

**Marcelo Pereira da Silva
(Organizador)**



**Produção,
Comunicação
e Representação
do Conhecimento
e da Informação**

Atena
Editora

Ano 2020

**Marcelo Pereira da Silva
(Organizador)**



**Produção,
Comunicação
e Representação
do Conhecimento
e da Informação**

Atena
Editora

Ano 2020

2020 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do Texto © 2020 Os autores

Copyright da Edição © 2020 Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação: Geraldo Alves

Edição de Arte: Lorena Prestes

Revisão: Os Autores



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Profª Drª Denise Rocha – Universidade Federal do Ceará
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie di Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste
Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná

Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Fágner Cavalcante Patrocínio dos Santos – Universidade Federal do Ceará
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Profª Drª Lina Raquel Santos Araújo – Universidade Estadual do Ceará
Prof. Dr. Pedro Manuel Villa – Universidade Federal de Viçosa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Profª Drª Talita de Santos Matos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Tiago da Silva Teófilo – Universidade Federal Rural do Semi-Árido
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. André Ribeiro da Silva – Universidade de Brasília
Profª Drª Anelise Levay Murari – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Profª Drª Eleuza Rodrigues Machado – Faculdade Anhanguera de Brasília
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Ferlando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Igor Luiz Vieira de Lima Santos – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Mylena Andréa Oliveira Torres – Universidade Ceuma
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federaci do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Paulo Inada – Universidade Estadual de Maringá
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Alexandre Leite dos Santos Silva – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Eduardo Sanches de Andrade – Universidade Federal de Goiás
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcelo Marques – Universidade Estadual de Maringá
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Msc. Adalberto Zorzo – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
Prof. Dr. Adailson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Profª Msc. Bianca Camargo Martins – UniCesumar
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Msc. Cláudia de Araújo Marques – Faculdade de Música do Espírito Santo
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Profª Msc. Dayane de Melo Barros – Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Edwaldo Costa – Marinha do Brasil
 Prof. Msc. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita
 Prof. Msc. Gevair Campos – Instituto Mineiro de Agropecuária
 Prof. Msc. Guilherme Renato Gomes – Universidade Norte do Paraná
 Prof^a Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
 Prof. Msc. José Messias Ribeiro Júnior – Instituto Federal de Educação Tecnológica de Pernambuco
 Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
 Prof^a Msc. Lilian Coelho de Freitas – Instituto Federal do Pará
 Prof^a Msc. Liliani Aparecida Sereno Fontes de Medeiros – Consórcio CEDERJ
 Prof^a Dr^a Lívia do Carmo Silva – Universidade Federal de Goiás
 Prof. Msc. Luis Henrique Almeida Castro – Universidade Federal da Grande Dourados
 Prof. Msc. Luan Vinicius Bernardelli – Universidade Estadual de Maringá
 Prof. Msc. Rafael Henrique Silva – Hospital Universitário da Universidade Federal da Grande Dourados
 Prof^a Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
 Prof^a Msc. Solange Aparecida de Souza Monteiro – Instituto Federal de São Paulo
 Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
 (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)**

P964 Produção, comunicação e representação do conhecimento e da informação [recurso eletrônico] / Organizador Marcelo Pereira da Silva. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2020.

Formato: PDF
 Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader
 Modo de acesso: World Wide Web
 Inclui bibliografia
 ISBN 978-65-81740-14-6
 DOI 10.22533/at.ed.146201302

1. Comunicação social. 2. Computadores e civilização.
 3. Tecnologia da informação. I. Silva, Marcelo Pereira da.

CDD 303.483

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

Atena Editora
 Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

Esta obra joga luz sobre questões cruciais para a composição e consolidação dos estudos da comunicação, da representação do conhecimento e da informação, perfilando por plurifacetados universos da memória cultural, cultura informacional, mediação, sociedade de consumidores, ontologia da linguagem, design thinking, organizações, transformação social, mobilização, big data, Fake News, teoria da complexidade, etc.

A comunicação, insistimos, corresponde a processos humanos que devem ser permeados pelo diálogo, pela colaboração, pela cocriação, pelo respeito, pela afeição e pela coabitação; por outro lado, possui uma vertente técnica e tecnológica cuja necessidade é primordial para o funcionamento e a dinamização das sociedades, das relações, das conexões e da cotidianidade social em um mundo midiaticizado no qual as dimensões humanas e tecnológicas provocam o nascedouro de pesquisas e estudos acerca das possibilidades, dos desafios, das oportunidades e dos efeitos colaterais de um tempo em que realidade on-line e off-line, muitas vezes, se confunde. Aos pesquisadores cabe a responsabilidade de responder por meio da investigação teórica e aplicada, aos problemas, dilemas e carências sociais ligados à comunicação, conhecimento e informação.

Nesse sentido, o e-book “Produção, Comunicação e Representação do Conhecimento e da Informação” enleia-se à urgência de se situarem esses campos num contexto social, econômico, político, cultural e ideológico que nos convida a (re) pensar as condições de produção e circulação de informações, o papel ambivalente das redes sociais virtuais, as imbricações das ciências da informação com outras áreas do saber, as atitudes, necessidades, os discursos e os comportamentos do sujeito contemporâneo, considerando a multidisciplinaridade/Interdisciplinaridade/transdisciplinaridade da Comunicação social.

É muito relevante para a pesquisa em comunicação, informação e áreas afins se aventarem hipóteses, se criarem objetivos e se estudarem as configurações da sociedade, reconhecendo a urgência da comunicação no oceano de informações/conteúdos propiciados pelos efeitos da midiatização pós-moderna. Autores de importantes instituições públicas e privadas de ensino e pesquisa do Brasil apresentam eficientes investigações por meio de arcabouços teórico, metodológico, empírico, analítico e reflexivo que estruturam e cimentam a temática central deste e-book.

Marcelo Pereira da Silva

SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| CAPÍTULO 1 | 1 |
| CULTURA PARTICIPATIVA E A AÇÃO DOS FÃS NA PRESERVAÇÃO DA MEMÓRIA CULTURAL ATRAVÉS DA INTERNET | |
| Márcio Renan Correa Rabelo Lilian Cristina Monteiro França | |
| DOI 10.22533/at.ed.1462013021 | |
| CAPÍTULO 2 | 17 |
| A CULTURA INFORMACIONAL COMO BASE PARA A MEDIAÇÃO DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL | |
| Sara Barbosa Gazzola Luana Maia Woida | |
| DOI 10.22533/at.ed.1462013022 | |
| CAPÍTULO 3 | 30 |
| MEDIAÇÃO CULTURAL: PRODUÇÃO CIENTÍFICA NA CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO NO BRASIL | |
| Alessandro Rasteli | |
| DOI 10.22533/at.ed.1462013023 | |
| CAPÍTULO 4 | 43 |
| BENEFÍCIOS DO DESIGN THINKING NA FORMAÇÃO DE BIBLIOTECÁRIOS INOVADORES | |
| Isaac Brito Roque David Vernon Vieira | |
| DOI 10.22533/at.ed.1462013024 | |
| CAPÍTULO 5 | 51 |
| ORGANIZAÇÕES NÃO GOVERNAMENTAIS E REDES SOCIAIS: UM ESTUDO NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO | |
| Anthone Mateus Magalhães Afonso Sérgio Inácio Da Rosa Wania Regina Coutinho Gonzalez | |
| DOI 10.22533/at.ed.1462013025 | |
| CAPÍTULO 6 | 68 |
| MEMÓRIA SOBRE A MOBILIZAÇÃO DA REDE SOCIAL NA COMUNIDADE DE TRÊS CARNEIROS – PERIFERIA DO RECIFE | |
| Wilson Nauricio Miranda de Albuquerque | |
| DOI 10.22533/at.ed.1462013026 | |
| CAPÍTULO 7 | 85 |
| UM OLHAR ENTRE BIG DATA E TEORIA DA COMPLEXIDADE: ESTUDOS HISTÓRICO-EPISTEMOLÓGICOS | |
| Mariana Rodrigues Gomes de Mello Marta Lígia Pomim Valentim | |
| DOI 10.22533/at.ed.1462013027 | |

| | |
|---|------------|
| CAPÍTULO 8 | 96 |
| IMPACTO DA ONTOLOGIA DA LINGUAGEM NA GERAÇÃO DE PENSAMENTO CRÍTICO A RESPEITO DO PAPEL DOS PROFISSIONAIS E DOS USUÁRIOS DAS UNIDADES DE INFORMAÇÃO | |
| <p>Ana Cristina Carneiro dos Santos Lillian Maria Araújo de Rezende Alvares</p> | |
| DOI 10.22533/at.ed.1462013028 | |
| CAPÍTULO 9 | 110 |
| FERRAMENTAS DE GESTÃO DO CONHECIMENTO APLICADAS EM ORGANIZAÇÕES DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA: UM ESTUDO EM ÓRGÃOS PÚBLICOS DE JOÃO PESSOA | |
| <p>Jacqueline Echeverría Barrancos Tereza Evâny de Lima Renôr Ferreira</p> | |
| DOI 10.22533/at.ed.1462013029 | |
| CAPÍTULO 10 | 122 |
| DISCURSO CIRCULANTE E MERCANTILIZAÇÃO DA FELICIDADE: COMUNICADOR E TRABALHO EM UM MUNDO DE CONSUMIDORES | |
| <p>Ana Maria Dantas de Maio Marcelo Pereira da Silva</p> | |
| DOI 10.22533/at.ed.14620130210 | |
| CAPÍTULO 11 | 139 |
| UM ESTUDO BIBLIOGRÁFICO SOBRE AS FAKE NEWS NO ÂMBITO DA SAÚDE | |
| <p>Cristina de Fátima de Oliveira Brum Augusto de Souza Lucas Capita Quarto Ademir Hilário de Souza Fábio Luiz Fully Teixeira Fernanda Castro Manhães José Fernandes Vilas Netto Tiradentes</p> | |
| DOI 10.22533/at.ed.14620130211 | |
| CAPÍTULO 12 | 146 |
| FINANCIAMENTO COLETIVO ONLINE PARA POTENCIALIZAR AS LEIS DE INCENTIVO FISCAL: UM MODELO DE CULTURA PARTICIPATIVA | |
| <p>Larissa Gaspar Coelho Pinto Maria José Baldessar</p> | |
| DOI 10.22533/at.ed.14620130212 | |
| SOBRE O ORGANIZADOR..... | 161 |
| ÍNDICE REMISSIVO | 162 |

CULTURA PARTICIPATIVA E A AÇÃO DOS FÃS NA PRESERVAÇÃO DA MEMÓRIA CULTURAL ATRAVÉS DA INTERNET

Data de aceite: 27/01/2020

Márcio Renan Correa Rabelo

Mestre em Comunicação – PPGCOM/UFS.

E-Mail: marciorenancr@gmail.com..

Lilian Cristina Monteiro França

Doutora em Comunicação e Semiótica. Pós-Doutora IFCH/UNICAMP. E-mail: liliancmfranca@uol.com.br.

