através da comunicação, podemos estender tal conceito também à transformação desses lugares ausentes de significado, entendendo que os rastros deixados pelos indivíduos no Foursquare, suas inserções textuais e imagéticas, compõem discursos particulares e únicos, intensamente subjetivos, assim como os relatos de viagem dos quais fala Certeau (1998) – camadas simbólicas de indivíduos que se apropriam de locais que, de acordo com a perspectiva de Augé (1994),

se encaixariam perfeitamente em sua categorização relacionada aos espaços de fluxos da sobremodernidade. Expõe, assim, a necessidade de reflexão sobre um conceito que, quando da sua elaboração, aparentava inegável pertinência, mas que hoje, dadas as novas configurações tanto subjetivas, quanto espaciais e informacionais inauguradas pela comunicação e interação em rede, pedem novos estudos e sua relativização.

Referências Bibliográficas

AUGÉ, Marc. *Não lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Campinas: Papyrus, 1994.

_____. *Sobremodernidade: do mundo tecnológico de hoje ao desafio essencial do amanhã*. In: MORAES, Dênis de (Org.). *Sociedade Mediatizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

BLUMER, Herbert. A natureza do Interacionismo Simbólico. In: MORTENSEN, C. David. *Teoria da Comunicação: textos básicos*. São Paulo: Mosaico, 1980.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: artes de fazer*. Petrópolis: Vozes, 1998.

LEMONS, André. *Mídia locativa e territórios informacionais*. 2007. Disponível em <http://andrelemons.info/artigos/midia_locativa.pdf>. Acesso em 20 jul. 2012.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre: Sulinas, 2011.

LITTLEJOHN, Stephen W. *Fundamentos básicos da comunicação humana*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1988.

RÜDIGER, Francisco. *As teorias da comunicação*. Porto Alegre: Penso, 2011.

SANTAELLA, Lúcia. *Linguagens líquidas na era da mobilidade*. São Paulo: Paulus, 2007.

NOTAS

1 Augé, em capítulo de livro publicado em 2006, apresenta o termo “sobremodernidade”, em vez de “supermodernidade”, como defendeu em 1994. Neste trabalho, usaremos a expressão mais recente proposta pelo autor, considerando que ela representa as suas reflexões mais atuais.

2 Geolocalização é uma tecnologia que permite ao usuário obter sua localização precisa através de conexão direta a satélites por meio de dispositivos móveis, como telefones celulares e outros dispositivos portáteis.

3 Por mídia locativa, Lemos (2007) entende como “[...] o conjunto de tecnologias e processos infocomunicacionais cujo conteúdo informacional vincula-se a um lugar específico. [...] São dispositivos informacionais digitais cujo conteúdo de informação está diretamente ligado a uma localidade. Trata-se de processos de emissão e recepção de informação a partir de um determinado local”.

4 O Wi-Fi é um padrão de redes sem fio que podem prover acesso à internet em diversos aparelhos, desde computadores, tablets e telefones celulares multifuncionais.

5 GPS é a sigla em inglês para Global Position System, ou Sistema de Posicionamento Global.

6 <https://pt.foursquare.com/v/shopping-iguatemi>

Tendências investigativas sobre o Twitter no Brasil

Investigative tendencies about Twitter in Brazil

Denize Piccolotto Carvalho Levy

Professora do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade Federal do Amazonas e pós-doutorada em Tecnologia Educacional pela Universitat de les Illes Balears

Jonas da Silva Gomes Júnior

Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade Federal do Amazonas, doutorando em Sociedade e Cultura na Amazônia. Professor dos Cursos de Relações Públicas da UFAM e de Publicidade e Propaganda da Faculdade Martha Falcão

Resumo

Este trabalho tem a proposta de apresentar as principais tendências comunicacionais das pesquisas feitas no Brasil sobre o Twitter. Para tanto, tomou-se como procedimento metodológico pesquisa bibliográfica, revisão de literatura e análise de conteúdo de 283 resumos de diversas publicações científicas. A amostragem foi feita de forma aleatória, utilizando o Banco de Teses e Dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), os Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação e as revistas indexadas no Portal Univerciência. Como principal resultado, foram detectados oito enfoques de pesquisa sobre o microblog, que indicam a multiplicidade de estudos teóricos e práticos.

Palavras-chave: Twitter; site de rede social; pesquisas; cibercultura.

Abstract

This work has proposed to present the main trends of communication research done in Brazil on Twitter. For that, taken as a methodological procedure to literature, literature review and content analysis of 283 abstracts of several scientific publications. Sampling was done randomly using the Bank of Theses and Dissertations from Capes, the Annals of the Brazilian Congress of Communication Sciences and indexed journals in Univerciência Portal. As main result, we detected eight research focuses on the microblog that indicate the multiplicity of theoretical and practical.

keywords: Twitter; social networking site; research; cyberculture.

Introdução

O Twitter é considerado uma ferramenta de microblogging com caráter híbrido de blog, rede social e mensageiro instantâneo. A ferramenta tem sido utilizada para as mais diversas funcionalidades: os jornalistas usam-na como extensão das redações; os artistas, para aproximar-se de seus fãs; empresas dos mais diversos segmentos a estão empregando para aproximar-se de seus clientes; e muitas outras utilizações têm sido feitas.

No âmbito acadêmico, os estudos realizados sobre o microblog no Brasil têm aumentado substancialmente, tornando-o não só um dos sites de redes sociais mais examinados, mas também questionados teoricamente. Aspectos diversos são salientados sobre a ferramenta, metodologias diversificadas são utilizadas, diferentes apontamentos são feitos.

Este artigo tem como objetivo apresentar um breve panorama sobre as investigações comunicacionais desenvolvidas no Brasil, buscando identificar algumas tendências e orientações teóricas dos trabalhos. Nesse sentido, a amostragem foi feita de forma aleatória, utilizando o Banco de Teses e Dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), as revistas indexadas no Portal Univerciência (Portal da Produção Científica em Ciências da Comunicação) e os Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

O Banco de Teses e Dissertações da Capes disponibiliza resumos dos trabalhos defendidos nos programas de pós-graduação brasileiros. A referida base de dados mantém em seus registros teses e dissertações defendidas a partir de 1987 e funciona por meio de ferramenta de busca e consulta que permite a pesquisa por autor, título e palavras-chave. As informações são fornecidas diretamente à Capes, pelos programas de pós-graduação, que se responsabilizam pela legitimidade dos dados.

O Portal Univerciência, por sua vez, é uma base de dados que disponibiliza a produção científica da área de Ciências da Comunicação. A biblioteca digital disponibilizava, em julho de 2012, 51 Revistas de Ciências da Comunicação ou áreas correlacionadas. Além disso, estão acessíveis teses/dissertações, livros e capítulos de livros, monografias e outros. O Portal foi implantado pela equipe de pesquisadores do Centro de Estudos em Design de Sistemas Virtuais (Cedus) da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (USP).

Já os Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação registram os trabalhos apresentados nos seis congressos anuais organizados pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom): um de caráter nacional e cinco regionais (Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sul e Sudeste).

O Congresso Nacional é considerado o mais importante evento científico de Comunicação da América Latina, reunindo cerca de cinco mil congressistas.

O diagnóstico do objeto de estudo “Twitter” levou em conta 283 trabalhos, sendo 198 artigos registrados nos Anais dos Congressos da Intercom (edições nacionais e regionais), 60 trabalhos registrados no Banco de Teses e Dissertações da Capes e 25 artigos científicos de revistas brasileiras de Comunicação indexadas no Portal Univerciência.

Tomamos como base ainda o trabalho de Amaral e Montardo (2011), que fizeram o mapeamento da produção da área de Cibercultura no Brasil. Para tanto, as autoras tomaram como amostra os artigos científicos e ensaios apresentados no Grupo de Pesquisa Cibercultura nas edições nacionais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, dos anos de 2001 a 2010.

Este trabalho está dividido em três seções. Na primeira parte, discute-se sobre as redes sociais digitais; em seguida, é feita uma abordagem panorâmica sobre o Twitter. Posteriormente, alguns aspectos metodológicos da pesquisa são esclarecidos e são expostas as tendências investigativas detectadas sobre o Twitter. Nas considerações finais, apontam-se assertivas sobre o trabalho realizado, destacando as contribuições do estudo e a necessidade da continuidade do mapeamento ser realizado.

Redes sociais digitais e Twitter

Contemporaneamente, o termo “redes sociais” tem sido exaustivamente propagado nos espaços midiáticos, criando-se uma sensação de ineditismo e até mesmo deslumbramento tecnológico. As redes sociais, assim, passaram a ser concebidas “como produto da intervenção e interação humanas sobre a materialidade tecnológica” (COGO; BRIGNOL, 2011, p. 79). Dessa feita, o termo tem passado por um apagamento de sua dimensão histórica (FELINTO, 2011).

Sousa diz que “as redes sociais conduzem a uma nova abordagem de pesquisa social com ênfase nas relações entre diversas unidades de interação, não só o indivíduo de forma isolada e independente” (2007, p. 119). Na visão de García, as redes são, antes de qualquer coisa, formas de interação social, espaços sociais de convivência e conectividade. A autora sintetiza: “*Las redes son sistemas abiertos y horizontales, y aglutinan a conjuntos de personas que se identifican con las mismas necesidades y problemáticas*” (GARCÍA, 2003, p. 1) – “As redes são sistemas abertos e horizontais que aglutinam conjuntos de pessoas que se identificam com as mesmas necessidades e problemáticas”.

As redes sociais, segundo Souza, “partem do conceito básico de horizontalidade, como uma malha, fios ligados horizontalmente, sem ganchos de sustentação” (2009, p. 12). Lozares, por sua vez, explica que as redes sociais podem

ser definidas como “*un conjunto bien delimitado de actores-individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etc. vinculados unos a otros a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales*” (1996, p. 108) – “um conjunto bem delimitado de atores-indivíduos, grupos, organizações, comunidades, sociedades globais, etc. vinculados uns aos outros através de uma relação ou um conjunto de relações sociais”.

Pode-se afirmar, então, que as redes sociais não se originaram a partir da internet nem surgiram com advento da Web 2.0 e seus sites (Twitter, Blog, Facebook e outros). Estas são tão antigas quanto a história da humanidade, os primeiros agrupamentos humanos já desenvolviam relacionamentos em formato reticular.

A internet, como explica Castells (1999), tornou possível a virtualização das redes sociais, originando novas modalidades de conexões entre indivíduos e agrupamentos. Castells (2003), ao estabelecer uma compreensão da sociedade contemporânea, defende que esta é caracterizada por uma lógica estrutural baseada em redes. Dessa forma, a predominância deste padrão está em todos os setores da vida econômica e sociocultural.

Contemporaneamente, sites como o Twitter complexificaram a “Sociedade em Rede” e redimensionaram o conceito de redes sociais, uma vez que sua estrutura permite a interação entre pessoas e agrupamentos, dinamizando as relações existentes e criando outras. Tem-se, portanto, no Twitter a geração de redes sociais digitais (RSD), um novo paradigma gerado a partir da interação mediada por computador. As redes sociais digitais são proporcionadas por suportes virtuais, que são os sites de Redes Sociais (SRS). Os ambientes comunicacionais gerados pelos SRS “consistem num fenômeno de massa que está mudando a forma como todos nós criamos e usamos conteúdos publicados e circulados na Internet” (SOUZA, 2009, p. 12).

Visão panorâmica sobre o Twitter

Até meados de 2000, a elaboração de sites estava restrita a um número reduzido de profissionais especializados que dominavam as ferramentas específicas para tal. Assim, para a maioria dos internautas, só havia a possibilidade de acessar os conteúdos das páginas na internet. Essa fase é considerada como a Web 1.0.

Com advento da Web 2.0, a situação se transforma, pois passa a existir a possibilidade de todos produzirem conteúdo personalizado e dispô-lo com facilidade para acesso público. Primo sintetiza essa nova fase da internet: “A Web 2.0 é a segunda geração de serviços on-line e caracteriza-se por potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços para a interação entre os participantes do processo” (PRIMO, 2007, p. 1).

Lista de fóruns, enciclopédias colaborativas, blogs e micromensageiros são algumas das modalidades de sites encontrados na rede atualmente e não só denotam a propriedade colaborativa da Web 2.0, mas também proporcionam uma “convergência de indivíduos em redes sociais, pelo uso de novos meios e pela junção ou conexão de ideias, textos e outros conteúdos informativos de opinião” (VARELA, 2007, p. 54).

Entre os sites de Redes Sociais mais utilizados, destacam-se os microblogs. Essa mídia social híbrida também tem sido utilizada para as mais diversas funcionalidades, ocupando espaços mercadológicos, sociais, políticos, econômicos e culturais.

Tradicionalmente, o Twitter é caracterizado como microblog por ter relações com blogs: “Um microblog parte da ideia de um blog (atualizações em ordem cronológica inversa, possibilidade de comentários e *trackbacks*, *blogroll*), mas apresenta como singularidade o fato de que é adaptado para postagens de tamanho reduzido” (ZAGO, 2008, p. 7). Contudo, com os avanços da ferramenta, Recuero e Zago passam a denominá-lo como micromensageiro, “por se considerar que as apropriações conferidas ao Twitter fizeram com que ele se afastasse da ideia de um blog” (2009, p. 1).

O Twitter será compreendido, neste trabalho, como um site de rede social (SRS), que é tido como “toda ferramenta que for utilizada de modo a permitir que se expressem as redes sociais suportadas por ela” (RECUERO, 2009, p. 102). Assim, a ferramenta em questão é um “site-suporte” que permite o desenvolvimento de relações sociais, estabelecendo um novo padrão de sociabilidade e potencializando a integração das redes sociais on e off-lines.

Contemporaneamente, o Twitter é um dos sites de redes sociais mais utilizados na atualidade. De acordo com o blog oficial da empresa (Cf. ONE hundred million voices, 2011), o SRS possui cem milhões de usuários, e a cada cinco dias são feitas um bilhão de atualizações (tweets). De acordo com O’Reilly e Milstein (2009, p. 13), “o serviço de comunicação foi criado em março de 2006 pela Obvious e inicia-se como um projeto sem grandes pretensões, idealizado por uma empresa de podcasting¹ de São Francisco, e não demorou para se tornar o principal projeto dela”.

A dinâmica do site está no envio de tweets (atualizações) de até 140 caracteres em resposta ao questionamento-chave “O que você está fazendo?”. Nota-se, todavia, que a maioria das respostas não estão diretamente relacionadas à questão, demonstrando diferentes apropriações e adaptações ao sistema tecnológico-interacional.

No microblog, os atores são identificados com o símbolo “@” seguido do nome de sua escolha, “@nome”. Um ator escolhe “seguir” outro, dessa forma ele

passa a acompanhar as atualizações que são publicadas. O ator “seguido” é, por conseguinte, notificado por e-mail que alguém o está seguindo; assim, há duas listas: uma com a relação de pessoas que seguem (*seguidores/followers*) e outra com aqueles que são seguidos (*following/seguidos*).

Tendências investigativas sobre o Twitter

A pesquisa desenvolvida é caracterizada como estudo de caso analítico, visto que buscava responder às questões do tipo “como” e “por quê” (DUARTE, 2005); assim, a intenção era verificar as tendências investigativas utilizadas nas pesquisas sobre o Twitter. Para isso, tomou-se como procedimento metodológico pesquisa bibliográfica, revisão de literatura e análise de conteúdo de títulos, resumos e palavras-chave de 283 publicações científicas (artigos, dissertações e teses).

A coleta de dados foi feita entre maio de 2011 e julho de 2012. Consideramos o período selecionado para a coleta do material (um ano e dois meses) satisfatório para apontar “tendências” de pesquisa. A amostragem foi determinada de forma aleatória utilizando o Banco de Teses e Dissertações da Capes, os Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação e revistas indexadas no Portal Univerciência. Um protocolo (GIL, 2002), documento contendo plano de observação, coleta de dados e forma de registro, foi utilizado. Tal recurso, posteriormente, aperfeiçoou a análise dos dados coletados.

Os dados foram analisados com base na “análise de conteúdo”, que segundo Fonseca Júnior “pode ser considerada como um conjunto de técnicas de análises de comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição de conteúdo das mensagens” (2009, p. 38). Dessa forma, foram seguidas as etapas da análise de conteúdo: pré-análise, exploração do material, tratamento dos resultados obtidos e interpretação (Cf. FONSECA JÚNIOR, 2009).

Durante o levantamento bibliográfico, notou-se que parte da literatura encontrada sobre o Twitter não tinha enfoque acadêmico, sendo voltada para uma abordagem técnica-mercadológica, na qual o foco está em instruir sobre como usar a ferramenta, mostrando suas aplicabilidades e como se pode obter um retorno financeiro com seu uso.

Demonstra-se essa assertiva pelo título de algumas obras: “O poder do Twitter: estratégias para dominar seu mercado e atingir seus objetivos com tweet por vez” (COMM, 2009), “Twitter: influenciando pessoas e conquistando mercado” (VIEIRA, 2009), “Desvendando o Twitter” (O’REILLY; MILSTEIN, 2009) e “Tudo o que você precisa saber sobre o Twitter” (SPYER et al, 2009). As referidas obras são manuais técnicos com textos que ensinam como utilizar o Twitter e as ferramentas agregadas ao utilitário.

No âmbito acadêmico, por sua vez, foram identificadas várias publicações

científicas, dissertações e teses sobre a temática. Nos anais nacionais e regionais do Intercom de 2008 a 2011, foram localizados 198 trabalhos que apresentam palavras-chave sobre o micromensageiro.

O Portal Univerciência, por sua vez, indicava em julho de 2012 a existência de 25 artigos com a palavra-chave Twitter: *Iniciacom* (cinco artigos); *Galáxia* (quatro); *Estudos em Jornalismo e Mídia* (três); *Comtempo* (dois); *E-Compós* (dois); *Anagrama* (dois); *Ciberlegenda* (um); *Comunicação, Mídia e Consumo* (um); *Líbero* (um); *Sessões do Imaginário* (um); *Intexto* (um); *Matrizes* (um); e *Comunicologia* (um).

O banco de Teses e Dissertações da Capes (<www.capes.gov.br>) tinha 60 trabalhos (47 dissertações, seis teses, sete trabalhos profissionalizantes sobre Twitter ou tema a ele correlato). Os trabalhos localizados na base de dados da Capes estavam classificados em diversas áreas do Conhecimento: Engenharia de Software, Educação, Ciência da Computação, Jornalismo e Editoração, Ciência da Informação. Contudo, analisou-se prioritariamente os resumos dos trabalhos que estavam na área da Comunicação.

A seguir apresenta-se a tabela que sintetiza as categorias temáticas dos estudos comunicacionais sobre Twitter. É feita uma breve descrição de cada uma, a fim de explicitar as bases teóricas que geralmente são utilizadas. Não será possível, aqui, tecer comentários sobre todas as vertentes identificadas, contudo, apresentam-se trabalhos considerados representativos de algumas categorias como forma de ilustrar o mapeamento das principais tendências das pesquisas feitas sobre o site.

Tabela 1 – Categorias temáticas dos estudos sobre Twitter

Categoria temática	Descrição	Base Teórica
1 - Linguagem e Literatura	Estudos teóricos relacionados à Literatura e à Análise do Discurso. Análise do conteúdo das atualizações (tweets).	Semiótica, Análise do Discurso e Análise Semiológica. Exemplo: Melo, Maranhão e Sá (2011)
2 - Jornalismo Digital	Estudos teóricos e empíricos sobre as novas práticas jornalísticas. Análise do processo de produção da notícia no Twitter.	Jornalismo 2.0, Webjornalismo, Jornalismo Digital. Exemplos: Tellaroli (2010); Silva e Christofolletti (2010); Carvalho (2011).

3 - Epistemologia, Teoria e Métodos	Reflexões teóricas sobre o Twitter e estudos metodológicos que evidenciam aspectos das Redes Sociais, como Capital Social, Comunidades e Inteligência Coletiva	Teoria das Redes Sociais Digitais, Sociedade em Rede, Sociologia. Exemplos: Speck et al (2010); Prado e Ferreira (2010); Recuero (2009); Recuero e Zago (2009, 2011).
4 - Ciberativismo	Reflexões sobre a ação do indivíduo/ coletividade em termos de ação social via internet.	Democracia, Sociologia, Antropologia. Exemplo: Marquez e Lima (2011).
5 - Relacionamento Organizacional	Estudos teóricos e práticos sobre a relação público-organizações, discutem as estratégias e técnicas de interação no Twitter.	Relações Públicas, Comunicação Organizacional, Teoria Inter-relacional. Exemplos: Ferreira, Tavares e Abreu (2009); Rosa e Russel (2010).
6 - Práticas Mercadológicas e Publicitárias	Estudos sobre a prática publicitária, sobre o comportamento do consumidor, ênfase mercadológica no Twitter.	Publicidade e Propaganda, Marketing Digital e E-commerce. Exemplo: Albernaz e Meira (2010).
7 - Apropriação Política	Estudos relacionados à apropriação do Twitter em eleições, debates e campanhas eleitorais.	Sociologia e Política 2.0. Exemplo: Eliasquevici, Malcher e Eliasquevici (2011).
8 - Convergência Mediática e Rádio	Estudos que enfocam o formato multimídia. Análise das inter-relações com os meios de Comunicação TV e Rádio.	Interação Multimídia, Radialismo, Audiovisual. Exemplo: Ferreira (2011).

Fonte: tabela elaborada pelos autores

No que se refere à categoria “Linguagem e Literatura”, observa-se diversos estudos teóricos relacionados ao discurso na Web. Um bom exemplo é a pesquisa de Melo, Maranhão e Sá (2011), que propõe uma análise da prática literária realizada por escritores e poetas contemporâneos no Twitter. De acordo com os pesquisadores, a literatura realizada em nanoespaços virtuais é caracterizada por uma diversidade de formatos: microtextos, poemas e aforismos.

Dessa forma, a “Twitteratura”, segundo os autores, é “uma resposta artística às demandas da contemporaneidade, bem como canal de escoamento de produção de escritores e espaço de divulgação da imagem deles” (MELO; MARANHÃO; SÁ, 2011, p. 4). A pesquisa demonstra a multiplicidade com que a literatura hoje se rearranja, insinuando-se como promissor objeto de análise.

No que diz respeito à questão de jornalismo digital, há um predomínio de estudos teóricos e empíricos sobre as novas práticas de Webjornalismo e o processo de produção da notícia no Twitter. Tellaroli (2010), por exemplo, estuda o

uso do Twitter por portais de notícias brasileiros, sendo o enfoque de seu trabalho centrado no questionamento de como esses portais publicam seus produtos noticiosos, em específico as estratégias e formas de publicação.

O procedimento metodológico principal adotado na referida pesquisa foi a análise de conteúdo das atualizações e o confronto com três eixos: como os portais utilizam, a frequência desta atualização e os assuntos publicados. A constatação de Tellaroli (2010) é de que a existência dos portais UOL, Terra e G1 na rede não significa participação interativa com os leitores.

Na mesma linha de estudos, está a pesquisa desenvolvida por Silva e Christofoletti (2010), que investigam a contribuição do microblog Twitter no âmbito das práticas jornalísticas. Eles analisaram o conteúdo das atualizações dos seguintes veículos de imprensa: TV Trânsito, Rede Bandeirantes (@bandtransitosp), Revista Trip (@revista_trip) e programa Roda Vida, TV Cultura (@rodaviva). O estudo teve como foco analisar a contribuição da ferramenta para o jornalismo e indica que as apropriações do Twitter pelas redações restringem-se à simples difusão de manchetes e de curtas coberturas em tempo real.

Outra corrente de estudos sobre o Twitter é a de Relacionamento Organizacional, dominada por estudos teóricos e práticos (estudos de caso) sobre a relação público-organizações, discutindo as estratégias de comunicação e técnicas de interação no microblog. Há, por exemplo, o trabalho de Ferreira, Tavares e Abreu (2009), que aborda sobre o potencial comunicativo do Twitter para as estratégias comunicacionais nas organizações, destacando os pontos fortes e fracos na utilização da ferramenta, além do que deveria ser evitado em seu uso.

No que diz respeito ao estudo de caso, é exemplar a análise de Rosa e Russel (2010) sobre a comunicação organizacional nos perfis do Twitter das empresas Natura, Submarino e Vivo, enfatizando as diferentes formas de uso da ferramenta a partir da compreensão teórica de Relações Públicas: propaganda e promoção, ouvidoria virtual, propaganda institucional. As autoras chegaram à conclusão de que, apesar de o meio ser interativo, predomina um modelo de comunicação assimétrica e de mão única.²

A investigação de Albernaz e Meira (2010) ilustra as pesquisas da categoria “Práticas Mercadológicas e Publicitárias”. A autora realizou um estudo de caso sobre o perfil da empresa Submarino no Twitter, levando em consideração as características mercadológicas da rede social para fazer promoção de vendas. O aporte teórico utilizado está baseado no marketing (KOTLER, 2009), no marketing digital (TORRES, 2009), nas redes sociais (RECUERO, 2009) e no e-commerce (LIMEIRA, 2003).

Os autores explicam que o estudo de caso do Twitter do Submarino iniciou-se com a coleta dos dados através do acompanhamento das atualizações do perfil @novo_submarino no Twitter durante o período de dez dias. Este processo se deu através da criação de um perfil que seguiu @novo_submarino na rede social para ter acesso às promoções de vendas exclusivas ao público do Twitter. Os resultados da pesquisa apontam que o Submarino utiliza a rede social principalmente para promover e divulgar promoções de vendas e que as ações são normalmente integradas com o site da empresa. Além disso, a empresa também explora o caráter interativo da rede para aproximar-se dos seus clientes e oferecer promoções exclusivas aos seguidores (ALBERNAZ; MEIRA, 2010).

A categoria do Ciberativismo pode ser exemplificada com o trabalho de Marquez e Lima (2011, p. 1), que visa analisar como a internet, por meio da rede social Twitter, conseguiu tornar-se forte aliada da população para a luta a favor da democracia na crise da Espanha. O contexto da pesquisa estava relacionado à crise financeira do país, seus políticos, seus banqueiros e o desemprego acentuado dos jovens.

De acordo Marquez e Lima (2011), o estudo pretendia descobrir o poder que a web tem para organizar manifestações e lutar a favor da justiça da sociedade, bem como encontrar de que modo se dá a narrativa dessas lutas e os mecanismos usados pelas pessoas para se comunicarem e compartilharem ideias. O percurso metodológico adotado no trabalho foi a captura de 160 tweets que continham a tag #spanishrevolution, que juntos obtiveram mais de 11.500 replicações, e o estudo de suas causas na crise da Espanha.

Entre os estudos sobre Convergência Midiática no Twitter, destaca-se a dissertação de Ferreira (2011), que analisou o processo de cobertura televisiva na rede social on-line Twitter, realizada por colaboradores durante a transmissão participativa no programa *Roda Viva* (TV Cultura). O objetivo da sua pesquisa foi investigar a prática de cobertura a partir da proposta de integração entre televisão e redes sociais on-line, tendo como base os processos de convergência midiática.

A metodologia aplicada foi orientada por estudos da etnografia virtual a partir da observação participante, combinando os procedimentos da Análise de Conteúdo e da Análise da Conversação para tratamento e análise dos dados. A Análise de Conteúdo foi o método utilizado para selecionar as manifestações dos usuários que utilizam a ferramenta, os tweets, visando identificar as estratégias de cobertura utilizadas pelos colaboradores a partir da categorização dos modos de construção discursiva dos enunciados.