RESUMO: O presente estudo tem por objetivo investigar as possibilidades de preservação da memória cultural através da internet, considerando a perspectiva de uma cultura participativa. A análise foi realizada com base numa netnografia, nos termos propostos por Kozinets (1997), estruturando-se em quatro fases: Entrée cultural; Coleta e análise de dados; Ética de pesquisa; Feedback e checagem de informações. A pesquisa toma como base a história de um dos personagens da música romântica brasileira do período de 1960-1970, em especial a trajetória do cantor José Augusto “Sergipano”, morto precocemente em um acidente (1981,) mas cuja presença em plataformas digitais: sites, blogs e redes sociais, particularmente o YouTube, vem sendo assegurada pela ação dos fãs.

PALAVRAS-CHAVE: Memória Cultural. Cultura Participativa. Netnografia.

ABSTRACT: The present study aims to investigate the possibilities of preserving cultural memory through the internet, considering the perspective of a participatory culture. The analysis was carried out based on a netnography, in the terms proposed by Kozinets (1997), structured in four phases: Entrée cultural; Data collection and analysis; Research ethics; Feedback and checking of information. The research is based on the story of one of the characters of the Brazilian romantic music of the 1960-1970 period, in particular the trajectory of the singer José Augusto “Sergipano”, who died early in an accident (1981) but whose presence on digital platforms: websites, blogs and networks social media, particularly YouTube, has been secured by fans action.

KEYWORDS: Cultural Memory. Participatory Culture. Netnography.

1 | INTRODUÇÃO

A internet é capaz de auxiliar na preservação da memória cultural, considerando-se a ação dos fãs num universo de cultura participativa?

Tal indagação motivou a estruturação do presente estudo, que toma por base a história da música romântica brasileira, em especial a trajetória do cantor romântico José Augusto

“Sergipano”, que fez sucesso internacional nas décadas de 1960-1970, tendo gravado 19 LPs e 10 *singles* pela *Chantecler*.

No período, a *Chantecler* teve um papel fundamental na formação de artistas ligados a segmentos, à época, pouco aproveitados pelas grandes gravadoras (*majors*), especialmente o sertanejo, a música regional e a música romântica tradicional.

O cantor faleceu precocemente em um acidente de carro (1981), antes, portanto do surgimento da interface gráfica da internet, a *web* (1990), o que poderia ensejar a sua ausência na rede, ou, como aparece no título de um *post* do *blog* “Futebol, Política e Outros Papos”, a sua transformação em um “ilustre desconhecido” (ARAGÃO, 2012).

Ao contrário, a presença do cantor em *sites*, *blogs* e redes sociais, em particular o YouTube, é consistente e vem sendo assegurada pela ação dos fãs, interessados em preservar sua história e sua discografia.

Para verificar até que ponto essa prática, de fato, acontece, optou-se por uma pesquisa qualitativa com a utilização de elementos quantitativos.

Os aportes teóricos se voltaram para questões relativas à preservação da memória cultural, principalmente no âmbito da obra de Jan e Aleida Assmann (2005, 2008, 2011), bem como dos processos de preservação dessa memória através da internet, além de pesquisas das áreas de cultura, música, convergência e redes sociais.

A netnografia, tomada na acepção de Kozinets (1997), estruturou-se em quatro fases: *Entrée* cultural; Coleta e análise de dados; Ética de pesquisa; *Feedback* e checagem de informações.

A *entrée* cultural, que representa o primeiro contato com o campo, teve como instrumentos centrais a construção de um *site* e de uma *fanpage* no Facebook para o cantor analisado, que foram acompanhados por cerca de seis meses antes do início da coleta de dados, prática inserida nos protocolos da netnografia (KOZINETS, 1997). A seguir iniciaram-se as três fases de coletas, sobrepostas: questionário *on-line* através da plataforma *SurveyMonkey*, *sites* e *blogs* e a rede social e plataforma de compartilhamento de vídeo YouTube. Os princípios de ética de pesquisa, *feedback* e checagem de informações foram estritamente observados.

Os resultados obtidos indicam que, no caso estudado, existe uma forte correlação entre a cultura participativa, a ação dos fãs e a preservação da memória cultural, entretanto, alguns aspectos devem ser observados, como se pretende discutir ao longo do texto.

2 | A PRESENÇA DE JOSÉ AUGUSTO “SERGIPANO” NA INTERNET

Nascido em Aquidabã, Sergipe, o cantor José Augusto “Sergipano” representa

um típico profissional da indústria da música da segunda metade do século XX no Brasil, permitindo, através de sua história, compreender os meandros de um segmento profundamente modificado pelo advento da internet e ferramentas digitais que a acompanham.

A necessidade de mudar para São Paulo para tornar-se um cantor profissional indica um dos aspectos que o universo musical no Brasil, historicamente, tem enfrentando: a centralização das atividades no eixo Rio-São Paulo, fato que tem sido, de certo modo, alterado pelas novas mídias desenvolvidas através da *web*.

Em São Paulo, no ano de 1945, encontra um ambiente de pós-guerra, com expansão da industrialização, da urbanização e o crescimento dos meios de comunicação de massa, em especial o rádio. Inicialmente, precisou trabalhar em outras profissões para garantir o seu sustento, enquanto buscava atingir seu objetivo em relação à sua carreira musical. Seu primeiro emprego na cidade foi na fábrica de chocolates Lacta, localizada no Brooklin, zona sul, de propriedade de Ademar de Barros (que também era dono da *Rádio Bandeirantes*). Trabalhava durante o dia no setor de escritório da fábrica e à noite cantava espontaneamente em boates e clubes no centro da cidade para divulgar seu trabalho.

No final da década de 1950, enquanto José Augusto “Sergipano” buscava alavancar a sua carreira musical, no rádio já faziam sucesso artistas de mesmo estilo musical que o dele (romântico) tais como: Ângela Maria, Dalva de Oliveira, Carlos Galhardo, Cauby Peixoto, Agnaldo Rayol, entre outros, em função da popularização dos programas de auditório, já que era comum que as principais emissoras de rádio tivessem o seu auditório, onde ocorriam programas ao vivo que lançavam, dessa forma, os artistas.

A relação entre a publicidade e o rádio aponta para o papel dos fãs, uma vez que, além do consumo cultural, fomentavam o consumo de bens anunciados em diversos tipos de comerciais. É interessante notar que a atuação dos fãs teve papel primordial para o rádio brasileiro, como ressaltam Meneguel e Oliveira (2013, p. 12): “Concursos para Rainhas do Rádio e Reis da Voz atraíram à atenção dos fãs¹ de tal maneira que foram lançadas revistas especializadas, como a Revista do Rádio, por meio da qual as pessoas poderiam conhecer um pouco sobre a vida do ídolo” e, ainda, implicaram até mesmo em construções específicas para abrigar esse público: “Para satisfazer o desejo dos fãs, a Rádio Clube de Pernambuco [em 1948] estava terminando uma reforma e instalando dois novos estúdios com auditórios. O estúdio B da emissora passou a comportar 260 pessoas” (AZEVEDO, 2002, p. 141).

Para Vieira (2000, p. 52), “O rádio é, pois, o responsável pela formação de verdadeiras redes nacionais de ouvintes denominadas genericamente e de modo

1 Cabe destacar que os fãs do rádio apresentam pontos de aproximação e distanciamento dos fãs na internet. Sobre estes últimos, ver Jenkins (1992).

particular de fãs”. Na contemporaneidade, o papel antes exercido pelo rádio, vai sendo apropriado pelas mídias digitais e, mesmo tendo sua carreira se desenvolvido naquele momento, o cantor apresenta presença na rede.

Para a análise da presença na internet do cantor José Augusto “Sergipano”, foi utilizada a netnografia. Kozinets (1997) estabeleceu quatro passos centrais em sua prática: *Entrée* cultural, Coleta e análise de dados, Ética de pesquisa, *Feedback* e checagem de informações. No âmbito da presente pesquisa, os passos foram estruturados da seguinte forma:

-Entrée cultural

Para a *Entrée cultural*, ou preparação para o trabalho de campo (KOZINETS, 1997), o objeto de estudo foi previamente mapeado e identificadas as principais ocorrências, a saber: páginas do cantor em redes sociais, em plataformas de compartilhamento de vídeo, em especial o YouTube, em *sites* específicos de divulgação de cifras de música, além de *blogs* distribuídos pela internet.

Numa pesquisa preliminar através do serviço de buscas do Google, foram listadas 544.000² referências ao termo [José Augusto ‘Sergipano’] (FIG. 1). Os dados obtidos foram depurados e serão analisados ao longo deste estudo.

Ainda que de modo preliminar, o quantitativo enseja que, mesmo havendo falecido em 1981, antes da popularização da internet e do surgimento da *web* (1990), o cantor possui expressiva presença na rede.

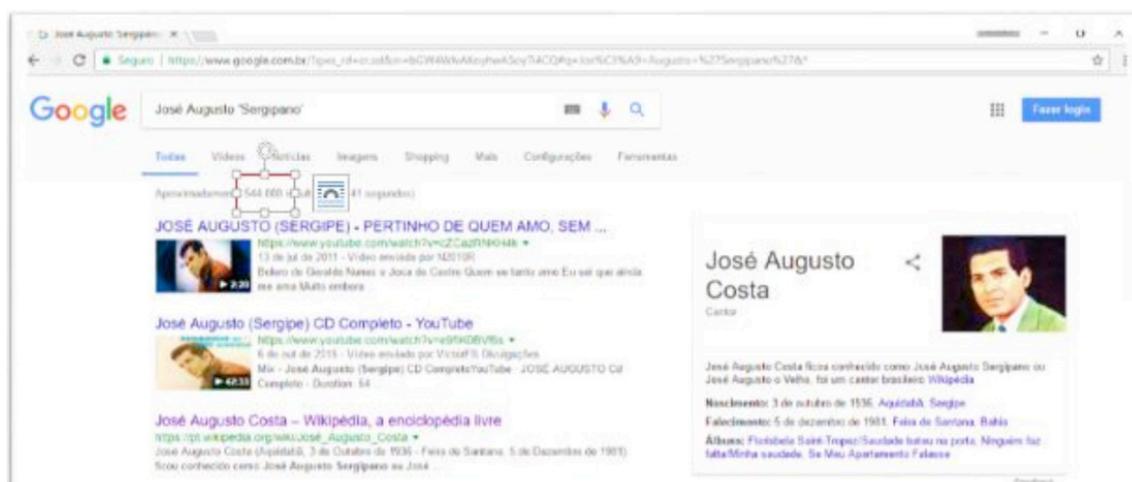


FIGURA 1 – Referências ao termo José Augusto “Sergipano” no Google

FONTE - Google, 2017. Dados de fevereiro de 2017.

2 Pesquisas realizadas com operadores lógicos através da página do Google apresentam variações em decorrência de uma série de fatores, que envolvem desde o histórico de pesquisa do dispositivo de consulta, o navegador utilizado e até possíveis ajustes no algoritmo do Google. Para fins desta pesquisa utilizamos o dado de 14 de fevereiro de 2017, 07h37, com a expressão [José Augusto ‘Sergipano’], aspas simples em *sergipano*. Pesquisas sobre José Augusto “Sergipano” podem incluir referências a outras pessoas, firmas ou instituições, razão pela qual se optou por buscar por nome artístico e não por seu nome como pessoa física (José Augusto Costa). Maiores detalhes sobre as pesquisas do Google, podem ser obtidas em: Ajuda do Google, disponível em: <<https://support.google.com/>>.

Considerando-se que não há a ação de empresas interessadas em obter lucros a partir de direitos autorais do cantor e que postagens por parte da sua família e amigos mais próximos são apenas pontuais, cabe crer que existe uma rede de fãs atuando para preservar a sua memória cultural através da internet.

A partir da coleta observou-se que uma série de páginas, *blogs* e canais de vídeo, havia sido realizada por fãs de José Augusto “Sergipano”. Ainda, como etapa preparatória para a pesquisa de campo, foram construídos o site do cantor (www.joseaugustosergipano.com.br) e a *fanpage* no Facebook (<https://www.facebook.com/cantorjoseaugustosergipano/>).

- Coleta e Análise de dados

A coleta e análise de dados, pode ser dividida em fases, reunindo dados de arquivo, páginas de internet, entrevistas e questionários (*on-line* e presenciais) e comentários em redes sociais, entre outros (KOZINETS, 1997). Nesta pesquisa, a primeira coleta consistiu na aplicação de um questionário *on-line* composto de dez questões fechadas, divulgado através do *site* e da *fanpage*, criados pelo autor e hospedado na plataforma *Monkey Survey*. As questões tinham por objetivo conhecer o perfil do fã ou do interessado na obra do cantor.

Uma segunda coleta englobou uma seleção dos itens listados através de pesquisa realizada no Google com o operador lógico “José Augusto ‘Sergipano’”, que resultou em 544.000 ocorrências. Ao realizar um estudo sobre a repercussão da marca *Listerine* (da Johnson & Johnson) na internet, Kozinets (2010) deparou-se com situação similar, ou seja, 907.000 ocorrências para o termo em pesquisa através do Google.

A este respeito, o autor explica que: “Dois dos principais desafios relacionados à coleta de dados para netnógrafos são: (1) como encontrar dados apropriados e (2) como balancear a imensa quantidade de dados disponíveis com a necessidade etnográfica de um entendimento cultural profundo” (KOZINETS, 2010, p. 7) e recomenda, nesse caso que sejam utilizados *softwares* de extração de conteúdo de páginas da internet (a exemplo do NVIVO, entre outros) e/ou filtros para a seleção de resultados mais relevantes.

O autor ressalta que, mesmo que fosse possível analisar a todos os *links* apresentados, isso não significa que os resultados fossem melhores do que os de uma amostra cuidadosamente selecionada e utilizou uma seleção a partir de mecanismos de busca (como o Google) e um *software* de extração de dados, o ConsumerBase (KOZINETS, 2010, p. 7-8).

Assim, como recomendado por Kozinets (2010) foi necessário proceder a escolha através de uma amostra intencional, considerando o número de visualizações, quantidade de *downloads*, *ranking* de popularidade e número de comentários. Foram

selecionadas as páginas: “Palcomp3”, “Sua Música”, “Vagalume”, e o *blog* “Fome de Tudo” e cinco canais de vídeo (TAB. 1).

| | Título | Plataforma | Conteúdo | Link | Visualizações |
|---|---|---------------------|--------------------------------------|---|--|
| 1 | José Augusto Romântico -Aracaju /SE | Site “Palcomp3” | Letras de Música e Player de músicas | https://www.palcomp3.com/joseaugustoeternasaudade/ | 1.702.552 plays |
| 2 | José Augusto Sergipano - Os Grandes Sucessos | Site “Sua Música” | Músicas | http://www.suamusica.com.br/Jeandosteclados/jose-augusto-sergipano-os-grandes-sucessos | 13.783 Downloads 10.451 Plays |
| 3 | José Augusto Sergipano | Site “Vagalume” | Letras de Música e link para Play | https://www.vagalume.com.br/jose-augusto-sergipe/ | Ranking 39.636°. posição 13.667 |
| 4 | José Augusto ‘Sergipano’, um ilustre desconhecido | Blog “Fome de Tudo” | Texto sobre o cantor | http://fome-de-tudoo.blogspot.com.br/2012/07/jose-augusto-sergipano-um-ilustre.html | “comentários” |

TABELA 1: Páginas de internet (blogs e sites) selecionadas para análise relativa à presença e memória cultural de José Augusto “Sergipano”

FONTE – Elaboração própria a partir de pesquisa no Google.

As informações foram coletadas diretamente das páginas e foram, ainda, utilizadas ferramentas de monitoramento de redes sociais, tais como: *Google Analytics*, CMS (*Content Management System* ou Sistema de Gerenciamento de Conteúdo) e estatísticas do YouTube e dos próprios *sites* (a exemplo do Cifras e do Vagalume). Foi realizada, também, a coleta de comentários presentes nas páginas analisadas.

-Ética de pesquisa

Em todos os contatos com a comunidade na internet foi previamente esclarecido de que se tratava de uma pesquisa de cunho acadêmico.

-Feedback e checagem de informações

A comunidade foi contatada e, através da solicitação do preenchimento de um questionário específico, disponibilizado na plataforma *Monkey Survey*, foi possível cruzar as informações obtidas na internet e as respostas dos internautas.

A divulgação dos questionários foi, inicialmente, realizada a partir da rede de contatos deste autor, constituindo-se, portanto, numa amostra intencional, e não

aleatória, composta, sobretudo, por sergipanos, músicos, profissionais da área de comunicação e, em menor número, familiares do cantor. A partir dessa rede inicial o *link* foi sendo compartilhado através da internet, multiplicando, dessa forma, o número de internautas envolvidos.

Cabe, ainda, destacar que a netnografia não se realiza de modo estático, mas permite acompanhar o desenvolvimento da pesquisa, tornando-se flexível para atender às especificidades da pesquisa na internet. No entender de Amaral, Recuero e Montardo (2008):

O pesquisador deve permanecer consciente de que está observando um recorte comunicacional das atividades de uma comunidade on-line, e não a comunidade em si, composta por outros desdobramentos comportamentais além da comunicação (gestual, apropriações físicas, etc.), sendo esse um dos principais diferenciais entre o processo etnográfico off-line e o on-line (p.39).

Com base no estudo de Kozinets (1997 e 2010) e Amaral, Recuero e Montardo (2008) estruturamos o foco da pesquisa nas atividades da comunidade *on-line* que se interessa pela obra de José Augusto “Sergipano” e produz ou interage com espaços disponíveis na internet, além de verificar os mecanismos de interação com o *site* e a *fanpage* criados na etapa da *Entrée* cultural.

O *site* do cantor José Augusto “Sergipano” (www.joseaugustosergipano.com.br), foi criado no dia 19 de março de 2016, e obteve 1.776 visitas (dados de 01 de março de 2017), registradas a partir de um contador de acessos no próprio *site*, além disso, conta com o *Google Analytics*. Teve uma média global de acesso de 89,6 visitas por mês durante o período analisado e um total de 1.350 sessões acessadas por um total de 1.052 internautas, contabilizando, ainda, 2.280 visualizações por página do *site*. Obteve também a marca de 77,9% de novos visitantes por mês em relação à 22,1% de visitantes que retornaram ao *site*.

Os dados demonstram que existe uma atividade frequente no *site* e um elevado nível de renovação dos visitantes. De acordo com Palma (2013, on-line): “[...] taxa de novos visitantes muito alta significa que o *site* está atraindo bastante gente, porém essas pessoas acabam não retornando”, ou seja, o nome do cantor, num primeiro momento chama a atenção do internauta que “entra” no *site*, mas apenas um quinto termina retornando para buscar mais informações. Ao mesmo tempo, foi implementada a *fanpage* criada no Facebook que pretendeu funcionar como um espelho do *site* e possibilitar a análise do engajamento dos internautas com o resgate a divulgação da memória cultural do cantor. Obteve-se o total de alcance de 10.581 usuários.

Um post de destaque refere-se a um compartilhamento a partir da página da TV Aperipê, rede local de televisão, que postou um vídeo em homenagem ao cantor José Augusto “Sergipano”, relatando a sua trajetória de vida. Com esse compartilhamento,

foram alcançadas 4.848 pessoas e obtidas 232 visualizações do vídeo.

Tanto o site quanto a fanpage criados para a entré cultural, permitiram um aprofundamento no campo (KOZINETS, 1997 e 2010; AMARAL, RECUERO e MONTARDO, 2008) e possibilitaram confirmar que existem fãs do cantor interessados em sua memória e que utilizam a internet para buscar informações sobre o mesmo

3 | A AÇÃO DOS FÃS NO PROCESSO DE PRESERVAÇÃO DA MEMÓRIA CULTURAL

Analisando o primeiro *site* da (TAB. 1), “Palcomp3”³, observamos que com relação ao cantor Jose Augusto “Sergipano”, o *site* apresenta as seguintes características: Disponibiliza músicas do cantor através de um *player*, no qual totaliza 21 músicas, que podem ser executadas (ouvidas) no próprio *site* e também permite ainda o *download* de forma livre, ou seja, é possível “baixar” essas músicas, apropriando-se dos arquivos⁴; Aponta a quantidade de vezes que suas músicas foram executadas pelos fãs, totalizando 1.702.552, esse indicativo quer dizer que essa foi a quantidade de vezes que as músicas do cantor sergipano foram executadas no *site*.

Além disso, observamos a conexão com outros *sites* voltados para a música, como é o caso do Cifraclub já citado anteriormente, *blogs* e redes sociais, tais como: Facebook, YouTube, entre outras, o que demonstra a intenção de promover a comunicação entre os fãs do artista, posto que o *site* que funciona como um mural e/ou um canal de informações. A página possui, 390 fãs e um total de 103 comentários relacionados. Tais comentários concentram-se em: busca por informações acerca da trajetória do cantor, troca de informações, busca por músicas e cifras.

O segundo *site* melhor ranqueado, apresenta uma página criada por um fã, dentro do ambiente do portal “Sua Música”. Como o nome indica, o portal permite que sejam compartilhados arquivos musicais, integrando o universo da cultura participativa.

Nesse ambiente, um fã, disponibilizou um arquivo contendo 14 músicas para *download* que obtiveram 14.650 *downloads*, 38 curtidas e 11.512 *plays* (quantidade de vezes que as músicas foram executadas na página). Há também a possibilidade de criar uma *playlist*, “clitando” em “Incluir no Rádio”, e interagir com outros fãs, por meio de comentários e de redes sociais como o Facebook e o Twitter

O Portal “Vagalume”⁵, terceiro *site* selecionado, apresenta um *player* para que

3 O *site* Palco MP3 disponibiliza acesso a conteúdo relativo a mais de 114 mil artistas, 1 milhão de músicas e mais de 8 bilhões de *plays*. Disponível em: <https://www.palcomp3.com/> Acesso em: 01 de março de 2017.