O Twitter também tem sido estudado a partir da questão política. Eliasquevici, Malcher e Eliasquevici (2011), por exemplo, analisam a forma pela qual os candidatos à Presidência do Brasil nas eleições de 2010 (José Serra,

Dilma Rousseff e Marina Silva) utilizaram o micromensageiro para fazer propaganda. O trabalho tomou como base a discussão sobre Comunicação Midiática, Ciberespaço e Redes Sociais na internet.

Como procedimento metodológico foi feita a análise de algumas atualizações selecionadas no período de abril a junho de 2010, para demonstrar conceitos debatidos no artigo. De acordo com as autoras da pesquisa, verificou-se que os políticos se utilizam de estratégias como redução de distâncias simbólica (fazer o eleitor acreditar que tem intimidade com o político) e transparência das ações (criar um governo transparente que fale sem restrição ao público) (ELIASQUEVICI; MALCHER; ELIASQUEVICI, 2011).

Na categoria Epistemológica, pode-se exemplificar o trabalho de Speck et al (2010), que discute a socialidade e as relações sociais no Twitter tomando como referencial a obra de Maffesoli. De acordo com os autores, “neste estudo sobre a plataforma do Twitter, supõe percebê-lo como não apenas um suporte tecnológico, mas, sobretudo, como um espaço onde ocorre a interação de e entre sujeitos, deixando de ser intermediário para tornar-se intermediador” (2010, p. 2).

Os pesquisadores defendem a existência das ideias maffesolianas de presenteísmo, tribalismo e nomadismo nas trocas de mensagens pelo Twitter. A partir da observação de que um número considerável de usuários utilizam o Twitter por meio de tecnologias móveis, Speck et al destacam o twitteiro como um cidadão nômade: “A partir de então, é possível estar em qualquer lugar e no ciberespaço ao mesmo tempo, criando uma condição nomádica constante, de acordo com a necessidade do usuário em praticar as ciberviagens” (2010, p. 15).

O entendimento de que a tecnologia está criando uma nova forma de sociabilidade e novas formas de interação (relacionamentos) também é trabalhado por Prado e Ferreira (2010), que, a partir de uma construção ensaística, compararam as práticas e os processos do Twitter aos procedimentos da escola filosófica peripatética de Aristóteles (384-322 a.C.). O ato de escolher temas para abordar, a motivação para seguir alguém, o filtro das informações e a forma como a expressão é feita no microblog são itens trabalhados pelas autoras.

As investigadoras estabelecem um instigante diálogo teórico entre as características do Twitter e a perspectiva aristotélica, destacando o ato de tuitar andando ser assemelhado ao acompanhamento dos discípulos de Aristóteles: “Da mesma maneira que no Twitter, forma-se, no ciberespaço, um círculo de pessoas em torno de outras com afinidades ou por admiração, assim como ocorria na escola peripatética da Grécia antiga” (p. 154). “Se o peripatetismo nos remete a discussões de alunos e mestres, enquanto passeavam, no Twitter não é diferente” (p. 158). “Como os discípulos de Aristóteles, os followers no Twitter também são voluntários, ou seja, não existe a menor obrigação de seguir alguém” (2010, p. 159).

Os estudos sobre Twitter também são realizados na perspectiva da Teoria das Redes Sociais. Essa linha de pesquisa estuda os grupos sociais na internet a partir da metáfora das redes. Os trabalhos englobam, por exemplo, estudos sobre o capital social gerado a partir de redes sociais no Twitter (RECUERO, 2009; RECUERO & ZAGO, 2009, 2011).

O fato de ser uma mídia social agregadora por meio de recursos adicionais atribui ao Twitter um caráter múltiplo, que dá liberdade ao usuário para escolher a melhor maneira para interagir com a aplicação: “Há indícios da existência de uma grande variedade de usos sociais para o Twitter, como nos não raros diálogos estabelecidos entre os usuários, ou no compartilhamento de informações através de links” (ZAGO, 2008, p. 10).

Mais do que usar uma ferramenta para fornecer informações, Zago (2008) observa que a apropriação social do Twitter resulta em uma diversidade de usos que evidenciam o caráter social do sistema, vindo a mobilizar diferentes tipos de capital social e resultando em novas formas de estabelecer ou manter laços sociais em um ambiente de rede social.³

Um dos primeiros trabalhos sobre o Twitter e o capital social foi feito por Recuero e Zago (2009), utilizando o conhecimento adquirido com a análise de outros sites, como o Blog e o Orkut. O trabalho explora os tipos de capital social apropriados pelos usuários brasileiros no Twitter e sua influência nas redes sociais percebidas no sistema a partir de três conjuntos de dados – a análise de 622 mensagens, de um questionário com 903 respostas e o mapeamento de uma rede. Os resultados apontam para dois usos predominantes (informação e conversação), com formas de capital social diretamente relacionadas aos objetivos de quatro subtipos de redes sociais.

Considerações finais

Este trabalho buscou mapear as principais tendências comunicacionais das pesquisas feitas sobre o Twitter no Brasil. A partir dessa análise, constatou-se que trabalhos sobre o Twitter foram identificadas *prioritariamente* nos seguintes eixos temáticos: 1) Linguagem e Literatura; 2) Jornalismo Digital; 3) Epistemologia, Teoria e Métodos; 4) Ciberativismo; 5) Relacionamento Organizacional; 6) Práticas Mercadológicas e Publicitárias; 7) Apropriação Política; e 8) Convergência Midiática e Rádio.

Nota-se que as tendências encontradas nos trabalhos sobre o Twitter abrangem as habilitações tradicionais da Comunicação: Jornalismo, Publicidade/Propaganda e Relações Públicas. Nesse sentido, alguns trabalhos poderiam ser colocados em mais de uma categoria; contudo, nestes casos, os textos completos foram analisados detidamente, a fim de verificar a proximidade de uma só

categoria temática.

É interessante perceber a diversidade de perspectivas teóricas adotadas, que por si só tornaram este trabalho desafiador. Tornou-se, assim, necessário realisar diversos agrupamentos em categorias, a fim de mostrar as diferentes abordagens. Ao analisar os distintos enfoques das pesquisas feitas sobre o Twitter e traçar um mapeamento do objeto, nota-se que existem diferentes abordagens sobre a ferramenta, as quais, por sua vez, estão estreitamente ligadas aos usos e às apropriações. Os estudos sobre o Twitter demonstram a diversidade de métodos e técnicas de pesquisa, os quais, em uma visão global, apontam para uma ferramenta com grande potencial analítico.

A partir da pesquisa, constatamos que a amostragem foi feita em bases representativas da área das Ciências da Comunicação (Banco de Teses e Dissertações da Capes, Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação e revistas indexadas no Portal Univerciência) e que a quantidade de trabalhos analisados (280) foi satisfatória. Pretende-se fazer, posteriormente, a análise dos trabalhos publicados na Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (ABCiber)⁴ e na Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós)⁵ a fim de ampliar o universo da pesquisa e confrontar com os resultados encontrados nesta investigação.

Nota-se que há uma necessidade de atualizar constantemente o mapeamento dos trabalhos feitos sobre o Twitter, tendo em vista que o número de investigações sobre o microblog ainda é crescente.

Referências bibliográficas

ALBERNAZ, Hélien Silva de; MEIRA, Paulo Ricardo. Marketing digital e redes sociais: um estudo de caso sobre as promoções de vendas do submarino no twitter. XXXIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 2010, Caxias do Sul. *Anais...* Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1612-1.html>>. Acesso em: 24 maio 2012.

AMARAL, Adriana; MONTARDO, Sandra Portella. Pesquisa em Cibercultura: análise da produção brasileira da Intercom. XXXIV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2011, Recife. *Anais...* Recife: Universidade Católica de Pernambuco. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-3058-1.pdf>>. Acesso em: 24 nov. 2011.

CARVALHO, Luciana Menezes. *Legitimação institucional do jornalismo informativo nas mídias sociais digitais: estratégias emergentes no conteúdo de*

Zero Hora no Twitter. 2011. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. A era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____. *A galáxia da internet: reflexões sobre a internet*. Os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

COGO, Denise; BRIGNOL, Liliane Dutra. Redes sociais e os estudos de recepção na internet. *Matrizes*, São Paulo: ECA/USP, ano 4, n. 2, jan./jun.2011.

COMM, J. O poder do Twitter: estratégias para dominar seu mercado e atingir seus objetivos com um tweet por vez. Trad. de Leonardo Abramowicz. São Paulo: Gente, 2009.

DA SILVA, M.; ROCHA, L. Twitter e cibercultura: um estudo sobre as funcionalidades da ferramenta de comunicação. *Iniciacom*, América do Norte, n. 3, abr. 2011. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/ojs-2.3.1-2/index.php/iniciacom/article/view/621/586>>. Acesso em: 24 nov. 2011.

DUARTE, M. Y. M. Estudo de Caso. In: DUARTE, J.; BARROS, A (Orgs.). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005.

ELIASQUEVICI, C.; MALCHER, M.; ELIASQUEVICI, M. Microblogs como espaço de propaganda política: um estudo de caso do Twitter. *Anagrama*, Brasil, v. 5, n. 1, 2011. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/anagrama/article/view/7554/7042>>. Acesso em: 24 nov. 2011.

FELINTO, Erick. Em busca do tempo perdido: o sequestro da história na cibercultura e os desafios da teoria da mídia. *Matrizes*, São Paulo: ECA/USP, ano 4, n. 2, jan./jun. 2011.

FERREIRA, Erica Eloize Peroni. *Integração entre televisão e redes sociais on-line: práticas comunicativas na cobertura do programa Roda Viva pelo Twitter*. 2011. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

FERREIRA, Robson Thiago; TAVARES, Daiane da Silva; ABREU, Karen Cristina Kraemer. O Twitter como ferramenta de Comunicação Organizacional. *Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação*, 2009. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-Twitter-tecninf.pdf> >. Acesso em: 22 ago. 2011.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). *Métodos e técnicas de pesquisa em*

comunicação. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

GARCÍA, Marta Rizo. *Redes: una aproximación al concepto*. Disponível em: <http://sic.conaculta.gob.mx/centrodoc_documentos/62.pdf>. Acesso em: 12 out. 2011.

GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

KOTLER, Philip. *Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados*. São Paulo: Ediouro, 2009.

LIMEIRA, Tania M. Vidigal. *E-marketing: o marketing na internet com casos brasileiros*. São Paulo: Saraiva, 2003.

LOZARES, Carlos. La teoria de redes sociales. *Papers*, n. 48, 1996. Disponível em: <<http://ddd.uab.es/pub/papers/02102862n48/02102862n48p103.pdf>>. Acesso em: 12 out. 2011.

ONE hundred million voices. Twitter Blog, 8 set. 2011. Disponível em: <<https://blog.twitter.com/2011/one-hundred-million-voices>>.

O'REILLY, T; MILSTEIN, S. *Desvendando o Twitter*. Trad. de Eduardo Fraguas. São Paulo: Digerati Books, 2009.

MARQUEZ, Allan Cancian; LIMA, Fabio Luiz Malini. #spanishrevolution: internet e narrativas das lutas sociais no Twitter. XXXIV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2011, Recife. *Anais...* Recife: Universidade Católica de Pernambuco. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2462-1.html>>. Acesso em: 24 maio 2012.

MELO. Mônica dos Santos; MARANHÃO, Adriana; SÁ, Joane Leôncio de. Twitteratura: a arte literária em microespaços virtuais. XXXIV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2011, Recife. *Anais...* Recife: Universidade Católica de Pernambuco. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-1807-1.pdf>>. Acesso em: 24 maio 2012.

PRADO, Magaly; FERREIRA, Jerusa Pires. Diálogos: o Twitter e o peripatético. *Matrizes*, São Paulo: ECA/USP, ano 3, n, 2, p. 153-167, jan./jul. 2010.

PRIMO, A. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. *E-Compos*, Brasília, v. 9, p. 1-21, 2007. Disponível em <<http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/Web2.pdf>>. Acesso em: 12 out. 2011.

RECUERO. Raquel. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009.

_____; ZAGO, Gabriela. Em busca das “redes que importam”: redes sociais e capital social no Twitter. *Líbero*, Brasil, v. 12, n. 24, p. 81-94, 2009.

Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/view/6787>>. Acesso em: 12 out. 2011.

_____. A economia do retweet: redes, difusão de informações e capital social no Twitter. XX ENCONTRO da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2011, Porto Alegre. *Anais... Porto Alegre: UFRGS*.

ROSA, Rosane; RUSSEL, Raquel. Comunicação organizacional no Twitter: um estudo das empresas Natura, Vivo e Submarino. *Lumina*, Juiz de Fora: UFJF, v.4, n. 2, 2010. Disponível em: <[http://www.ppgcomufff.bem-vindo.net/lumina/index.php?journal=edicao&page=article&op=viewFile&path\[\]=188&path\[\]=198](http://www.ppgcomufff.bem-vindo.net/lumina/index.php?journal=edicao&page=article&op=viewFile&path[]=188&path[]=198)>. Acesso em: 24 nov. 2011.

SILVA, Francisco Antônio Machado da; CHRISTOFOLETTI, Rogério. Jornalismo em 140 toques: análise de três contas do Twitter no Brasil. *Intexto*, Rio Grande do Sul, 2010. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/13377/8695>>. Acesso em: 24 nov. 2011.

SOUSA, Paulo de Tarso Costa de. Metodologia de análise de redes sociais. In: MUELLER, Suzana Pinheiro Machado (Org.). *Métodos para pesquisa em Ciência da Informação*. Brasília: Thesaurus, 2007.