4 A questão dos direitos autorais do cantor é polêmica: a família não sabe dizer se as músicas encontram-se em domínio público ou se são de propriedade da Chantecler ou de outros meios de comunicação. Perguntado acerca da questão, um dos filhos do cantor informou que a sua mãe recebeu, durante algum tempo, os direitos autorais, mas, como se tratava de uma quantia muito pequena, terminou deixando de receber e de se preocupar com a questão. Não se tem conhecimento de nenhum tipo de ação demandando pelos direitos do cantor.

5 O Vagalume é um portal brasileiro de música, criado em 2002 pelo casal Ana Leticia Torres e Daniel La-

os fãs possam ouvir as músicas, além de algumas formas de interação, como por exemplo, curtir a página, compartilhar as músicas disponibilizadas no *site*, inclusive por meio de algumas redes sociais. Os fãs também podem comentar, enviar letras, fotos, enfim, informações sobre o cantor sergipano, destacando o caráter participativo do *site*, daí depreendendo que tal ação pode contribuir para a preservação da memória cultural do cantor.

O Vagalume apresenta um “medidor de popularidade”, através de um *ranking* dos artistas, que funciona de forma dinâmica, a partir da medição do acesso dos fãs às músicas, letras ou informações (FIG.2).



FIGURA 2 – *Print Screen* do “Medidor de Popularidade” do *site* Vagalume para o cantor José Augusto “Sergipano” do período entre os meses de novembro de 2015 e janeiro de 2017

FONTE: <https://www.vagalume.com.br/jose-augusto-sergipano/popularidade/>

O *blog* “Fome de tudo”, última publicação da amostra, possui um total de 45.104 visualizações e 16 comentários. O autor e responsável por suas postagens assina como Rafa Aragão. O espaço de comentários do *blog* funciona como espaço de divulgação de ideias e projetos: proposta de montagem de um espetáculo sobre o cantor Sergipano; criação de uma banda cujo repertório será constituído por músicas românticas; escrita de um livro sobre cantores esquecidos do Brasil, acompanhado de pedido de ajuda; dados acerca da discografia, músicas e trajetória do cantor.

As análises empreendidas nos três *sites* e no *blog* permitem, ainda que parcialmente, compreender o tipo de funcionamento das comunidades que se vinculam a José Augusto “Sergipano”. Como preconiza Jenkins (2006b), a cultura participativa é impulsionada por uma inteligência coletiva e os membros de uma comunidade contribuem, mesmo que de maneira desigual, alguns mais, outros menos, mas considerando que cada contribuição é importante.

fraia e um dos mais acessados do gênero no país. A *fanpage* do Vagalume no Facebook se encontra entre as vinte mais frequentadas do Brasil (SOCIAL BAKERS, 2017).

Em pesquisa empreendida através do Google sobre a presença de José Augusto “Sergipano” no YouTube, utilizando os operadores lógicos [José Augusto ‘Sergipano’+YouTube] e aplicando-se o filtro “vídeos”, surgiram 16.400 resultados.

Paralelamente, procedeu-se uma pesquisa dentro do próprio YouTube, utilizando o operador lógico [José Augusto ‘Sergipano’], apresentando-se uma lista de 8.020 resultados

É interessante notar que na pesquisa realizada na própria página do YouTube, ao lado dos resultados aparece o número de visualizações, razão pela qual optamos por analisar os cinco canais com maior número de visualizações (TAB. 2).

| | Título | Canal | PUBLICAÇÃO (DATA) | VISUALIZAÇÕES |
|---|---|----------------------|--------------------------|----------------------|
| 1 | José Augusto (Sergipe) CD Completo | VictorFS Divulgações | 06/10/2015 | 72.950 |
| 2 | José Augusto (Sergipe) - Pertinho de quem amo, sem poder amar | N2010R | 13/07/2011 | 64.092 |
| 3 | José Augusto - Aquarela de Sergipe | Sane Lima | 20/02/2008 | 63,313 |
| 4 | José Augusto (Sergipano) - Se é destino - 1964 | Brega Gold | 09/02/2015 | 26.862 |
| 5 | Jose Augusto - Guaranã da noite triste | Percilio Santos | 05/01/2015 | 17.381 |

Tabela 2: Resultados com maior número de visualizações no YouTube em 01 de março de 2017 com os operadores lógicos [José Augusto ‘Sergipano’]

FONTE - Elaboração própria a partir de pesquisa no YouTube.

O canal com maior número de visualizações é o VictorFS Divulgações, voltado para a divulgação de *shows* e CDs e *download* de filmes e séries. Criado em 6 de janeiro de 2015, possui 30.229 seguidores, disponibiliza além de vídeos *playlists*, mas não disponibiliza espaço para Discussão (comentários) em sua página principal.

O vídeo postado no canal “José Augusto (Sergipe) CD Completo“, com duração de 42’32”, na verdade não é propriamente um vídeo, mas um arquivo em que o áudio é o conteúdo central, reunindo um conjunto de músicas, com uma única imagem, a capa de um LP intitulado “Os Grandes Sucessos de José Augusto”. Foram postados 98 comentários, elogiando as músicas, agradecendo pelo compartilhamento e lamentando o falecimento precoce e o esquecimento do cantor. Os comentários, de uma maneira geral, corroboram com a ideia de que a memória do cantor deve ser preservada.

Criado em dezembro de 2009, o canal N2010R, se apresenta da seguinte forma:

Esse canal não é só meu. Ele é nosso. Ele é das pessoas que retornam ao tempo através da música. Ele é do artista esquecido pela mídia. Ele é do artista que o povo adora... Ele é do compositor que faz a gente feliz através de suas composições. Ele é da música antiga, ele é dos românticos, ele é da galera dos tempos de hi fi americano, com cuba libre e coca cola. Ele é do pessoal que curtiu Rádio Mundial, Jovem Guarda. Ele é teu, que chora ao lembrar de coisas boas ele é das pessoas

que emprestavam seus LPs aos amigos. Enfim, ele é Meu, Seu, Nosso! Por isso.,Eu agradeço aqueles que emprestam os seus discos virtuais. para que possamos escutar aqui. Agradeço informações preciosas sobre compositores, pois sem eles as músicas não existiriam. Então, Vamos matar a saudade dos bons tempos da Música (N2010R, 2009) (*sic*).

A apresentação do criador do canal insere-se no âmbito de uma cultura participativa, na qual os espaços, muitas vezes, são projetados para favorecer o compartilhamento e a interação. O N2010R possui 140.781 inscritos e 161.791.894 visualizações, interage com outros canais e possui uma área de discussão com 239 comentários na página principal.

Mais uma vez, não se trata de um vídeo, mas de um arquivo que, nesse caso, tem apenas uma imagem e uma música, “Quem eu tanto amo”, com duração de 2’19’’, um bolero de Geraldo Nunes e Joca de Castro, gravado pelo cantor.

A página de comentários é composta por 38 interações e, além de elogios e agradecimentos, é marcada por uma polêmica em torno de um comentário que crítica José Augusto “Sergipano”, sua voz, músicas e estilos e elogia o outro cantor conhecido por “José Augusto” (que é carioca), recebendo mensagens mais duras e outras mais didáticas.

O terceiro canal examinado, “Sane Lima”, não possui apresentação descrita, foi criado em junho de 2007, tem 25 inscritos, 658.191 visualizações, disponibiliza dois *playlists* e na página de discussões possui apenas três comentários na sua página principal. O canal é dedicado exclusivamente ao cantor sergipano e tem sete vídeos, todos postados há pelo menos seis anos⁶.

Os comentários que acompanham a postagem da música "Aquarela de Sergipe" (em número de 14), composta por G. Santos e S. Oliveira⁷, gravada em 1978 pela *Chantecler* parecem ter sido influenciados pela letra da música, que exalta as belezas, a culinária, os heróis que foram para a guerra e o petróleo “esperança do Brasil”, enaltecendo o estado.

Assmann e Czaplicka (1995), ao discutirem a identidade cultural, chamam a atenção para o fato de que essa identidade deriva de um sentimento de pertencimento e a cultura resulta de um processo de socialização e aprendizado de costumes. O choque nas páginas de comentários, entre baianos e sergipanos derivam de uma identidade de base, sergipana, com laços mais fortes do que os laços firmados pela *web*, que matém em conexão muito próxima as estruturas forjadas através da memória diária, rotineira. José Augusto “Sergipano” é, portanto, em primeira instância, sergipano e essa titularidade o une fortemente aos seus conterrâneos.

Retomando a análise do vídeo, com duração de 3’38’’, que, neste caso, é

6 O canal compartilhou uma *playlist* de 2h20’ com o nome de “Jogos Vorazes”, do canal Filmes do YouTube, em novembro de 2012, mas a mesma não se encontra mais disponível.

7 Dados disponíveis no próprio canal que não puderam ser comprovados através das pesquisas realizadas através do Google.

composto por uma série de fotos: do cantor, das capas de seus LPs, da ponte do imperador, da cidade de Laranjeiras, do rio São Francisco, da praia de Atalaia, entre outras, que reafirmam essa memória cultural do dia a dia do sergipano, não se resumindo ao áudio.

O “Brega Gold”, criado em janeiro de 2015, também não apresenta descrição do canal. Com 2.297 inscritos e 701.170 visualizações, o canal não tem comentários em sua página principal, embora disponibilize o espaço para Discussão.

Na postagem do vídeo: “Se é destino”, mais uma vez composto apenas por uma imagem, o criador do canal informa que a música está contida no LP “Dois corações e um destino”, o terceiro LP do cantor, lançado em 1964 pela *Chantecler*. Trata-se, de acordo com o próprio canal, de uma composição de Rubens Machado, aparecem 14 comentários.

Essa página se diferencia das outras já analisadas, em função de algumas características: o primeiro comentário é do próprio canal, divulgando a página do “Brega Gold”, no Facebook, numa estratégia de *cross media* (JENKINS, 2008); o segundo comentário, recebe uma interação do criador do próprio “Brega Gold”, que além de agradecer informa que disponibilizará um outro LP, de Nelson Gonçalves, que pode interessar aos fãs; alguns fãs interagem em outros canais, a exemplo do canal N2010R, e, mostrando que entre as diferentes fontes de informação sobre o cantor José Augusto “sergipano”, vão se formando outras redes, focadas em interesses comuns que vão além à carreira do cantor, como por exemplo, o estilo de música romântica tradicional.

“Percilio Santos” é o canal que apresenta maior número de visualizações: 4.163.039, com 6.371 inscritos. Criado em agosto de 2008, não apresenta uma descrição, mas interage com vários canais de temas variados e disponibiliza *playlists*. O canal de Discussão da página principal tem apenas três comentários: dois pedindo informações sobre duplas cujos vídeos foram disponibilizados no canal e um elogiando a possibilidade de ouvir boa música.

Os comentários que acompanham o vídeo (nesse caso, novamente, um arquivo que contém uma única imagem e o áudio de uma música) de “Guarânia da noite triste”, em número de 13⁸, são, em sua maioria - oito - escritos por internautas que utilizam *nicknames* (apelidos) do gênero feminino, mas, indistintamente, todos os comentários se referem a saudades e a qualidade da música e da voz do cantor.

Encerrada esta etapa de coleta, e antes de encaminhar os resultados para as considerações finais, faz-se necessário, antes de tudo, retomar a discussão acerca da importância da memória. Uma passagem interessante, da obra de Pierre Nora, em que o autor discute os lugares da memória:

8 Comentários disponíveis em: <https://www.youtube.com/watch?v=KOOwvWH1A7Q>.

[...] os lugares de memória são, em primeiro lugar, lugares em uma tríplice acepção: são lugares materiais onde a memória social se ancora e pode ser apreendida pelos sentidos; são lugares funcionais porque tem ou adquiriram a função de alicerçar memórias coletivas e são lugares simbólicos onde essa memória coletiva – vale dizer, essa identidade – se expressa e se revela. São, portanto, lugares carregados de uma vontade de memória (NORA, 1993, p.15).

Nessa linha, *sites*, *blogs*, redes sociais digitais, plataformas de compartilhamento de vídeos, reinserem-se no âmbito cultural como lugares de memória material, funcional e simbólica de José Augusto “Sergipano”.

A fundamentação acerca do lugar da memória teve lugar, igualmente, na obra de Halbwachs (2006), para quem: “O fenômeno de recordação e localização das lembranças não pode ser efetivamente analisado se não for levado em consideração os contextos sociais que atuam como base para o trabalho de reconstrução da memória” (p. 247). Portanto, o quadro conjuntural da contemporaneidade, favorece a reconstrução de lugares da memória em ambientes digitais, tal como a internet, no escopo de uma cultura participativa, como aconteceu com o caso examinado de José Augusto “Sergipano”.

4 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa buscou analisar questões importantes dentro do atual contexto social, envolvendo aspectos comunicacionais, econômicos, tecnológicos, mas principalmente, culturais, ao discutir o papel da internet na preservação da memória cultural no âmbito de uma “cultura participativa” (JENKINS, 2008), ratificando assim, o significativo papel dos fãs, que por sua vez, se apropriam de plataformas (*sites*, *blogs*) e redes sociais (YouTube, Facebook) e as utilizam, através de interações (compartilhamentos, comentários, curtidas, etc.), por exemplo, para práticas de preservação da memória cultural.

Como estudo de caso, foi escolhido o cantor José Augusto “Sergipano”, por se tratar de um objeto que se emoldura perfeitamente nesse contexto: um expoente da música sergipana e representante da cultura brasileira, com reconhecida trajetória artística nacional e internacional, mas, que em função de uma morte prematura, foi perdendo espaço no *mainstream*, deixando de ser um ídolo para se tornar um “ilustre desconhecido”, como titula um texto postado no *blog* “Fome de Tudo”.

Como a carreira do cantor teve seu auge nas décadas de 1960 e 1970, antes, portanto do advento da *web* (1990), a presença do cantor na internet poderia ser insipiente, entretanto, as primeiras pesquisas realizadas indicaram forte presença na rede. A partir de então, evidenciou-se a necessidade de investigar o papel da internet na preservação de sua memória cultural, tanto para verificar como a contribuição de artistas de outras épocas históricas, como também, para que os representantes

de gerações passadas possam manter seus vínculos, solidificando assim, a sua herança cultural.

As análises mostraram que, desde que o conceito de Indústria Cultural foi formulado por Adorno e Horkheimer (1982) muitas mudanças ocorreram na esfera da produção e do consumo musical, relativizando o papel das indústrias culturais, reestruturando a relação da Música com a Indústria, uma vez que mudaram as bases pelas quais são concebidos e distribuídos produtos culturais (música gravada por exemplo), submetendo-se a uma nova lógica quando vinculados à internet. Assim, quando perguntamos: A internet pode ser utilizada como plataforma de preservação da memória cultural? Embora não haja resposta precisa, as tendências observadas indicam que sim.

Com relação aos *sites*, *blogs* e canais do YouTube já existentes, a integração com os conteúdos disponibilizados mais recentemente gerou uma outra dinâmica de preservação, através da estruturação de um ambiente em que os interessados podem encontrar materiais e informações relativos ao cantor.

Nesse cenário de profundas transformações, sobretudo com a influência cada vez maior da tecnologia nos meios de produção e de comunicação não basta disponibilizar conteúdo para garantir a preservação de uma memória, e sim, ficou evidente que o que mantém a memória cultural na internet, é o adensamento de uma cultura participativa. Finalmente, esta discussão aponta para a necessidade de pensar a preservação da memória cultural em conexão com a cultura participativa e as práticas da internet, trazendo uma resposta positiva para a pergunta o papel fundamental dos fãs nesse processo.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T. e HORKHEIMER, M. "O Iluminismo como mistificação das massas: A Indústria Cultural". In: LIMA, L. C. (org.). **Teorias da Cultura de Massa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

AMARAL, Adriana. "Categorização dos gêneros musicais na Internet - Para uma etnografia virtual das práticas comunicacionais na plataforma social Last.FM". In: FREIRE FILHO, João e HERSCHMANN, Michael. (Org.). **Novos rumos da cultura da mídia. Indústrias, produtos e audiências**. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel e MONTARDO, Sandra. (orgs). **Blogs.com: estudos sobre blogs e comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009. Disponível em <<http://compartilhandoebook.blogspot.com.br/2012/10/blogscom-estudos-sobre-blogs-e.html>>. Acesso em: janeiro de 2017.

ARAGÃO, Rafa. **FOME DE TUDO. Futebol, Política, Cultura e outros papos**. 15 de julho de 2012. Disponível em: <<http://fome-de-tudoo.blogspot.com.br/2012/07/jose-augusto-sergipano-um-ilustre.html>>. Acesso em: abril de 2017.

ASSMANN, Aleida. **Cultural memory studies: an international and interdisciplinary handbook**. Berlim: Verlag. 2008.

_____, Aleida. **Cultural Memory and Western Civilization - Functions, Media, Archives**. Cambridge: Cambridge UP, 2011.

_____, Aleida. “Espaços da recordação: formas e transformações da memória cultural”, 2011b. Disponível em: <https://issuu.com/editoraunicamp/docs/20pp_espa_os_da_recorda__o>. Acesso em: julho de 2017.

ASSMANN, Jan. **Religion and Cultural Memory**. Cambridge: Harvard UP, 2005.

_____, Jan. **Religión y memoria cultural**. Buenos Aires: Lilmod, 2008b.

ASSMANN, Jan e CZAPLICKA, John: “Collective Memory and Cultural Identity”. In: **New German Critique**, n.65, 1995. Disponível em: <http://kultura-pamieci.pl/wp-content/pliki/literatura08/assman_collective_memory.pdf> Acesso em: julho de 2017.

AZEVEDO, Lia Calabre de. **No tempo do rádio: radiodifusão e cotidiano no Brasil-1923-1960**. Tese de Doutorado. 2002. Disponível em: <<http://rubi.casaruibarbosa.gov.br/bitstream/123456789/643/1/Calabre,%20L.%20-%20O%20r%C3%A1dio%20no%20Brasil.pdf>>. Acesso em: janeiro de 2017.

_____. “A Era do Rádio-Memória e História”. In: **Anais do XXII Simpósio Nacional de História, João Pessoa**, 2003. Disponível em: <<http://anais.anpuh.org/wp-content/uploads/mp/pdf/ANPUH.S22.379.pdf>>. Acesso em: abril de 2017.

FRANÇA, Lilian Cristina Monteiro. “Cultura Blogger - Novas Formas de Comunicação e Práticas Textuais nos Ciberdiários Brasileiros”. In: **Revista da Fapese**, v.4, n. 1, jan./jun. 2008. Disponível em: <http://www.fapese.org.br/revista_fapese/v4n1/artigo5.pdf>. Acesso em: janeiro de 2017.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva: memória individual e memória coletiva**. Tradução de Beatriz Sidou. São Paulo: Centauro, 2006.

JENKINS, Henry. **Textual poachers: television fans and participatory culture**. New York; London: Routledge, 1992.

_____. **Confronting the challenges of participatory culture: media Education for the 21st Century (part one)**. 20 de outubro de 2006a. Disponível em: <http://henryjenkins.org/2006/10/confronting_the_challenges_of.html> Acesso em: janeiro de 2017.

_____. **Fans, bloggers, and gamers: media consumers in a digital age**. New York: New York University Press, 2006b.

_____. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

KOZINETS, R. V. **On netnography: Initial Reflections on Consumer Research Investigations of Cyberculture**. Evanston, Illinois, 1997.

_____. **Netnografia: a arma secreta dos profissionais de marketing - como o conhecimento das mídias sociais gera inovação**. Março de 2010. Disponível em: <http://bravdesign.com.br/wp-content/uploads/2012/07/netnografia_portugues.pdf>. Acesso em: abril de 2017.

MENEGUEL, Ynonete Pedra e OLIVEIRA, Oseas de. “Entrevista de Rodolfo Jurchacks”. In: **O Rádio no Brasil: do surgimento à década de 1940 e a primeira emissora de rádio em Guarapuava**. 2013. Disponível em: <http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/cadernosdpde/pdebusca/producoes_pde/2007_unicentro_hist_artigo_yvonete_pedra_meneguel.pdf>. Acesso em: junho de 2017.

N2010R. **Apresentação do Canal N2010R no YouTube**. 2009. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/N2010R/about>>. Acesso em: fevereiro de 2017.

NORA, Pierre. “Entre história e memória: a problemática dos lugares”. *In: Revista Projeto História*, São Paulo, v.10, 1993.

PALMA, Ricardo. **O que significa cada uma das métricas principais do Google Analytics**. 2013. Disponível em: <<http://resultadosdigitais.com.br/blog/o-que-significa-cada-uma-das-metricas-principais-do-google-analytics/>>. Acesso em: maio de 2017.

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

SOCIAL BAKERS. **Estatísticas de visitação da página Cifras**. Fevereiro de 2017. Disponível em: <<https://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/detail/166351633405208-cifras>>. Acesso em: fevereiro de 2017.

VIEIRA, Sulamita. **O sertão em movimento: a dinâmica da produção cultural**. São Paulo: Annablume, 2000.

A CULTURA INFORMACIONAL COMO BASE PARA A MEDIAÇÃO DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL

Data de aceite: 27/01/2020

Data de submissão: 04/11/2019

Sara Barbosa Gazzola

Universidade Estadual Paulista (UNESP/Marília)

<http://lattes.cnpq.br/2725671717603820>

Luana Maia Woida

Universidade Estadual Paulista (UNESP/Marília)

<http://lattes.cnpq.br/6452895202161120>

RESUMO: Verifica-se a existência da cultura informacional como parte da cultura organizacional que tem como base o tripé pessoas, tecnologia da informação e comunicação (TIC) e informação que lida com o manejo das informações. Admite-se que a informação contábil tem a relevância para ser considerada estratégica e da qual merece destaque quanto aos seus registros e divulgações. Neste contexto, tem-se o profissional contábil como mediador da informação. As questões norteadoras da pesquisa se referem a identificar a cultura informacional como base estrutural para a realização da mediação da informação. O objetivo geral reflete sobre o papel do profissional contábil como mediador da informação. A metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica de natureza qualitativa e exploratória. Considerando-se que a cultura informacional é a base que viabiliza a mediação

da informação como subsídios para a tomada de decisão, considerando que a informação contábil torna-se valiosa e norteadora de muitas decisões no ambiente organizacional.