SOUZA, Sérgio Freire. As redes sociais e a liquidez na Sociedade 140 bytes: sob os olhos da Coruja de Minerva. 2009. Disponível em: <<http://www.sergiofreire.com.br>>. Acesso em: 24 nov. 2011.

SPECK, F. et al. O que você está fazendo? Um estudo da socialidade no Twitter. *Iniciacom*, América do Norte, n. 2, jun. 2011. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/ojs-2.3.1-2/index.php/iniciacom/article/view/653/605>>. Acesso em: 24 nov. 2011.

SPYER, J. et al (Orgs.). Tudo o que você precisa saber sobre o Twitter. *Agência Talk*, 2009. Disponível em: <www.naozero.com.br/tudo-sobre-Twitter>. Acesso em: 14 out. 2009.

TELLAROLI, Taís Marina. O uso do Twitter pelos portais de notícia UOL, Terra e G1. *Sessões do Imaginário: Cinema, Cibercultura e Tecnologia da Imagem*, ano 15, n. 23, 2010.

Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/view/7794>>. Acesso em: 14 out. 2009.

TORRES, Cláudio. Marketing Digital no Twitter. 2009. Disponível em <<http://www.claudiotorres.com.br/wp-content/uploads/2009/07/marketing-digital-notwitter>>. Acesso em: maio 2010.

VARELA, J. Jornalismo participativo: o jornalismo 3.0. In: ORDUÑA, O. I. R. *Blogs: revolucionando os meios de comunicação*. Trad. de Vértice Translate. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

VIEIRA, A. *Twitter: influenciando pessoas e conquistando mercado*. Rio de Janeiro: Alta Books, 2009.

ZAGO, G. S. Usos sociais do Twitter: proposta de tipologia a partir do capital social. *Ponto Mídia*, 2008. Disponível em: <<http://www.pontomidia.com.br/raquel/teorica.htm>>. Consultado em: 2 ago. 2009.

NOTAS

1 É uma forma de publicação de arquivos de mídia digital, como áudio, vídeo, foto, pela internet, por intermédio de uma lista de links, conhecida como “feed RSS”, disponibilizada em alguns sites. Dessa forma, aqueles que seguem as listas podem acompanhar a atualização de determinado site e/ou baixar arquivos da página.

2 A conclusão está atrelada aos Quatro Modelos de Relações Públicas: 1) Assessoria de Imprensa/Propaganda; 2) Informação Pública; 3) Modelo Assimétrico (Via de Mão Dupla); 4) Modelo Simétrico (Via de Mão Dupla). O primeiro é caracterizado pela ausência de pesquisa e preocupa-se apenas com a persuasão e divulgação de produtos e serviços da empresa. O segundo é caracterizado pela ausência de pesquisa e pelo envio de informações sobre a organização. O modelo assimétrico, por sua vez, tem pesquisa, contudo, não se preocupa com o diálogo. O ideal é o modelo de comunicação simétrica que preocupa-se com a interlocução e o diálogo de mão dupla.

3 Segundo Zago (2008), o capital social, definido por sua função, seria uma estrutura social que facilitaria determinadas ações por parte dos atores dentro dessa estrutura. “Como em outras formas de capital, o capital social é produtivo, tornando possível a obtenção de determinadas finalidades que em sua ausência não seriam possíveis” (COLEMAN apud ZAGO, 2008, p. 5).

4 É uma entidade científica e cultural, sem fins lucrativos, com a missão principal de congregar pesquisadores em torno de temáticas pertinentes ao campo de estudos sobre o fenômeno da Cibercultura. Os microblogs são objetos de interesse dos membros da referida associação.

5 É uma sociedade civil, sem fins lucrativos, que congrega, como associados, os Programas de Pós-Graduação em Comunicação em nível de Mestrado e/ou Doutorado de instituições de ensino superior públicas e privadas no Brasil.

A influência da mídia nas relações internacionais: um estudo teórico a partir do conceito de diplomacia midiática

The influence of the media in international relations: a theoretical study based on the concept of media diplomacy

Caroline Rangel Travassos Burity

Graduada em Direito pela Universidade Federal da Paraíba e mestra em Relações Internacionais pela Universidade Estadual da Paraíba

Resumo

Este trabalho analisa os elementos teóricos da diplomacia midiática (*media diplomacy*), proposta pelo norte-americano Eytan Gilboa (1987), à luz do novo cenário internacional marcado pelos novos meios de comunicação global, que modificaram as relações internacionais. Partindo-se da análise do contexto da Sociedade da Informação, averiguam-se a emergência das grandes redes de comunicação global e como estas são utilizadas como instrumento de controle, constrangimento, intervenção e negociação no cenário internacional. Do exame, podemos concluir que no atual cenário internacional a mídia pode ser considerada um ator de múltiplas faces, cujo semblante depende do contexto, do tipo de veículo e da própria direção do meio de comunicação, resultando em três modelos analíticos de diplomacia midiática: a diplomacia pública, a diplomacia na mídia e a diplomacia feita pela mídia.

Palavras-chaves: diplomacia; mídia; política externa.

Abstract

This paper analyzes the theoretical elements of the media diplomacy, proposed by the American Eytan Gilboa (1987), in light of the new international scenario marked by new global media, that changed on international relations. Starting from the analysis of the context of Information Society, ascertains the emergence of large global communications networks and how they are used as an instrument of control, embarrassment, intervention and negotiation in the international arena. From the analysis, we conclude that in the current international scene the media can be considered an actor of many faces, whose countenance depends on the context, type of vehicle and the proper direction of the medium, resulting in three analytical models of diplomacy media: a public diplomacy, media diplomacy and media-broker diplomacy.

Keywords: diplomacy; media; foreign policy.

Introdução

O século 20 trouxe junto com a revolução tecnológica a informatização dos meios de comunicação social, que criaram redes internacionais, propiciando o surgimento dos conglomerados de mídia. Essa nova configuração alterou, significativamente, a atuação política, econômica e social dos Estados soberanos.

A cultura de massa criada pelas redes e disseminada pela televisão, pelo cinema e pela internet facilitou o intercâmbio de ideias e a troca de informações, fazendo surgir a “sociedade em rede”, nos termos de Castells (1999), Mattelart (2002) e Morin (2004).

Esse novo panorama internacional, contudo, mantém algumas necessidades medievais para o Estado. Como bem preceitua Valente (2007), o desejo de “poder”, seja político ou econômico, ainda permeia o rol de desejos de todo Estado contemporâneo. Assim, enquanto alguns alegam que a mídia e os novos meios de informação e de comunicação estão minando a capacidade de decisão dos Estados, outros, como Aron (2002), enxergam a revolução da informação como instrumento para ampliar, manter ou conquistar poder em âmbito internacional.

Essas mudanças contribuem para que a política externa não seja mais entendida como outrora, isto é, realizada apenas por agentes do governo (diplomatas) e Poder Executivo. É mister compreender a presença de novos atores no cenário político internacional, como a sociedade civil, as administrações estaduais e municipais (paradiplomacia) e a imprensa. A influência e o uso das redes internacionais de comunicação nas decisões, nos planejamentos e nas propagandas estatais passaram a ser denominados por Gilboa (1987) de “diplomacia midiática” (*media diplomacy*).

Fruto de pequenos estudos, ainda incipientes, sobre o tema, este trabalho objetiva definir, caracterizar e especificar a diplomacia midiática em seus vários modos de atuação, partindo da análise contextual da Sociedade da Informação e da influência que os conglomerados midiáticos internacionais exercem nas negociações internacionais.

A fim de atingir os objetivos traçados para esta pesquisa, estruturou-se o artigo em três sessões teóricas. A primeira versa sobre o estudo teórico da nova Era da Informação, caracterizada pela velocidade e pela mutabilidade das relações entre os Estados, além de trazer a relação entre os principais conglomerados de comunicação internacional e os governos estatais, levantando conceitos como “Efeito CNN”. A segunda aborda a relação entre mídia e política externa, trazendo as formas pelas quais a mídia pode influenciar a política

internacional. A terceira analisa o desenvolvimento teórico e conceitual do tema “diplomacia midiática”, seus efeitos, os diferentes níveis de cobertura e usos políticos.

A Sociedade da Informação e a emergência das redes de comunicação

A Sociedade da Informação é composta por tecnologias de informação e de comunicação que abarcam a aquisição, o armazenamento, o processamento e a distribuição da informação por meios eletrônicos como rádio, televisão, telefone, computadores, entre outros. Hodiernamente, os Estados passaram a usar a complexidade da Sociedade da Informação e seus novos recursos como instrumentos para a política externa, numa tentativa real de ampliar suas capacidades de êxito no jogo de poder internacional.

Valente (2007) afirma que o Estado não perdeu poder por conta das transformações na comunicação, nem deixou de se fundamentar nos aspectos econômico, político e militar para a conquista do poder. No entanto, redimensionou e modificou sua ação para a aquisição deste objetivo. As novas tecnologias tiveram uma força profunda nesse redimensionamento. Elas abreviaram a distância, dispensaram a necessidade de presença física, ampliaram a velocidade com que perguntas e respostas chegam aos seus destinatários.

O que pode ser concebido como fato nessa “Era da Informação” são a globalização e a interdependência que se formou entre os Estados, criando uma sociedade em rede. A teoria da interdependência complexa desenvolvida por Robert Keohane e Joseph Nye (1989) oferece um alargamento das estruturas de análise para as novas questões que surgem diante da Sociedade da Informação. Fundamentando sua tese nos principais acontecimentos políticos e econômicos que marcaram as relações internacionais nas décadas de 1970 e 1980, o pilar originário dessa visão teórica é o conceito de interdependência. De acordo com esses autores, “interdependência, em política mundial, refere-se a situações caracterizadas por efeitos recíprocos entre os países ou entre atores em diferentes países” (KEOHANE; NYE, 1989, p. 8).

Numa circunstância de interdependência, as relações de poder devem ser percebidas pelos conceitos básicos que definem o poder na interdependência: sensibilidade e vulnerabilidade. A sensibilidade, segundo Keohane e Nye (1989), pode ser entendida como a reação imediata de um Estado a uma determinada política ou conjunto de políticas, presumindo-se que estas permaneçam imutáveis. Quanto à vulnerabilidade, esta pode ser compreendida como a capacidade de reação de um Estado, considerando-se a disponibilidade e a dispendiosidade das alternativas que os atores têm.

Assim, concluímos que as novas tecnologias da Sociedade da Informação ampliam essa capacidade de sensibilidade e vulnerabilidade a partir do momento que fica mais fácil reagir mundialmente a uma determinada política. Basta um discurso polêmico de apenas alguns minutos na CNN ou uma ameaça terrorista de Osama Bin Laden em uma TV árabe para a sensibilidade e a vulnerabilidade dos países serem testadas.

As novas tecnologias da informação deram origem ao termo *cyberpolitik*, que de acordo com Rothkof (1998) é uma forma nova de fazer política internacional, utilizando os modernos recursos comunicacionais, a estrutura midiática existente em todo o planeta e os recursos da informática – os Estados têm um novo agente nas negociações diplomáticas.

Valente (2007) deixa claro, contudo, que a *cyberpolitik* é o novo cenário, o que não significa a extinção dos campos reais de batalha, apenas uma ampliação do jogo para mais um ambiente. O autor afirma ainda que a virtualidade da *cyberpolitik* não é apenas tecnológica. O discurso se configura como instrumento de utilização desses meios. A ampliação da disseminação dos discursos políticos em todo o mundo pelas novas tecnologias objetivam aumentar o poder e dominar o discurso. Isso ficou muito claro com o surgimento das redes de comunicação em escala global.

Compreende-se, no entanto, que a produção da informação pelas redes de comunicação, bem como sua circulação, não acontece de forma livre e democrática. Há várias forças em jogo que fazem da comunicação, em termos internacionais, uma ferramenta de manipulação de notícias.

Grandes fusões de empresas e formação de conglomerados de comunicação nos Estados Unidos vêm ocorrendo desde o fim da década de 1970. O maior exemplo desse fenômeno é a empresa de comunicação americana Time. Sua primeira grande junção foi com a Warner (cinema); logo depois, comprou o grupo japonês Toshiba (televisores); em seguida, a CNN (canal de notícias); e, hoje, controla a AOL (provedor de internet), tornando-se, assim, um dos três grandes conglomerados de mídia do mundo. Como é comum no procedimento de globalização, esses conglomerados ligeiramente superam as fronteiras nacionais, passam a exportar conteúdo, a fundar filiais e a fazer acordos com empresas de mídia locais até o momento em que passam a ter poder acionário em diversos países. Esse é o caso, por exemplo, da News Corporation Limited (controla as redes de canais Fox, entre vários outros), que pertence ao australiano Rupert Murdoch. Ela já conta hoje com participação nos dois maiores grupos de comunicação da América Latina, O Globo e a Televisa.

A Era da Informação acarretou uma proliferação de veículos privados de comunicação, que rapidamente se tornaram nacionais e depois internacionais. As universidades de Comunicação dos Estados Unidos passaram a espalhar pelo

mundo, na década de 1970, a ideia de que havia uma querela básica entre as empresas privadas e as estatais: independência e isenção. O mundo passou a compreender, no sentido americano do tema, que informação relevante é aquela feita por uma imprensa livre, que não pode estar submissa nem a ideologias nem a governantes.

A ideia de que o jornalismo tem de ser isento foi disseminada rapidamente na opinião pública de todo o mundo, principalmente nos países em desenvolvimento, muito ligados aos veículos de comunicação americanos e europeus. Na década de 1970, a noção de uma mídia interlocutora independente e imparcial parecia bastante atraente diante do domínio dos meios estatais de comunicação até então vigentes.