PALAVRAS-CHAVE: Cultura Informacional. Mediação da Informação. Compartilhamento. Informação Contábil. Apropriação da informação.

INFORMATION CULTURE AS A BASE FOR THE MEDIATION OF ACCOUNTING INFORMATION

ABSTRACT: The existence of informational culture is verified as part of the organizational culture that is based on the tripod people, information and communication technology (ICT) and information that deals with information management. It is accepted that the accounting information has the relevance to be considered strategic and which deserves to be highlighted regarding its records and disclosures. In this context, there is the accounting professional as the mediator of information. The guiding questions of the research refer to identifying informational culture as a structural basis for the realization of information mediation. The overall objective reflects on the role of the accounting professional as a mediator of information. The methodology used was the qualitative and exploratory bibliographical research.

Considering that the information culture is the basis that enables the mediation of information as subsidies for decision making, considering that accounting information becomes valuable and guiding many decisions in the organizational environment.

KEYWORDS: Informational Culture. Information Mediation. Sharing Accounting Information. Appropriation of information.

1 | INTRODUÇÃO

Nos ambientes organizacionais, as empresas produzem e recebem fluxos informacionais, os quais carecem ser gerenciados e melhor direcionados para que as informações possam ser filtradas, tratadas e organizadas de forma que se possa fazer uso inteligente e estratégico desse recurso. Tem-se nesse sentido a gestão da informação que é capaz de proporcionar esse gerenciamento da informação, provendo norteamento aos fluxos informacionais do ponto de vista da estrutura formal de uma organização. Contudo, é necessário considerar que as organizações não são compostas apenas de estruturas formais e bem planejadas, há uma outra dimensão, nesse caso sociocultural, que pode não se sujeitar às normas e planejamento da estrutura organizacional, de maneira que a gestão da informação nos ambientes organizacionais somente alcançará êxito a partir da estruturação da cultura informacional.

Ressalta-se que o presente trabalho científico foi aprovado, apresentado e publicado nos anais do evento do IV Colóquio em Organização, Acesso e Apropriação da Informação e do Conhecimento (COAIC) (2019) denominado como “A contemporaneidade da organização e compartilhamento da informação e do conhecimento”, organizado pela Universidade Estadual de Londrina (UEL), e pertencente ao eixo temático do Compartilhamento da Informação e do Conhecimento.

A cultura informacional tem como fulcro as pessoas, a tecnologia da informação e comunicação (TIC) e a informação. Atua diretamente no manejo das informações, na medida que interfere no comportamento informacional do indivíduo no sentido de estimular necessidades informacionais específicas, bem como na busca, na socialização, no compartilhamento e no uso das informações.

Para que a informação seja socializada e compartilhada, tem-se a mediação da informação quando o mediador exerce a interferência ao transmitir a informação para o mediado de forma que ele compreenda e crie significado para a informação, ou seja, se aproprie e faça o uso inteligente da informação.

As questões norteadoras da pesquisa se referem a identificar a cultura informacional como base estrutural para a realização da mediação da informação, bem como o uso da informação contábil como subsídios na tomada de decisão.

Para elaborar as propostas para estes questionamentos, o objetivo geral

pretende refletir sobre o papel do profissional contábil como mediador para que os usuários internos da informação contábil se apropriem dessas informações e as utilizem de forma significativa.

A presente pesquisa justifica-se ao discutir a cultura informacional a partir do estudo reflexivo da mediação da informação e o uso inteligente da informação contábil.

A metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica de natureza qualitativa e exploratória para entender os significados e os contextos de pesquisa. Gil (2010, p. 30) destaca que “A principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente”.

Primeiramente, serão conceituados os termos relevantes para o estudo como a cultura informacional, mediação da informação e informação contábil.

Sob essa base teórica, explora-se e compreende-se de que forma a cultura informacional pode ser considerada a base estrutural que viabiliza a mediação da informação como subsídios na tomada de decisão.

2 | DESENVOLVIMENTO

2.1 A cultura informacional nas organizações

Reflete-se que toda organização independente do seu porte, localização ou ramo de atividade possui uma cultura denominada de cultura organizacional. Perez e Cobra (2017) explicam que a cultura organizacional envolve padrões de comportamento das pessoas nas organizações, independentemente do nível hierárquico, sendo que as crenças e valores das organizações influenciam o afetivo das pessoas, que por sua vez interferem no desempenho profissional. Os supracitados autores acrescentam que dentro das empresas existem regulamentos, tradições, lideranças, hierarquia, missão e valores do seu fundador que contribuem para a formação e essência da cultura organizacional.

As organizações contemporâneas estão cada vez mais preocupadas com a cultura organizacional. O motivo dessa preocupação deve-se ao fato de que a cultura organizacional diz respeito aos níveis profundos de valores gerais de uma organização e que determinam o que é considerado aceito e compartilhado por um coletivo, refletindo nos sistemas de significados e nas percepções sobre diferentes problemas, os quais podem envolver a qualidade dos seus produtos/serviços recebidos pelo cliente, no clima organizacional, na sobrevivência dos negócios e na gestão do seu corpo funcional. Dessa forma, compreende-se que a cultura organizacional reflete nos mais variados aspectos que envolvem a convivência,

relacionamento e nos comportamentos aceitos pelo coletivo. Assim, verifica-se que as organizações estão revendo seus padrões de comportamento no sentido de inserir os colaboradores no centro do processo como forma de estimular o protagonismo de seus funcionários, e não limitar sua visão, mas ampliá-la de forma mais abrangente e visionária, como corrobora Chiavenato (2014, p. 11) ao destacar que “[...] quando uma organização está realmente voltada para as pessoas, sua filosofia global e sua cultura organizacional passam a refletir essa crença.”

A partir da cultura organizacional, tem-se o comportamento organizacional que segundo Bes (2017) se relaciona com os aspectos de liderança presentes no interior dos grupos existentes dentro das organizações. De acordo com o supracitado autor, a liderança pode ser formal ou informal, cabendo ao gestor identificar e saber lidar com essas lideranças para atingir os objetivos organizacionais. Nesse mesmo sentido, Schein (2017) reflete que cultura e liderança são dois lados da mesma moeda, e que a cultura é o resultado de um processo complexo de aprendizagem entre as pessoas do grupo, que é parcialmente influenciado pelo comportamento do líder, portanto liderança e cultura estão entrelaçadas. Apesar da afirmação de Bes (2017), é necessário assinalar que a área de comportamento organizacional vai além de estudar o processo de liderança, incluindo outras discussões como vadiagem social, motivação, equipes, personalidade, habilidades, comunicação, diversidade, entre outras, interferindo diretamente no absenteísmo, na rotatividade, na satisfação e na produtividade em ambientes laborais.

Os recursos informacionais tem sua essencialidade tanto quanto as pessoas nos ambientes organizacionais, pois tratam-se também de recursos estratégicos. Choo (2006) indaga sobre como as empresas utilizam a informação. Em decorrência dos atuais cenários mercadológicos, as organizações se destacam e mantêm a longevidade dos negócios a partir do uso estratégico e inteligente das informações, sendo portanto, os recursos informacionais subsídios para a construção das estratégias competitivas. Ademais, tornou-se impossível as organizações sobreviverem atualmente sem gerenciar a informação e não usá-la de forma estratégica.

Tem-se nesse contexto a cultura informacional que segundo Woida e Valentim (2006, p. 40) trata-se de

[...] um conjunto de pressupostos básicos composto por princípios, valores, crenças, ritos e comportamentos positivos em relação à construção, socialização, compartilhamento e uso de dados, informação e conhecimento no âmbito corporativo.

Segundo Woida (2008, p. 16), a cultura informacional “[...] não se define como um movimento antagônico aos interesses organizacionais, pelo contrário, tem no cerne de cada elemento e processo da cultura uma relação estreita com a informação

e a tecnologia de informação e comunicação.” A autora também esclarece que a cultura informacional é uma parte da cultura organizacional que tem como base três elementos, sendo eles pessoas, tecnologias de informação e comunicação (TIC) e a informação.

De forma semelhante, Cavalcante e Valentim (2008, p. 117) elucidam que a cultura informacional “[...] atua diretamente no modo como as pessoas buscam, compartilham e fazem uso da informação [...]”, portanto, entende-se que a cultura informacional refere-se a um padrão de comportamento que influencia na socialização dos sujeitos das organizações, que por sua vez influencia no comportamento informacional das pessoas em relação aos processos de necessidade, uso, busca, compartilhamento e apropriação da informação.

Sobre o comportamento informacional, Davenport e Prusak (1998, p. 110) esclarecem que se “[...] refere ao modo como os indivíduos lidam com a informação. Inclui a busca, o uso, a alteração, a troca, o acúmulo e até mesmo o ato de ignorar os informes”. Nesse mesmo sentido, Woida (2008, p. 99-100) complementa que “A organização deve valorizar a informação e favorecer seu uso e busca, tanto pelas pessoas como pelos grupos, tirando proveito do ambiente organizacional e profissional [...]”.

Na visão de Choo (2006), o comportamento de uso da informação constitui-se das pessoas que compartilham a informação, ou seja, quando as pessoas se relacionam umas com as outras nos ambientes organizacionais e compartilham informações, a informação torna-se útil. Davenport e Prusak (1998) explicam que compartilhar informações trata-se de um ato voluntário em passar a informação adiante, mas o sujeito não é obrigado a isso, porém, a partir da cultura informacional das organizações é possível fomentar o compartilhamento de informações entre os sujeitos da organização. Portanto, a cultura informacional pode propiciar um ambiente informacional de socialização e compartilhamento de informações por meio do comportamento informacional positivo dos sujeitos organizacionais.

2.2 A inter-relação entre a cultura informacional e a mediação da informação

Almeida Júnior (2008) define mediação da informação como ação de interferência realizada pelo profissional da informação que propicia a apropriação de informação que satisfaça plena ou parcialmente uma necessidade informacional. Para Santos Neto (2014, p. 67), “[...] a mediação não é passiva, ela é intencional, ainda que não seja de modo consciente. A mediação caracteriza-se por ser colaborativa, participativa e potencialmente transformadora.”

A mediação da informação realizada pelo profissional da informação constitui-se de ações em socializar e compartilhar informações para que os sujeitos se

apropriem dessas informações no sentido de compreensão e fazer o uso inteligente da informação. Admite-se portanto, que o profissional da informação tem seu comportamento informacional impulsionado pela cultura informacional da organização para que possa por meio da mediação propiciar experiências de aprendizagens, potencializar capacidades e despertar competências (RASTELI, 2013).

Almeida Júnior e Barboza (2017) esclarecem que o processo de mediação da informação vem imbricado nos processos de apropriação da informação para a construção do conhecimento e busca a formação do espírito crítico das pessoas por meio do diálogo que possa promover a reciprocidade através da interação.