Essa mudança de percepção sobre a forma de produzir informação marcaria de forma clara uma quebra da influência dos veículos estatais sobre a opinião de suas populações, tornando-os pouco influentes e com efeitos de “produção de realidade” mais limitados do que os veículos privados. Colocamos a expressão “marcaria uma quebra” no tempo pretérito, pois sabemos que de fato isto não ocorre. A independência jornalística e a informação democrática com objetivo de formar a opinião dos cidadãos, apesar de ter evoluído bastante em relação à imprensa estatal manipuladora dos governos totalitários, ainda está longe de ser verdade. O que veremos ao longo desse trabalho são inúmeros exemplos de acordos entre a mídia privada e os governos, para fins de políticas interna e externa.

É nesse campo de relacionamento entre empresas privadas e governos que se formam as mais complexas estratégias de interação e disseminação de informação para cumprimentos de planos em política externa. É aqui que entra o argumento de que os Estados não estão se enfraquecendo e perdendo soberania, mas se adaptando aos novos meios e usando seu peso como instrumento em prol de seus objetivos e interesses.

Insta salientarmos que, apesar desses conglomerados comunicacionais terem abrangência global, as notícias por eles veiculadas refletem os interesses nacionais. Valente (2007) exemplifica esta situação afirmando que quando a grande imprensa americana envia para todo o mundo notícias divergindo da política de George W. Bush para o Iraque significa dizer que ela está disseminando informação de caráter nacional, isto é, não se discute se a política de Bush é ruim ou boa para o Iraque, discute-se o que é melhor para os Estados Unidos. Assim, Valente (2007) assegura que todo o referencial da mídia é de caráter nacional, visando ao fortalecimento do Estado.

Sob o ponto de vista comercial, alguns governos costumam trabalhar de forma inteligente, abastecendo os veículos com informações vantajosas para si e, em troca, garantindo exclusividade. Dessa forma, o Estado acaba se tornando um grande fornecedor de matéria-prima para esses veículos, e dessa forma

“maquiada” é que se formam as relações governo-mídia.

Se um Estado tem uma forte máquina midiática, ele tem um forte agenda setting –hipótese segundo a qual a mídia, pela seleção, disposição e incidência de suas notícias, vem determinar os temas sobre os quais o público falará e discutirá – e também capacidade de incluir um tema de seu interesse na pauta da mídia internacional e de outro Estado alvo, ainda mais se tiver a capacidade de fazer com que esse tema atinja prioridade dentro dos temas veiculados na mídia daquele país. Dessa maneira, estará atuando diretamente sobre as elites ou sobre os atores democráticos responsáveis pela formulação e pela manutenção dos interesses nacionais (VALENTE, 2007).

Dessa forma, passaremos a discutir no tópico seguinte de que maneira a mídia pode ser utilizada como instrumento de controle, constrangimento, intervenção e negociação no cenário internacional, estabelecendo a relação entre esta e a política externa dos Estados.

Mídia e política externa

171

As mudanças provocadas pela Era da Informação no jogo de poder entre os Estados fizeram os Estados Unidos despertar pioneiramente para os estudos que relacionam a mídia e às relações internacionais. Segundo Eytan Gilboa (2001), essas pesquisas começaram timidamente logo após a Guerra do Vietnã e só tomaram grande pulso após a disseminação das grandes redes de TV em escala global e após a primeira guerra totalmente midiática da história: a invasão do Iraque em 1990.

Esses novos conhecimentos passaram a integrar um novo campo de saber dentro da Ciência Política e das Relações Internacionais, denominado de “*media diplomacy*” ou “diplomacia midiática”. Trata-se de um campo que analisa os efeitos dos modernos meios de comunicação e da imprensa sobre os assuntos de Estado em política externa e que trata também da interferência desses novos meios na agenda internacional e na disputa pelo poder.

A função inicial e básica da mídia é informar ao público os acontecimentos ocorridos local, regional, nacional e mundialmente. Afirma Soares (2012) que esta é a influência mais direta e visível: a mídia como fonte de informação. Além de dar informação, ela também pode retê-la, o que pode igualmente ter impacto. Ao escolher o que “vai ao ar”, também se elegem os aspectos da ocorrência que serão ressaltados, reduzidos ou mesmo omitidos. Assim, a mídia é responsável por “incutir” na mente do telespectador quais são os fatos mais importantes em escala de hierarquia, uma vez que os portais e os impressos colocam na primeira capa o que eles consideram como principal, e os telejornais abrem suas edições também com o fato que eles entendem como sendo de maior vinculação.

É exatamente com relação a esse segundo aspecto – escolha dos fatos reproduzidos – que ocorre uma das formas de influência da mídia na política, na medida em que aquela transmite ao público a notícia sob sua interpretação. Conforme afirma Soares (2012), por envolver uma expressiva carga de subjetividade, o noticiário pode acentuar ou amenizar uma determinada situação e afetar o equilíbrio das forças políticas na democracia.

Camargo (2008) atenta, ainda, para três pontos que confirmam o jornalismo como difusor de informações enviesadas de cota subjetiva. São eles: existência de uma única via de informação, vinda das mídias dos países desenvolvidos; monopólio de algumas corporações da mídia, que dominam o fluxo da informação no mercado mundial; e, por último, verticalização das notícias que contribuem para uma visão mais distorcida das partes mais pobres do mundo.

Assim, temos que as informações que chegam aos países mais periféricos como o Brasil provêm, em grande parte, das agências de notícia norte-americanas e, em alguns casos, de agências europeias. Nessa situação, o brasileiro acaba por ter uma visão norte-americana dos fatos internacionais. O inverso também é verdadeiro, isto é, as notícias sobre os países periféricos mostradas na imprensa internacional muitas vezes são eivadas de interpretação do veículo de comunicação que a transmite.

Nye (2009) explica que o *soft power* (capacidade de conseguir resultados por meio da atração em vez da coerção) requer eficácia na utilização dos meios de comunicação. Os autores asseveram que a revolução da informação alterou as características da interdependência complexa, pois com o advento da mídia no mundo político o número de canais de comunicação se multiplicou.

É importante observar que a atuação da mídia no cenário internacional se diferencia do panorama dos demais atores. Enquanto estes últimos têm identidades mais ou menos constantes, interesses baseados em tradições e se comportam de uma forma segundo a qual é possível observar certa previsibilidade, por sua vez, a mídia pode ser considerada um ator de múltiplas faces, cujo semblante depende do contexto, do tipo de veículo e da própria direção do meio de comunicação. Assim, não é possível imprimir uma identidade fixa da mídia no cenário internacional (CAMARGO, 2008).

A problematização dessa característica mutante é refletida por Gilboa (2001). O autor cria uma taxonomia com quatro papéis para a mídia, considerada como ator de acordo com diferentes atributos, tipos de atividades, contextos e conceitos. As quatro possibilidades de atuação podem ser: controladora, constringedora, interventora e instrumental.

O papel da mídia como controladora indica que a comunicação global trocou os tomadores de decisão quanto às questões pautadas na intervenção militar.

Esse papel é fundamentado na teoria do Efeito CNN, o qual entende que os meios de comunicação, principalmente a televisão, se tornaram atores influentes na formulação de políticas relacionadas à defesa e às crises humanitárias.

Como um ator constrangedor, a mídia é vista como mais um elemento que influencia no processo de tomada de decisão e cuja função principal é constranger o líder político a tomar decisões e agir em curto prazo. Para realizar essa tarefa, os tomadores de decisão se utilizam dos canais de comunicação em vez dos diplomáticos. Isso ocorre devido à alta velocidade com que a mídia veicula informações em escala mundial. Gilboa (2001) cita como exemplo o fato que durante a Guerra do Golfo, em 1991, o presidente Bush passou informações aos membros da coalizão contra o Iraque por meio da CNN e não por meio de canais diplomáticos.

A mídia como interventora atua nas mediações internacionais. Essa categoria considera que muitas vezes os repórteres agem como *intermediadores* diretos ou indiretos nos conflitos e que podem servir como catalisadores dos acordos e das resoluções.

A mídia como ator instrumental é utilizada por governos e diplomatas como uma ferramenta para mobilizar suporte e lograr acordos. Parte-se do pressuposto de que ao criarem um ambiente de evento, a utilização dos meios de comunicação pode auxiliar nas negociações. A mídia como ator instrumental também está direcionada à conquista da opinião pública da sociedade internacional pelos governos.

Camargo (2008) sugere ainda uma quinta categoria de atuação da mídia: como ator conflituoso. Nesse aspecto, a mídia é tida como promotora de conflitos. Notícia disseminada em revistas americanas sobre a deturpação do Alcorão por soldados americanos gerou protestos e causou a morte de mais de quinze pessoas em países islâmicos. Esse e outros exemplos são trazidos pela autora como forma de mostrar o poder da mídia em veicular informações que desencarregam conflitos entre os Estados.

Considera-se que a compreensão de que existe uma influência mútua entre mídia e política é a mais adequada para entender a sua atuação em assuntos internacionais. Segundo Camargo (2008), o grau dessa influência pode variar de acordo com o caso analisado e pode ocorrer que em determinados assuntos “ora a mídia guia a política, ora a política guia a mídia” – isso pode acontecer em diferentes intensidades e contextos, culminando em diversas formas de fazer diplomacia. Na próxima sessão, cuidaremos de teorizar e apresentar os conceitos, as características e as espécies da chamada “diplomacia midiática” e de aprofundar a forma como ocorre a mútua relação entre mídia e política.

Diplomacia midiática: conceito e espécies

O conceito de diplomacia midiática foi criado pelo norte-americano Eytan Gilboa (1987), professor de Ciência Política da Universidade de Harvard. Não poderíamos, pois, dissertar sobre o tema sem nos referir aos conceitos básicos e à doutrina do referido autor. O primeiro passo para compreender o conceito da diplomacia midiática é saber que ela não se encontra isolada em um só campo do saber. Como o próprio Gilboa (1987) salienta, o assunto pertence a várias disciplinas, entre elas a Ciência Política, as Relações Internacionais e a Comunicação.

A diplomacia midiática utiliza como instrumento de análise os estudos relacionados aos efeitos dos veículos de difusão coletiva e as pesquisas de recepção, análise de discurso e opinião pública. Para Gilboa (1987), por ser um campo de estudos ainda muito recente e quase restrito aos Estados Unidos, é pouco explorado, com uma série de linhas e nuances de pesquisa possíveis praticamente inexistentes.

Gilboa (2001) entende que a diplomacia dita “tradicional” realizada por diplomatas e agentes de governo perdeu espaço diante das revoluções informacional e midiática, baseadas no conceito de cultura de massa. “Uma nova diplomacia, com novas regras, técnicas e uma infinidade de implicações para governos, diplomatas, jornalistas e o grande público” (GILBOA, 2001).

Gilboa (2001) afirma que os estudos desse campo ainda confundem determinados conceitos. Segundo o autor, a ausência de modelos analíticos para o estudo da diplomacia midiática tem dificultado o progresso na área. Nesse sentido, Gilboa (2001) propõe que o estudo da diplomacia midiática seja feita por meio de três modelos analíticos conceituais: o da diplomacia pública (*public diplomacy*), o da diplomacia na mídia (*media diplomacy*) e o da diplomacia feita pela mídia (*media-broker diplomacy*).

Alerta Gilboa (2001) que cada um dos modelos analíticos propostos por ele só é apropriado para análise quando certas características ou condições estão presentes, e que cada um deles tem diferentes ramificações profissionais e éticas para os três principais atores envolvidos na diplomacia: os funcionários, a mídia e a opinião pública.

Diplomacia pública

O objetivo da diplomacia pública é construir a imagem de um país no exterior por meio da comunicação direta com governos e indivíduos estrangeiros, disseminando o pensamento e a cultura locais, utilizando os *mass media* ou por meio de intercâmbios culturais, científicos e artísticos.

Segundo Frederick (1993 apud VALENTE, 2007), para que o trabalho da diplomacia pública seja bem-feito, é necessário não só ter conhecimento prévio de como o público estrangeiro pensa, mas também a capacidade de agir dentro de seu campo cultural, sempre com o objetivo final de influenciar o governo de seu país, principal e final alvo das ações.

Gilboa (2001, p. 6) subintitula a diplomacia pública como aquela que “cultiva imagens favoráveis no exterior”. Assim, é usada por Estado contra Estado e tem como meta formar a boa imagem do país em suas mais diferentes ações e persuadir a opinião pública em determinados temas.

Alerta Gilboa (2001) que, durante o período da Guerra Fria, Estados Unidos e União Soviética se utilizavam da diplomacia pública para disseminar seus ideais e ampliar sua esfera de influência dentro do jogo bipolar. Nas últimas duas décadas, contudo, o surgimento de novos atores não estatais e a interdependência entre estes e os Estados ofereceu uma definição mais ampla do que venha a ser diplomacia pública. Segundo Signitzer e Coombs (apud GILBOA, 2001, p. 8), “diplomacia pública passou a ser a maneira como indivíduos do governo ou privados influenciam direta ou indiretamente as atitudes e opiniões públicas que afetam as decisões de política externa de outros Estados”. Assim, como a campanha pela abolição do apartheid na África do Sul, atores não estatais dissidentes procuraram alcançar seus objetivos nacionais por meio da criação de ligações com pessoas influentes e grupos de sociedades estrangeiras, especialmente nos Estados Unidos e na Europa, e usaram os meios de comunicação de massa para isso.

Veremos, no próximo tópico, que o segundo modelo proposto por Gilboa (diplomacia na mídia) vai prever uma situação diversa, em que temos a utilização dos meios de comunicação estabelecendo a ponte entre Estados e atores não estatais, ou entre dois Estados, para construir confiança e avançar nas negociações, mobilizando o apoio público para acordos.

Diplomacia na mídia

Segundo Valente (2007, p. 95), a principal diferença entre a diplomacia pública e a diplomacia na mídia é o elemento propaganda. O autor afirma que enquanto a diplomacia pública utiliza-se da publicidade no exterior, “a diplomacia na mídia é um meio de negociação, uma tentativa de evitar ou acabar com os conflitos”. Na maioria dos casos, a diplomacia pública antecede a diplomacia na mídia, preparando o público envolvido na questão para a negociação do impasse e de suas consequências.