Pode-se dizer que a relação entre o mediador e o mediado, ou seja, o usuário da informação, tem como finalidade de auxiliar na recuperação da informação nos estoques informacionais e a utilizá-la de forma estratégica no sentido de ser tempestiva, íntegra, ética e fidedigna. Admite-se que a informação ultrapassada perde sua eficácia, bem como volume de informações nem sempre é sinônimo da qualidade da informação. Fachin (2013) define estoques informacionais como os fluxos informacionais de maior demanda da necessidade da informação, que por sua vez, faz-se cada vez mais necessária a presença da mediação para que o usuário da informação tenha acesso garantido.

Dado o exposto, a informação necessita ser gerenciada, organizada, socializada e compartilhada. Verifica-se nesse contexto que a interferência realizada pelo profissional da informação deve ser imparcial e neutra para que não configure manipulação da informação.

Oliveira (2015) define apropriação da informação como uma atividade intrínseca ao ser, que parte do relacionamento que o ser humano estabelece no meio que está inserido. A partir do acesso aos dados passa a atribuir significação para esclarecer dúvidas, criar e ampliar novas discussões, que por sua vez impulsiona a necessidade de busca por novas informações, ou seja, a apropriação da informação amplia a significação que o sujeito possui sobre determinado(s) assunto(s) e proporciona a descoberta de novas possibilidades, estimulando assim a busca constante por novas informações.

Para Rasteli (2013), o mediador destaca-se com a intenção de contribuir na apropriação de significados, no processo de interação com o mediado no sentido de propiciar experiências de aprendizagens, potencializar capacidades e despertar suas competências.

Belluzzo, Santos e Almeida Júnior (2014, p. 61) explicam que antes do processo de apropriação da informação determinadas competências e habilidades devem ser desenvolvidas e incorporadas para que as informações mediadas sejam assimiladas, apropriadas e transformadas em conhecimento significativo para o mediado. Segundo os autores, a competência em informação é essencial ao processo de apropriação,

visto que “A competência em informação, considerada como um processo que tem por finalidade desenvolver competências e habilidades informacionais para aprimorar o pensamento crítico e analítico das pessoas em relação ao universo informacional [...].”

Conforme Choo (2006) a busca da informação é um processo humano e social por meio do qual a informação torna-se útil para as pessoas, sendo o reconhecimento das necessidades de informação que estimulam a busca e depois o uso da informação. Portanto, compreende-se que o êxito desse processo está inter-relacionado com a cultura informacional presente no ambiente organizacional, pois essa tem como premissa as pessoas, tecnologias de informação e comunicação (TIC) e informação, tripé este que amplia os horizontes informacionais e que possibilita agregar valor aos negócios e gerar vantagem competitiva.

Smith (2013, p. 149) elucida que “Aflorar uma cultura informacional saudável representa reconhecer o valor da gestão da informação e estabelecer normas e práticas que promovem o efetivo uso da informação.” Compartilhando da visão da supracitada autora, a cultura informacional saudável estimula o comportamento informacional positivo dos sujeitos organizacionais e promove/estimula o processo de mediação da informação nas ações de socializar e compartilhar informações, de forma que o mediado se aproprie das informações para satisfazer suas necessidades informacionais, ampliar a significação das informações obtidas e estimular a busca por mais informações.

Como elucidado, a mediação da informação nos ambientes organizacionais torna-se possível a partir da implantação da cultura informacional, sendo a mediação responsável também em socializar as informações, como defende Woida (2008)

[...] o processo de socialização, para a cultura informacional é um processo que necessita de pessoas, de tecnologia de informação e comunicação e de informação. Inclui-se também que certos tipos de comportamento como o de coleta, de troca e de compartilhamento encontram-se dependentes da presença desses eixos para serem efetivados (WOIDA, 2008, p. 113).

Nesse contexto, identifica-se a cultura informacional como base para a realização da mediação da informação, tendo como resultado a obtenção de um ambiente informacional colaborativo e compartilhado, além de incentivar a busca e o uso por novas informações.

2.3 Mediação da informação contábil para a tomada de decisão

Na Ciência Contábil é possível encontrar registros pré-históricos, pois desde os primórdios o ser humano tem como objeto a mensuração do patrimônio. Até nos dias atuais a Ciência Contábil mantém sua relevância, pois suas informações evidenciam

a memória das operações das organizações, possibilitando a recuperação da informação a qualquer tempo.

Sobre a Ciência Contábil, Padoveze (2018, p. 3) explica que se trata de um “[...] sistema de informação que controla o patrimônio de uma entidade.” Dos registros feitos em cavernas, posteriormente no papiro, à pena, no mecanógrafo e atualmente utilizando as tecnologias da informação, o papel da contabilidade é registrar os fluxos informacionais formais, processar essas informações e condensá-las nos chamados Demonstrativos Contábeis, considerados relatórios esses que evidenciam em um dado momento a saúde financeira e patrimonial da organização.

Como elucidado, a profissão contábil apesar de milenar, exige do profissional contábil contemporâneo a gestão da informação contábil. Esse profissional pode ser considerado como profissional da informação, pois é o responsável técnico em processar os fluxos informacionais formais, além de orientar a organização quanto a qualidade da informação contábil, exigida principalmente pelo fisco, mas também para apuração correta dos resultados. Ademais, presta orientações sobre as documentações nas organizações, socializa e compartilha as informações com os usuários da informação. Por conseguinte, admite-se que pode ser considerado como gestor da informação e também mediador da informação.

Os trabalhos técnicos do profissional contábil contemplam orientações quanto a documentações, recuperação da informação, processamento de informações, elaboração de livros e Demonstrativos Contábeis, sendo que a finalização dos trabalhos técnicos recebe o aval onde constam o nome, o cadastro de pessoa física e registro junto ao Conselho Regional de Contabilidade do profissional contábil. Ou seja, o profissional contábil dá fé pública nas informações garantindo a integridade e fidedignidade das informações que ocorreram nos fluxos informacionais formais das organizações, e responde civil e solidariamente à essas informações. As informações contábeis devem ser evidenciadas e divulgadas pelo profissional contábil, como complementam Smith e Fadel (2010) ao afirmarem que o profissional contabilista é considerado o gestor da informação contábil e tem a responsabilidade do processo de elaboração e divulgação da informação contábil financeira aos usuários internos e externos.

A divulgação das informações contábeis remete ao processo de socialização e compartilhamento das informações, ou seja, as informações nos Demonstrativos Contábeis não devem ser realizadas somente para o arquivamento e/ou para atender exigências fiscais, mas para serem divulgadas de forma que seus usuários se apropriem dessas informações e possam tomar decisões mais seguras quanto ao destino da organização.

Nesse sentido, pode-se afirmar que o profissional contábil assume além do papel de gestor da informação o papel de mediador da informação, visto que geralmente

os usuários da informação contábil não são sabedores, ou seja, não possuem a competência em informação suficientes para compreenderem, se apropriarem, e dar sentido à essas informações. São aqueles que organizam e permitem o acesso a um grupo de informações formais, manejam informações por períodos de tempo e permanecem sendo responsáveis pelos registros realizados, por isso se constituem em mediadores da informação.

Compreendem-se como usuários da informação contábil os usuários internos que são os funcionários, gestores, diretores, proprietários, e os usuários externos as instituições financeiras, fornecedores, clientes e principalmente o governo. Compreende-se que todos os usuários citados têm o interesse em comum em saber a atual situação financeira da organização para tomar decisões.

Uma vez que as decisões são tomadas sem conhecer o cenário/circunstância em relação aos resultados da organização, desconhece-se os riscos envolvidos, pois baseia-se no empirismo, ao invés de números que evidenciam a realidade da organização, como advertem Lousada e Valentim (2008, p. 244) “[...] uma decisão errada pode ser fatal para a organização, portanto, qualquer erro pode gerar transtornos de grande magnitude”.

O profissional contábil ao realizar o papel de agente mediador é capaz de uma ação de interferência que propicia a apropriação da informação com o objetivo de satisfazer plena ou parcialmente a necessidade informacional dos usuários. Smith e Fadel (2010, p. 182) ainda fazem um alerta aos empresários e contabilistas que se ambos “[...] não visualizarem a informação contábil como valor estratégico, provavelmente suas empresas, ao longo do tempo, serão expelidas do mercado ou forçadas à mudança pela própria demanda informacional dos usuários”.

A Ciência Contábil e a Ciência da Informação se inter-relacionam no sentido de que ambas tem a preocupação com a qualidade da informação, mediação da informação, necessidade, uso, busca e compartilhamento da informação, informações utilizadas no processo decisório e na geração de vantagem competitiva com o uso inteligente da informação.

Malacrida, Yamamoto e Paccez (2019) explicam que a contabilidade no Brasil passou por um processo intenso de mudanças devido a adoção das normas internacionais de contabilidade, sendo que esta convergência enfrenta desafios para a implementação, pois implica mudanças de filosofia, de posturas, de pensamentos que envolvem aspectos legais, culturais, técnicos, organizacionais e comportamentais.

Diante do cenário de mudanças que a Ciência Contábil está passando, é possível inferir que a Ciência da Informação pode contribuir com a Ciência Contábil, principalmente nos estudos da gestão da informação, comportamento informacional, cultura informacional, mediação da informação e uso da informação contábil para construção da inteligência competitiva organizacional.

Considera-se que a mediação da informação entre o profissional contábil e o usuário interno, que são os gestores e proprietários, somente ocorre a partir da cultura informacional, a qual merece destaque nesse cenário. A partir do ambiente informacional do usuário interno, ou seja da organização, a qualidade informacional é refletida na Ciência Contábil, pois há tratamento e organização por parte da gestão da informação, bem como o comportamento informacional é constantemente impulsionado a socializar e compartilhar as informações.

A cultura informacional existente no relacionamento entre o profissional contábil e o usuários internos, sendo esses gestores e proprietários, ocorre a partir do tripé pessoas, tecnologias da informação e comunicação (TIC) e informação, na medida que essa conexão possibilita a mediação e a apropriação da informação para tomada de decisão. Sem a existência da cultura informacional em ambos ambientes, pode inexistir a mediação e apropriação da informação, ou seja, as organizações deixam de contar com as informações contábeis norteadoras, além do mais, o profissional contábil passa a limitar sua capacidade como em tempos remotos, também chamado de guarda livros.

3 | RESULTADOS E DISCUSSÕES

A gestão da informação é responsável por realizar o tratamento e a organização para garantir a qualidade das informações formais. Informações essas que estão em documentos, como por exemplo, notas fiscais, contratos, recibos, extratos bancários, comprovantes de pagamentos, documentos pertinentes à folha de pagamento, dentre outros, os quais são registrados e processados pela Ciência Contábil.