Gilboa (2001) explica que os dois conceitos apresentam duas formas diferentes de atuação. Na diplomacia pública, os lados empenhados estão

em confronto e há uma preocupação na formação da imagem e da propaganda política. Na diplomacia na mídia, temos a utilização dos meios de comunicação estabelecendo a ponte entre Estados e atores não estatais para construir confiança e avançar nas negociações, mobilizando o apoio público para acordos. A diplomacia na mídia é conseguida por meio de diversas atividades, como conferências, entrevistas, cobertura de visita de chefe de Estado a determinado país e presença de mediadores internacionais.

É bem verdade que a revolução no campo dos transportes e dos meios de comunicação fizeram com que esse modelo de diplomacia se expandisse e ganhasse espaço. Contudo, ela pode apresentar-se como uma faca de dois gumes. À medida que a tecnologia permite uma resposta mais rápida aos eventos internacionais, como resposta à uma ameaça, uma proposta de acordo ou um pronunciamento diante de crises, esse contexto também mina o controle do Estado. Se os governantes respondem imediatamente, sem terem tempo para analisar as opções políticas com cuidado, podem cometer erros; contudo, se deixam de responder, criam a impressão de que estão confusos, de que não sabem o que fazer nem têm controle da situação.

Gilboa (2001) traz uma série de exemplos para essa espécie de utilização. Durante a crise dos reféns do Irã, em 1979, os Estados Unidos se comunicavam exclusivamente por meio da televisão com os terroristas que fizeram os reféns. Um caso semelhante ocorreu em 1985, quando do sequestro de um avião da TWA para Beirute. Funcionários usaram frequentemente a televisão mundial, em vez dos tradicionais canais diplomáticos, para entregar mensagens. Durante o conflito do Golfo em 1990-1991, o secretário de Estado americano James Baker entregou o ultimato a Saddam Hussein pela CNN, e por meio do embaixador dos Estados Unidos no Iraque; da mesma forma, em Janeiro de 1998, o presidente iraniano Mohammed Khatami escolheu a mesma CNN para enviar uma mensagem conciliatória para os Estados Unidos.

Diplomacia feita pela mídia

A diplomacia feita pela mídia é o modelo que compreende os meios de comunicação com ator das relações internacionais, enxergando os meios de comunicação e os jornalistas como o quarto poder, atuando nas negociações internacionais.

Valente (2007) diferencia a diplomacia na mídia da diplomacia feita pela mídia. Na primeira, os jornalistas atuam em seu papel mais tradicional, cobrindo os fatos que na verdade estão sendo conduzidos pelos estrategistas. Na segunda, eles têm função semelhante à dos diplomatas, ao conduzirem

também os rumos das políticas externas.

Gilboa (2001) afirma que na diplomacia feita pela mídia os jornalistas atuarão como mediadores dos conflitos internacionais na fase de pré-negociação, quando ocorrerá uma análise sobre os pontos positivos e negativos da negociação.

Tanto Valente (2007) quanto Gilboa (2001) mencionam como exemplo de diplomacia feita pela mídia a que ocorreu na televisão americana em 1977, quando o jornalista Walter Cronkite, da rede de TV CBS, perguntou ao presidente egípcio Muammar Sadat se ele não gostaria de visitar Jerusalém, como forma de aprimorar as negociações com Israel. A resposta positiva do presidente egípcio levou a acordos de reaproximação diplomática entre os dois Estados.

Segundo Gilboa (2001), o modelo de diplomacia feita pela mídia tem quatro efeitos diferentes: iniciativa, motivação, ações e consequências. Iniciativa e motivação, segundo Valente (2007), referem-se a posições de quem inicia esse processo: se são os jornalistas agindo independentemente ou motivados por ideologias de agentes de política externa ou outras partes interessadas; ações se referem às formas como os jornalistas promovem essa interferência diplomática; e consequências são os efeitos produzidos pela ação no cenário internacional.

Considerações finais

Este trabalho analisou os efeitos dos modernos meios de comunicação e da imprensa sobre os assuntos de política externa e também a interferência desses novos meios na agenda internacional e na disputa pelo poder.

Concluiu-se que no atual cenário internacional a mídia pode ser considerada um ator de múltiplas faces, cujo semblante depende do contexto, do tipo de veículo e da própria direção do meio de comunicação.

Observou-se que a mídia pode ter cinco formas diferentes de atuação nas relações internacionais, dependendo dos atributos, dos tipos de atividades, dos contextos e dos conceitos. São elas: controladora, constrangedora, interventora, instrumental e conflituosa. Como controladora, a mídia torna-se atora influente na formulação de políticas relacionadas à defesa e às crises humanitárias. Como constrangedora, procura influenciar os líderes políticos a tomar determinadas decisões e a agir em curto prazo. Como interventora, atua como mediadora das negociações internacionais. Como instrumental, serve de ferramenta para mobilizar suporte e lograr acordos. Como conflituosa, atua como agente de disseminação de notícias causadoras de conflitos.

A diplomacia midiática surge, assim, como um novo conceito em busca de analisar os sistemas de comunicação usados na diplomacia pelos Estados e organismos internacionais, na tentativa de expressar e defender seus próprios interesses.

Este trabalho buscou sintetizar os três modelos analíticos de diplomacia midiática elaborados por Gilboa (2001): diplomacia pública, diplomacia feita na mídia e diplomacia feita pela mídia. Neste exame, detectamos que há nos três modelos exemplos atuais de como a mídia pode influenciar na política externa; no entanto, cada modelo determina uma forma própria de atuação e uma espécie diferente de relacionamento com o Estado.

Conclui-se, pois, que não se pode mais ignorar a mídia como fator de influência no campo das relações internacionais. Seja como instrumento de captação de poder, seja como ator diplomático, os meios de comunicação ganham espaço acadêmico nos estudos de Comunicação e Relações Internacionais, sendo este trabalho apenas um pequeno esboço teórico dos principais conceitos que permeiam as discussões político-científicas da atualidade.

Referências Bibliográficas

ARON, Raymond. *Paz e guerra entre as nações*. Brasília: Editora UnB: Ipri; São Paulo: Imprensa Oficial, 2002.

CAMARGO, Julia. *Ecos do fragor: a invasão do Iraque em 2003: a mídia internacional e a imprensa brasileira*. 2008. 142f. Dissertação (Mestrado em Relações Internacionais) – Instituto de Relações Internacionais, Universidade de Brasília, Brasília.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

GILBOA, Eytan. *American public opinion toward Israel and Arab-Israeli conflict*. Lexington: Lexington Books, 1987.

_____. Diplomacy in the media age: three models of uses and effects. *Diplomacy & Statecraft*, v. 12, n. 2, p. 1-28, 2001.

KEOHANE, Robert; NYE, Joseph. *Power and Interdependence*. Londres: Harper Collins, 1989.

MATTELART, Armand. *História da Sociedade da Informação*. São Paulo: Loyola, 2002.

MORIN, Edgar. A comunicação pelo meio (teoria complexa da comunicação). In: MARTINS, Francisco; SILVA, Juremir da. *A genealogia do virtual: comunicação, cultura e tecnologia do imaginário*. Porto Alegre: Sulina, 2004.

NYE, Joseph. *Cooperação e conflito nas relações internacionais*. São Paulo: Gente Editora, 2009.

ROTHKOF, David. Ciberpolitik: the changing nature of power in the Information Age. *Journal of International Affairs*, v. 51, 1998.

SOARES, Rodrigo. *Política externa e mídia em um Estado democrático: o caso brasileiro*. 2012. Tese (Doutorado em Relações Internacionais) – Instituto Rio Branco, Ministério das Relações Exteriores, Brasília.

VALENTE, Leonardo. *Política externa na Era da Informação*. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

Teatro Invisível: afetações na cidade por meio da arte

Invisible Theater: affections in the city through art

Patricia da Gloria Ferreira Gomes

Especialista em Mídia, Tecnologia da Informação e Novas Práticas Educacionais pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro e mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Resumo

O presente artigo tem como objetivo identificar se a encenação de uma peça de Teatro Invisível realizada em via pública, com o intuito de dar visibilidade a temas importantes ao debate público – como a violência contra a mulher, o racismo, a homofobia etc. –, consegue afetar a plateia transeunte, a ponto de abrir fendas na atitude *blasé* dos moradores da cidade e trazê-los para a discussão do assunto encenado. Para tal, tomou-se como objeto de estudo o trabalho desenvolvido na oficina de Teatro Invisível promovido entre os dias 26 e 28 de outubro de 2012, pelo Centro de Teatro do Oprimido, localizado no Rio de Janeiro.

Palavras-chaves: teatro; cotidiano; cidade; comunicação.

Abstract

This article has as its objective identify if the staging of a play of Invisible Theater played on a public way, with the aim to give visibility to themes important to public debate - such as, for example, the violence against women, racism, homophobia etc - can affect the passerby audience, to the point that it opens some cracks in city people's blasé attitude and then bring them to the discussion of the presented topic. For it, the work developed on the Invisible Theater, promoted from October 26th to October 28th in 2012, by Centro de Teatro do Oprimido (Oppressed Theater Center), located in Rio de Janeiro, became a study object.

Keywords: theater; day by day; city; communication.

Introdução

“O ato de transformar é transformador.”

Augusto Boal

181

Invisível é algo que não está à vista, mas não significa que não exista ou que seja uma construção da imaginação. Essa condição de invisibilidade pode se dar por falta de recursos (biológicos, técnicos etc.), como ver um átomo a “olho nu”, ou por escolha de não enxergar, como no caso da “invisibilidade pública” a que foram submetidos os garis, apontada por Fernando Barros da Costa (2008). E se coisas, objetos e até pessoas são ou foram colocados como invisíveis, não causa espanto o fato de também o serem algumas discussões e temas tratados ainda como “espinhosos” na sociedade, como a violência doméstica, as diferenças de gêneros, o racismo, o abuso de poder e a homofobia.

É como se a máxima popular de que “Política, religião e futebol não se discutem” fosse adotada com o acréscimo dos temas citados anteriormente (e outros tantos), sem com isso modificar o fechamento do ditado que é o de que “afinal, cada um tem o seu”. Desta forma, fica a impressão de que tudo é aceito e de que não é preciso discutir. E assim, com o aparente apaziguamento e distanciamento de temas controversos, cada um pode seguir tranquilamente seu caminho, porque a questão ou está resolvida ou simplesmente é do outro. Então para que deixá-la à mostra?

A resposta é: transmutar o social. É nisso que se fiam pessoas e grupos que pegam outro caminho e trabalham na perspectiva do fomento e da ampliação do debate, utilizando a arte como um instrumento político e um espaço de comunicação. Para isso, partem do entendimento de que temas como violência sexual e discriminação por classe econômica ou grau de estudo, além dos citados anteriormente, são de interesse de todos e que dar visibilidade a eles pode levar a uma mudança na sociedade. As ações que adotam são as mais variadas, como passeatas, abaixo-assinados e distribuição de material informativo, além de lançar mão dos meios de comunicação, seja para promover suas ações, seja para responder por elas. O que importa é deixar sempre à vista o debate.

E é da ação de dar visibilidade às questões que acabam sendo escondidas ou deixadas de lado que parte o interesse do presente trabalho. Em que medida tais iniciativas artísticas podem chamar a atenção das pessoas e provocar uma transmutação social? É possível que ocorra de fato alguma comunicação entre os artistas e a plateia? No contexto do trabalho, comunicação aparece no seu sentido mais elementar: na relação e no encontro com o outro, no estar-junto (MAFFESOLI, 1984), no espaço de mediação (MARTÍN-BARBERO, 2008).

Michel Maffesoli indica a base da comunicação composta por “microvalores éticos, religiosos, culturais, sexuais e produtivos (...)” (MAFFESOLI, 2009, p. 18). Desta forma, será que a arte, ao apresentar temas tabus ou pouco explorados no dia a dia, consegue “abalar a base”?

É importante frisar que a intenção aqui não é a de buscar dados quantitativos para cunhar um certificado de eficácia para tais ações, mas, sim, identificar se é possível ocorrer algum tipo de afetação no outro. Entre as diferentes manifestações artísticas que existem, optou-se pelo teatro, apostando na percepção de Felipe Campo Dall’Orto, em artigo publicado na *Revista Fênix*, de que a arte teatral “tem como particularidade a característica de ser uma arte efêmera, pois seu produto final não perdura no tempo, embora suas consequências persistam em cada indivíduo que o pratique” (DALL’ORTO, 2008, p. 15).

Como objeto de pesquisa, entre os grupos que desenvolvem trabalhos dessa forma, optou-se pela oficina de Teatro Invisível (TI), promovida entre os dias 26 e 28 de outubro de 2012, pelo Centro de Teatro do Oprimido, localizado no bairro da Lapa, no Rio de Janeiro. Tal escolha foi permeada por duas características. A primeira diz respeito ao fato de que o Teatro do Oprimido (TO) – desde que foi criado em 1970, pelo teatrólogo Augusto Boal – teve como meta tornar a linguagem teatral acessível a todos, estimulando por meio da arte o diálogo e a transformação da realidade social. Além disso, também difere das práticas teatrais tradicionais porque convoca as pessoas da plateia a assumirem seu papel como protagonistas das encenações e da vida, pois só assim será possível transformar a realidade:

A originalidade deste método e deste sistema consiste, principalmente, em três grandes transgressões:

1 – cai o muro entre o palco e a plateia: todos podem usar o poder da cena;

2 – cai o muro entre o espetáculo teatral e a vida real: aquele é uma etapa propedêutica desta;

3 – cai o muro entre artistas e não artistas: somos todos gente, somos humanos, artistas de todas as artes, todos podemos pensar por meios sensíveis – arte e cultura (BOAL, 2009, p. 185).

O segundo motivo surge a partir de uma provocação com a técnica de Teatro Invisível. Como a proposta deste trabalho é justamente compreender de que maneira as ações de dar visibilidade a temas que ficam escondidos consegue afetar as pessoas, fica a dúvida de como um teatro que é invisível consegue tal provocação. Como o nome da oficina sugere, há algo que não se deixa ver e, neste

caso, é a própria encenação, que acontece sem que seja percebida como tal pelo público. Com isto, os atores e o próprio teatro ficam invisíveis, mas não o tema que ele traz.

A metodologia aplicada para o desenvolvimento deste artigo foi a pesquisa de campo, sendo adotada a pesquisa participante (PERUZZO, 2011, p. 125-126). Para tal, a autora, sem deixar de se identificar como pesquisadora, se inscreveu na oficina e fez parte de todo o processo (curso e apresentação em área pública). Além do conceito chave de “atitude *blasé*”, do sociólogo Georg Simmel e outras referências bibliográficas, como a sobre o Teatro do Oprimido, serão utilizados depoimentos e relatos escritos das pessoas que também fizeram a oficina, disponibilizados no grupo Teatro Invisível-CTO Rio, aberto por uma das participantes na rede social Facebook para dar continuidade às discussões da oficina.

Cidade e cidadãos: palco, cenário e personagens

O corre-corre diário dos habitantes da cidade grande, mediado pelo *tic-tac* dos relógios dispostos em pulsos, paredes, postes ou internalizados, acaba por imprimir um ritmo que deixa pouco espaço para que se veja e aprecie a cidade. Como nos versos da música “Construção”, de Chico Buarque, “Agonizou no meio do passeio público/ Morreu na contramão atrapalhando o tráfego”, a cidade se veste de via expressa, e seus habitantes de transeuntes ligeiros. Não há tempo a perder. O percurso é feito com o objetivo matemático de sair do ponto A e alcançar o ponto B, de preferência o mais rápido possível. Pode-se ganhar tempo, mas perde-se o trajeto, a rua, a calçada, as construções e os demais pedestres.

Os problemas mais graves da vida moderna derivam da reivindicação que faz o indivíduo de preservar a autonomia e individualidade de sua existência em face das esmagadoras forças sociais, da herança histórica, da cultura externa e da técnica da vida (SIMMEL, 1973, p. 11).

E o preço disso é que o habitante da cidade ganha outros atributos, como o *blasé*, conceito cunhado por Georg Simmel, no qual segundo o autor:

A atitude *blasé* consiste no embotamento do poder de discriminar. Isto não significa que os objetos não sejam percebidos, como é o caso dos débeis mentais, mas antes que o significado e valores experimentados das coisas, e daí as próprias coisas, são experimentados como destituídos de substância. Elas aparecem à pessoa *blasé* num tom uniforme plano e fosco; objeto algum merece preferência sobre outro (SIMMEL, 1973, p. 16).

Com isso, são estabelecidas zonas de sombras nas quais eventualmente algo recebe o holofote da percepção, mas, ainda assim, sem aprofundamento. De acordo com o sociólogo alemão Georg Simmel, o estado *blasé*, mais do que uma indiferença crônica, funcionaria como uma espécie de campo protetor dos indivíduos da cidade, em virtude do excesso de estímulos visuais, físicos e afetivos a que eles estão sujeitos.

A atitude espiritual dos habitantes da cidade grande uns com os outros poderia ser denominada, do ponto de vista formal, como reserva. Se o contato exterior constante com incontáveis seres humanos devesse ser respondido com tantas quantas reações interiores – assim como na cidade pequena, na qual se conhece quase toda pessoa que se encontra e se tem uma reação positiva com todos –, então os habitantes da cidade grande estariam completamente atomizados interiormente e cairiam em um estado anímico completamente inimaginável (SIMMEL, 2005, p. 582).

Isto é, para preservar sua autonomia e individualidade e para não ser achapado por toda a sorte de acontecimentos da cidade, adota-se um “estar/ser” em equilíbrio construído a partir da invisibilidade de temas e até de outros indivíduos, que demandariam muito esforço físico e mental para serem tratados. “O vácuo também é uma modalidade do ser. É possível aninhar-se nele, acomodar-se preguiçosamente e, assim, proteger-se da angústia do tempo que passa” (MAFFESOLI, 2007, p. 179).

Entretanto, apesar do *blasé* ser uma característica perceptível nos moradores citadinos, não se deve perder de vista que este é apenas um dos aspectos da cidade e de seus habitantes. O espaço urbano é constituído por uma pluralidade de práticas cotidianas e tipos de sujeitos: “Ao contrário dos fantasmas de unificação e redução que constituem o objeto teórico e do estadista, a vida social é fragmentada e totalmente plural” (MAFFESOLI, 1984, p. 11).

Desta forma, há também diversas maneiras pelas quais os cidadãos se comunicam entre si e inúmeras formas de se expressarem:

A socialidade não é construída apenas com normas e regras institucionais formais, mas também por uma “centralidade subterrânea” informal, que assegura o compartilhar e o viver social. Assim, o mundo vivido mantém um espaço de liberdade institucional, mantém um espaço de criação, de profanação do instituído (FERNANDES, 2009, p. 94-95).

E é justamente nessa socialidade que não segue apenas normas, nem que é completamente indiferente ao que acontece ao redor, que a arte praticada em espaços como a rua encontra o terreno fértil para se realizar.

Em primeiro lugar, se é verdade que existe uma ordem espacial que organiza um conjunto de possibilidades (por exemplo, por um local onde é permitido circular) e proibições (por exemplo, por um muro que impede de prosseguir), o caminhante atualiza algumas delas. Deste modo, ele tanto as faz ser como aparecer (CERTEAU, 1994, p. 177-178).

Nesse sentido, a arte também é capaz de organizar um “conjunto de possibilidades”, já que um dos atributos pertinentes à arte é o de afetar. As pessoas em contato com uma manifestação artística – seja pintura, escultura, dança, música, teatro etc. – não saem indiferentes. Elas podem gostar ou detestar, se comover ou sentir repulsa, sair da experiência com a sensação de terem entendido tudo ou de não terem entendido nada.

A arte trabalha no campo das emoções, dos sentidos e, quando é praticada em via pública, pode possibilitar uma mudança na rotina do lugar e fazer com que, mesmo por uns instantes, o morador da cidade reduza a marcha da sua caminhada.

As aventuras a que a arte e a cidade dão lugar possibilitam distintas formas de percepção e de intervenção na realidade, formas essas que poderão propiciar o surgimento dos elementos de “escape”, que constituam o que Deleuze chamou de “linhas de fuga”. Fugir aí, porém, não será sair do mundo, antes, será algo mais ativo: “fazer fugir”, criar brechas nas modelizações dominantes, nas cristalizações e codificações que caracterizam nossas sociedades, “fazer algo escapar, fazer um sistema vaziar” (GONÇALVES; ESTRELLA, 2007, p. 108).

Dentro desta aventura entre a arte e a cidade, o teatro é uma das manifestações artísticas que mais se adaptam ao espaço urbano, como destaca o teatrólogo e fundador do Grupo Tá na Rua,¹ Amir Haddad: “Eu acho que o teatro é visceralmente da cidade” (KOSOVSKI, 2009). Tal declaração faz todo o sentido quando se retoma a origem do teatro e verifica-se que, desde o princípio, ele teve como palco o campo aberto e a praça pública, já desde o século 6 A.

C., na Grécia. E, ainda hoje, as diversas apresentações teatrais que ocorrem nas ruas servem como prova dessa íntima ligação do teatro com a cidade e de sua característica de manifestação popular, como destacam Denise Siqueira e Roberta Alves:

Muitas vezes lembrado como forma de entretenimento e veículo de informação voltado apenas para quem pode pagar pelo ingresso, o teatro também pode ser pensado como um meio popular e de fácil acesso, pois tem a possibilidade de acontecer em locais outros que o espaço cênico convencional e adaptar-se a condições oferecidas por espaços populares (SIQUEIRA; ALVES, 2008, p. 65).

Mas a concorrência com os elementos do próprio espaço público faz com que a tarefa do artista que se apresenta na rua (isso serve para qualquer dos tipos de manifestação artística) não seja lá muito fácil:

O espaço teatral oferece a proteção do ritual cênico – ou das convenções – por mais experimental que o trabalho apresentado possa ser: compra de ingresso, campanha para avisar quando o espetáculo vai começar, luzes que se apagam, silêncio, expectativa. Na rua, todo o trabalho corporal, toda a técnica vão concorrer com o barulho urbano, outras luzes, buzinas, passantes com pouco tempo, pessoas sem nenhum contato com artes cênicas e que não assistem ao espetáculo completo, começam a assisti-lo quando passam pelo local, já na metade, por vezes (SIQUEIRA, 2008, p. 9).

Para além da sua capacidade em se adaptar a diferentes espaços, outra característica que faz com que o teatro seja capaz de atrair a atenção das pessoas e mexer em seu ritmo constante de vida é o fato de que os temas apresentados se referem ao cotidiano, às próprias pessoas. Nesse sentido, a arte se configura como um espaço de comunicação real, pois há troca. Não à toa ocorre a identificação e empatia do público com a encenação e os personagens, uma vez que, nas palavras de Michel Maffesoli, a vida em si já seria uma grande peça de teatro:

Do “bom dia” banal às discussões acadêmicas mais elaboradas, das frases anódinas que pontuam nossas ações de todos os dias às trocas afetivas que constituem a qualidade da existência, o ritual teatral (a etiqueta) opera, permitindo a comunicação, a troca, isto é permitindo o ser social (MAFFESOLI, 1984, p. 134).

Desta forma, mesmo a plateia formada por transeuntes – que, em tese, não se prepararam para ir ao teatro – assiste e se reconhece nos diálogos e nas situações elaboradas pelos atores. “O verdadeiro teatro é, portanto, o da cotidianidade, podendo, por isso, servir de reservatório e modelo a formas mais específicas como o drama, a comédia ou outras expressões artísticas do dado social” (MAFFESOLI, 1984, p. 136).

Como já exposto por Denise Siqueira e Renata Alves, “no universo da arte contemporânea há espaço para diversas intenções artísticas e o artista não precisa fazer resistência, ‘levantar bandeiras’ ou transmitir mensagens – mas pode fazê-lo” (SIQUEIRA; ALVES, 2008, p. 64). E grupos como o Teatro do Oprimido fizeram esta opção e trabalham com questões também presentes no dia a dia, mas que muitas vezes são deixadas de lado, como as desigualdades sociais, o racismo e a homofobia.

“Com efeito, é nos bastidores da existência que encontramos a verdadeira mola propulsora de tudo o que é” (MAFFESOLI, 2007, p. 17). Assim, ao dar visibilidade a temas como os citados anteriormente, mais do que entreter e possibilitar um espaço de afinidade, a peça teatral funciona como um instrumento que pode ser capaz de provocar uma fenda na carapaça *blasé* de quem assiste a ela, ainda mais quando é realizada em um espaço como a rua e quando menos o cidadão espera.

Teatro Invisível: a oficina

A técnica do Teatro do Invisível foi criada na década de 1970 pelo teatrólogo e criador do Teatro do Oprimido, Augusto Boal, durante seu período de exílio na Argentina. Na época, a repressão chegou a um ponto em que inclusive foi proibido fazer teatro, principalmente o que tinha cunho político ou que fosse suspeito de ir contra a ordem vigente. A saída encontrada por Boal foi a de fazer teatro sem que se soubesse que era teatro, mas trazendo à tona para a discussão assuntos relegados à sombra, como as desigualdades sociais, que faziam com que alguns cidadãos argentinos passassem fome, ou até a própria ditadura.

Boal, no livro *Teatro do Oprimido e outras poéticas políticas* (2011), conceitua a técnica como:

A representação de uma cena em um ambiente que não seja o teatro, e diante de pessoas que não sejam espectadores. O lugar pode ser um restaurante, uma fila, uma rua, um mercado, um trem etc. As pessoas que assistem à cena serão as pessoas que aí se encontrem acidentalmente.

Durante todo o “espetáculo”, essas pessoas não devem sequer desconfiar de que se trata de um espetáculo, pois se assim fosse, imediatamente se transformariam em “espectadores” (BOAL, 2011, p. 218-219).

Seguindo essa proposta, foi realizada a Oficina do Teatro Invisível, no Centro de Teatro do Oprimido, entre os dias 26 a 28 de outubro de 2012. O grupo foi formado por dois Curingas (técnicos artístico-pedagógicos responsáveis por formar grupos, ministrar oficinas e realizar atividades relacionadas à produção cultural de um trabalho artístico), Helen Sarapect e Olivar Bendelak, e 19 participantes, dos quais a maior parte já conhecia e praticava a metodologia do Teatro do Oprimido –o restante só conhecia o TO na teoria. Nenhum dos participantes havia praticado ainda o Teatro Invisível. O curso seguiu a seguinte estrutura diária: 1) conversa com troca de impressões sobre a oficina; 2) parte teórica; 3) parte prática; e 4) conversa com troca de impressões sobre a oficina.

Os Curingas, na parte teórica da oficina, apresentaram a história da criação do conjunto de técnicas que forma a filosofia e a metodologia do TO (Jogos, Teatro Imagem, Teatro Jornal, Teatro Legislativo, Teatro Fórum, Arco-íris do Desejo, Teatro Invisível, Ações Diretas, entre outras).

Durante a parte prática, foi realizada uma série de jogos com o objetivo de “desmecanizar” o corpo, os ouvidos e o pensamento. Esses exercícios são importantes porque fazem com que os participantes saiam do estado de repouso em que se encontram e voltem a estar atentos às sensações que, rotineiramente, são esquecidas ou “naturalizadas”. Assim, a primeira ação contra a atitude *blasé* do morador da cidade acontece com os participantes. Num segundo momento, foram aplicados os Jogos de Imagem e Criação de Personagem (JICP), que introduziram os participantes na prática do teatro.² Por meio de várias dinâmicas, foram sendo ensinados conceitos como caracterização de personagens e improvisação de histórias.

Como esta oficina foi de curta duração, já no segundo dia iniciamos a discussão sobre a peça que seria encenada em praça pública. A proposta era que fosse trazida uma situação de opressão que poderia acontecer em qualquer lugar. Em grupo, foram pré-selecionados dois temas para se trabalhar: violência contra a mulher e homofobia, mas apenas um seria escolhido. A turma foi dividida em dois grupos, cada um com um tema sobre o qual se prepararia uma peça. Depois, as duas propostas foram apresentadas, e a da homofobia foi a escolhida, por estar melhor trabalhada cenicamente, com os personagens mais bem definidos e caracterizados e a situação de opressão mais clara.

O terceiro e último dia foi dedicado ao ensaio e à apresentação da peça, que, em linhas gerais, seguia o seguinte roteiro: um casal de namoradas estava no parque, praticando exercícios de ioga, quando dois amigos começam a paquerar as meninas. Elas não dão atenção e, quando eles percebem que elas são namoradas, começam a ofendê-las. Um casal hetero de meia-idade percebe o que está acontecendo e começa também a discutir com as meninas, dizendo que é errado elas serem namoradas. Como a proposta do Teatro Invisível não é só “causar um agito”, mas trazer para a visibilidade assuntos pouco discutidos e embasar a discussão, também entraria um participante colhendo assinaturas para apoio à lei contra a homofobia. Os demais participantes, que não iriam encenar um dos seis personagens anteriormente descritos, atuariam como “aquecedores”, isto é, se infiltrariam entre o público e também chamariam atenção para a cena.

O local escolhido para servir de palco foi o parque do Aterro do Flamengo, nos fundos do Museu de Arte Moderna, e aconteceria cerca de uma hora antes apresentação da remontagem da peça *Romeu e Julieta*, do Grupo Galpão. Desta forma, não se correria risco de ir para um lugar que não tivesse público. Depois de demarcado o espaço em que a cena iria transcorrer, os participantes foram tomando seus lugares.

Quando a invisibilidade afeta

A cena foi transcorrendo conforme o combinado. No momento em que começou a discussão entre os dois amigos e o casal de meninas, foi possível perceber as reações nos grupos de pessoas que estavam aproveitando o dia de sol no parque do Flamengo. Contudo, o que mais saltou aos olhos foi a esperada atitude *blasé*. As pessoas paravam um instante, olhavam para a cena e voltavam a conversar com seus amigos. Tal atitude não mudou, nem mesmo quando entrou o casal hetero, com um discurso moralista de que aquilo estava errado. Aqui, verificou-se a atitude *blasé*, como apontada por Simmel, que está presente nessa incapacidade de:

Reagir aos novos estímulos com uma energia que lhes seja adequada é precisamente aquele caráter *blasé*, que na verdade se vê em todo filho da cidade grande, em comparação com as crianças de meios mais tranquilos e com menos variações (SIMMEL, 2005, p. 581).

Como o Teatro Invisível (TI) é feito para tirar as pessoas da zona de conforto, entraram em cena os “aquecedores”, que misturados no meio do público, chamaram a atenção para o que estava acontecendo e instigaram a discussão. Aí a cena mudou. Grupos de amigos que estavam apenas como “plateia” entraram em cena e

começaram a dar suas opiniões, dialogando diretamente com os personagens, que tinham de permanecer no papel: “Eu gostei da experiência. O resultado foi ótimo. Foi bem difícil o confronto com a galera revoltada com a gente, mas o Leonam mandou bem e eu fui na dele!” (Jefferson/personagem: rapaz).

Quando entrou o participante colhendo assinaturas de apoio à lei contra a homofobia, as pessoas que já estavam na discussão prontamente foram assinar, e outras que só observavam a distância a cena também, como se constata no relato de uma das participantes:

Eu fiquei entre as árvores, olhando a cena diagonalmente, por trás. Tinha um grupo de jovens tocando violão, um casal com bebê, um outro casal, e a Cleusa (aquecedoras) estava por perto. Na hora do abaixo-assinado, todos foram apoiadores [...], uma jovem perguntou o que tinha acontecido e, após meu relato, também foi apoiadora (Graciela/aquecedora).

A participação das pessoas da plateia contribui para demonstrar que o campo de ação do TI não se restringe ao espaço onde ocorre a encenação com os personagens principais. Como os “aquecedores” estão infiltrados no público, é possível também perceber que por mais que algumas pessoas não entrem diretamente na discussão, elas também são afetadas pela situação e passam a refletir sobre a questão.

Eu fiquei ao lado de um rapaz que lia a *Folha Universal*,³ acreditando que daria um bom diálogo. Foi interessante, pois uma jovem senhora viu nossa conversa e se juntou a nós. [...] Ele falou que as pessoas têm livre-arbítrio, e a senhora começou o discurso falando de liberdade, de que ali era um local público, e a conversa encaminhou pra velha história dos limites: “Mas veja bem... tem homossexuais que passam dos limites.” Questionando sobre limites, ela me fala: “Por exemplo, se fosse num restaurante e eu estivesse com minha filha, eu não gostaria.” Continuamos a conversa os três, discutindo limites, liberdade e direitos, e acredito que foi transformador para nós três (Leoana/aquecedora).

A percepção de transformação que ocorre também nos participantes evidencia que a força da metodologia do Teatro do Oprimido, de modo geral, e mais especificamente a do Teatro Invisível, ultrapassa a questão pedagógica de se aprender apenas a técnica de uma manifestação artística:

Foi extremamente realizador viver tal experiência, sempre tive vontade de fazer este tipo de trabalho, direto, objetivo e, é claro, político. Ficava entusiasmado lendo os relatos das experiências de Invisível do Boal em outros países. Já estou formando um grupo e conceituando para entrar em atividade com este tipo de performance. Na verdade, descobri no Boal a teoria do que eu já imaginava enquanto prática, mas não sabia como estruturar. O Teatro do Oprimido está me dando muitas respostas e assim me dando finalmente um chão firme e fértil para caminhar neste nosso devir social e artístico (Leonam/rapaz).

Considerações finais

A vida na cidade grande, na metrópole, é cercada por luzes, condições das mais variadas e a sensação de estar no lugar onde as coisas acontecem, onde a tecnologia chega primeiro. Nada disso é mentira, mas o que vem junto a tais elementos é um modo de vida urbano (o *blasé*), que acaba sendo aprendido e apreendido pelos moradores da cidade. Com isso, o morador da cidade consegue caminhar por ela sem se deixar afetar.

191

Por um lado, a vida torna-se infinitamente mais fácil, na medida em que estímulos, interesses, preenchimentos de tempo e consciência se lhe oferecem de todos os lados e a sugam em uma corrente na qual ela praticamente prescinde de qualquer movimento para nadar (SIMMEL, 2005, p. 588).

Assim, interioriza-se, por exemplo, que é preciso correr para o trabalho, para o curso, para a aula de ginástica; que a felicidade pode estar no aparelho eletrônico de última geração, que o modelo do carro que se tem diz muito a respeito de quem se é, que em “briga de marido e mulher ninguém mete a colher”, e até quais são os livros, filmes e CDs que se devem consumir. “E muitas vezes, quando julgamos estar expressando nossas próprias ideias, somos apenas porta-vozes, figurantes de um vasto *‘theatrum mundi’* de dimensões infinitas” (MAFFESOLI, 2007, p. 179).

Contudo, não se pode esquecer que a vida urbana é complexa. Se há espaço para o desenvolvimento do indivíduo *blasé*, é também na cidade e com seus habitantes que se desenvolvem ações capazes de possibilitar uma saída, como expressa Fernandes:

É justamente na vida cotidiana que observamos rupturas, que observamos o quanto há necessidade de não reprodução, da fuga da mesmice, que observamos momentos de transgressão, de ousadia, de atrevimento, de descobertas e de invenções. É na vida cotidiana que podemos observar a emergência de novas alternativas culturais (FERNANDES, 2009, p. 89).

O Teatro do Oprimido, como outros grupos, também é fruto desta metrópole, mas utiliza a arte como ferramenta de promoção do diálogo (espaço de comunicação) e transformação social, atuando no sentido de dar visibilidade a temas postos à sombra ou pouco discutidos. Desta forma, ao realizar suas ações, principalmente em via pública, provoca uma parada na correria do dia a dia e possibilita que os moradores da cidade saiam do estado de aparente letargia, como pôde ser observado na apresentação do Teatro Invisível.

A força cênica do Teatro Invisível (TI) mostrou-se tão intensa que mesmo depois que os personagens principais foram embora, era possível notar que continuavam conversas espaçadas pelo parque. E é exatamente isso que enriquece esse tipo de ação. A proposta do TI não é aproveitar que seus atores estão “invisíveis” para tentar convencer as pessoas a serem a favor ou contra o tema da cena, por isso a encenação não engana, já que não induz a escolha desta ou daquela postura diante da situação. O objetivo central é conseguir afetar os espectadores, tirar as pessoas da indiferença, fazer com que elas consigam debater e dar suas opiniões, percebendo que o que está em discussão também diz respeito a elas. Por isso o que realmente deve estar visível é o tema encenado.

Mais do que operar como um momento de catarse – que no teatro funciona como uma descarga de energia e de sensações que o público sente, a partir da encenação dos atores –, o Teatro Invisível (assim como toda a metodologia do Teatro do Oprimido) desenvolve seu trabalho no sentido de as pessoas, onde estiverem, se apropriem das discussões postas ou não em visibilidade, mas que estão intimamente ligadas ao cotidiano de todos. Desta forma, também os moradores da cidade podem se tornar protagonistas da própria vida e trabalharem no processo de transformação social. “O espetáculo é o início de uma transformação social necessária e não um momento de equilíbrio e repouso. *O fim é o começo!*” (BOAL, 2011, p. 19).

Referências bibliográficas

- BOAL, Augusto. *Teatro do Oprimido e outras poéticas políticas*. 11. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.
- _____. *O teatro como arte marcial*. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.
- _____. *Estética do Oprimido*. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.
- CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: artes de fazer*. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 1994.
- COSTA, Fernando Braga da. *Moisés e Nilce: retratos biográficos de dois garis*. Um estudo de psicologia social a partir de observação participante e entrevista. 2008. 403 f. Tese (Doutorado em Psicologia) – Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo, São Paulo. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/47/47134/tde-09012009-154159/publico/costafernando_do.pdf>.
- DALL'ORTO, Felipe Campo. O Teatro do Oprimido na formação da cidadania. *Fênix: Revista de História e Estudos Culturais*, ano 5, v. 5, n. 2, abr./jun. 2008. Disponível em: <http://www.revistafenix.pro.br/PDF15/Artigo_03_ABRIL-MAIO-JUNHO_2008_Felipe_Campo_Dall_Orto.pdf>.
- FERNANDES, Cíntia SanMartin. *Socialidade, comunicação e política: a experiência estético-comunicativa da Rede MIAC na cidade de Salvador*. Rio de Janeiro: E-papers. 2009.
- GONÇALVES, Fernando; ESTRELLA, Charbelly. Comunicação, arte e invasões artísticas na cidade. *Logos*, ano 14, n. 26, p. 98-110, jan./jun. 2007.
- KOSOVSKI, Lidia. Entrevista Amir Haddad. *O Percevejo On-line*, v. 1, n. 1, jan./jun. 2009. Disponível em: <<http://www.seer.unirio.br/index.php/opercevejoonline/article/viewFile/508/431>>.
- MAFFESOLI, Michel. *A conquista do presente*. Rio de Janeiro: Rocco, 1984.
- _____. *O ritmo da vida: variações sobre o imaginário pós-moderno*. Rio de Janeiro: Record. 2007.
- _____. *O mistério da conjunção: ensaios sobre comunicação, corpo e socialidade*. Porto Alegre: Sulina. 2009.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 5. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.
- PERRUZZO, Cecília Maria Krohling. Observação participante e pesquisa-ação. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). *Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação*. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2011. p. 125-145.
- SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira. Dança na rua: arte como representação e comunicação na cidade. In: XXXI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2008, Natal. *Anais...* Natal: UFRN.

_____; ALVES, Roberta de Souza Arcoverde. Corpos, utopias: dança e teatro como alternativas de comunicação e cidadania. *Em Questão*, Porto Alegre, v. 14, n. 1, p. 63-77, jan./jun 2008.

Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/view/2213/3526>>. Acesso em: 24 out. 2012.

SIMMEL, Georg. A metrópole e a vida mental. In: VELHO, Otávio Guilherme (Org.). *O Fenômeno urbano*. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1973. p. 11-15.

_____. As grandes cidades e a vida do espírito (1903). *Mana*, v. 11, n. 2, p. 577-591, 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/mana/v11n2/27459.pdf>>. Acesso em: 6 nov. 2012.

NOTAS

1 Informações sobre o Tá na Rua podem ser conferidas no sítio oficial do grupo: <www.tanarua.com.br>.

2 Cabe frisar que o Teatro do Oprimido não é algo anárquico, sem regras. Pelo contrário, são adotadas várias marcações do teatro convencional (como a delimitação do espaço cênico, a caracterização dos personagens, a elaboração do cenário etc.). Contudo, o TO rompe de vez com a separação entre palco e plateia ao trabalhar com a lógica de que todas as pessoas são naturalmente atores. Com isso, devem assumir o papel de protagonistas das suas vidas, lutando contra a opressão que sofrem.

3 Jornal semanal produzido pela Igreja Universal do Reino de Deus.