A organização que faz uso da gestão da informação em seu ambiente informacional pode gerenciar melhor seus fluxos informacionais formais com respaldo de documentação idônea. A Ciência Contábil nesse contexto refletirá a organização da informação e garantirá as características qualitativas das informações gerando a memória organizacional, proporcionando a qualquer tempo a recuperação da informação. Devido as obrigações legais, as organizações devem manter por tempo indeterminado essa memória informacional contábil, cujas evidências se encontram armazenadas nos livros e Demonstrativos Contábeis utilizando as tecnologias da informação.

Dessa forma, tem-se a cultura informacional como base para que a informação do ambiente informacional contribua com a Ciência Contábil de forma íntegra, tempestiva e fidedigna, de forma que retrate a situação financeira e patrimonial da organização.

O profissional contábil tem o importante papel como profissional da informação

em ser o agente mediador da informação contábil em ações voltadas a socializar e compartilhar as informações no sentido de interpretar e traduzir as informações contábeis, principalmente para usuários internos, para que haja a apropriação dessas informações, ou seja, compreendê-las e criar significado.

Para melhor compreensão do raciocínio dessa dinâmica, foi elaborada a figura 1 no formato de um mapa conceitual que destaca a cultura informacional como base estrutural de todo tratamento da informação no ambiente informacional na qual alicerça a mediação e viabiliza a tomada de decisão.

Conforme Belluzzo (2007, p. 75) o mapa conceitual ou mapa mental pode rastrear todo o processo de pensamento, pois trata-se de “representações de relações entre conceitos, ou entre palavras que substituem os conceitos, através de diagramas, nos quais o autor pode utilizar sua própria representação [...]”.

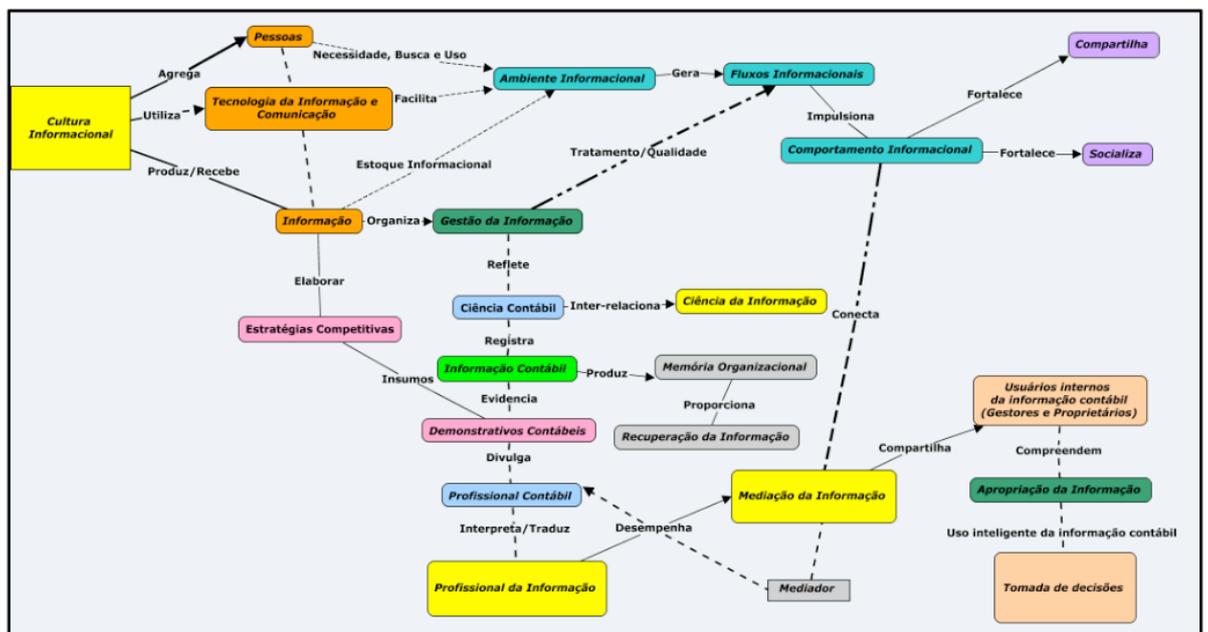


Figura 1 – Cultura informacional como base para a tomada de decisão

Fonte: elaborado pelas autoras (Resultados da pesquisa).

Assim, o mercado cada vez mais globalizado e competitivo não cede mais espaço para a desorganização da informação e/ou desinformação, visto que a informação é um recurso essencial e estratégico que influencia na condição de sobrevivência ou não da organização. Woida (2016) esclarece que dependendo da cultura instalada na organização ela pode ser um obstáculo para a gestão da informação, caso os valores e crenças da organização não permitam o acesso e o compartilhamento da informação.

Portanto, a informação contábil é preciosa como insumo para a elaboração de estratégias competitivas, assegurando a tomada de decisão mais consciente dos riscos e oportunidades envolvidos e também mais responsável, ética e transparente.

4 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo buscou-se identificar a cultura informacional como base para realização da mediação da informação contábil como subsídios ao processo de tomada de decisão. Também verificou-se a necessidade de mais produções científicas sobre o campo de estudos da cultura informacional em relação a área da Ciência da Informação, bem como faz-se necessário a introdução dessa temática na Ciência Contábil, pois esta ciência também lida com pessoas, tecnologia da informação e comunicação (TIC) e informação, sendo que a cultura informacional pode contribuir eficazmente em relação ao manejo da informação contábil.

Para que se concretize o ápice da apropriação da informação, ou seja, compreender e criar significados para a informação, é fundamental a existência da cultura informacional como base, sendo que por meio dela é que se viabiliza a mediação da informação, justamente por propor padrões comportamentais que estimulam a compreensão e o significado dado ao papel do mediador e do usuário da informação, bem como por determinar o que se valoriza em termos de manejo, produção e uso da informação contábil.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA JÚNIOR, O. F. Mediação da informação: ampliando o conceito de disseminação. *In*: VALENTIM, M. L. P. (org.). **Gestão da Informação e do Conhecimento**. São Paulo: Polis: Cultura Acadêmica, 2008. p.41-54.
- ALMEIDA JÚNIOR, O. F.; BARBOZA, E. L. A mediação da informação nas discussões sobre os fluxos informacionais. **Revista Inf. Pauta**, Fortaleza, CE, v. 2, n. 2, p. 55-73, jul./dez. 2017.
- BELLUZZO, R. C. B. **Construção de Mapas**: desenvolvendo competências em informação e comunicação. 2. ed. Bauru: Cá Entre Nós, 2007.
- BELLUZZO, R. C. B. B; SANTOS, C. A.; ALMEIDA JÚNIOR, O. F. A competência em informação e sua avaliação sob a ótica da mediação da informação: reflexões e aproximações teóricas. **Revista Inf. Inf.**, Londrina, v. 19, n. 2, p.60-77, maio/ago. 2014.
- BES, P. **Cultura Organizacional e Educação**. Porto Alegre: SAGAH, 2017.
- CAVALCANTE, L. F. B.; VALENTIM, M. L. P. Comportamento informacional em ambientes empresariais. *In*: VALENTIM, M. L. P. (org.). **Gestão da Informação e do Conhecimento**. São Paulo: Polis: Cultura Acadêmica, 2008. p.117-127.
- CHIAVENATO, I. **Gestão de pessoas**: o novo papel dos recursos humanos nas organizações. 4. ed. Barueri: Manole, 2014.
- CHOO, C. W. **A organização do conhecimento**: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. 2. ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.
- DAVENPORT, T. H.; PRUSAK, L. **Ecologia da informação**: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação. São Paulo: Futura, 1998.

FACHIN, J. Mediação da informação na sociedade do conhecimento. **Revista Biblos: Revista do Instituto de Ciências Humanas e da Informação**, Rio Grande, RS, v. 27, n. 1, p. 25-41, jan./jun. 2013.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LOUSADA, M.; VALENTIM, M. L. P. Informação orgânica como insumo do processo decisório empresarial. *In*: VALENTIM, M. L. P. (org.). **Gestão da Informação e do Conhecimento**. São Paulo: Polis: Cultura Acadêmica, 2008. p. 243-261.

MALACRIDA, M. J. C.; YAMAMOTO, M. M.; PACCEZ, J. D. **Fundamentos da contabilidade: a contabilidade no contexto global**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

OLIVEIRA, H. C. C. **A mediação em projetos de incentivo à leitura: a apropriação da informação para construção do conhecimento e do pensamento crítico**. 2015. 171f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Filosofia e Ciências, Marília, 2015.

PADOVEZE, C. L. **Manual de contabilidade básica: contabilidade introdutória e intermediária**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

PEREZ, F. C.; COBRA, M. **Cultura organizacional e gestão estratégica: a cultura como recurso estratégico**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

RASTELI, A. **Mediação da leitura em bibliotecas públicas**. 2013. 170f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Filosofia e Ciências, Marília, 2013.

SANTOS NETO, J. A. **Mediação Implícita da Informação no discurso dos bibliotecários da Biblioteca Central da Universidade Estadual de Londrina (UEL)**. 2014. 193f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Filosofia e Ciências, Marília, 2014.

SCHEIN, E. H. **Cultura organizacional e liderança**. São Paulo: Atlas, 2017.

SMITH, M. S. J. **A cultura informacional como alicerce de gestão contábil nas pequenas e médias empresas**. 2013. 256f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Filosofia e Ciências, Marília, 2013.

SMITH, M. S. J.; FADEL, B. A inter-relação entre o profissional da informação e o profissional contabilista: necessidades informacionais. *In*: VALENTIM, M. L. P. (org.). **Gestão, mediação e uso da informação**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. p. 169-189.

WOIDA, L. M. **A cultura informacional na documentação**. Jundiaí: Paco Editorial, 2016. 229p.

WOIDA, L. M. **Cultura informacional voltada à inteligência competitiva organizacional no setor de calçados de São Paulo**. 2008. 254f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Filosofia e Ciências, Marília, 2008.

WOIDA, L. M.; VALENTIM, M. L. P. Cultura Organizacional/Cultura Informacional: a base do processo de inteligência competitiva organizacional. *In*: VALENTIM, M. L. P. (org.). **Informação, Conhecimento e Inteligência Organizacional**. 2. ed. Marília: FUNDEPE Editora, 2006. p. 25-44.

MEDIAÇÃO CULTURAL: PRODUÇÃO CIENTÍFICA NA CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO NO BRASIL

Data de aceite: 27/01/2020

Data de submissão: 04/11/2019

Alessandro Rasteli

Doutor em Ciência da Informação

Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita
Filho

Marília – São Paulo

<http://lattes.cnpq.br/2296303751873886>

RESUMO: Apresenta um mapeamento da produção científica sobre a mediação cultural no campo da Ciência da Informação no Brasil. Explora a base BRAPCI, a Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações e os Anais do Encontro Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciência da Informação. Tem como objetivos: identificar a maior concentração de estudos dos programas de pós-graduação com vistas a ampliar o conhecimento da área por pesquisadores e profissionais interessados, verificando também a evolução das pesquisas e o interesse de pesquisadores e instituições de ensino quanto ao tema a fim de se criar uma rede temática contribuindo para a sistematização das informações e de indicadores das tendências da pesquisa sobre mediação cultural em Ciência da Informação. Constitui-se em estudo bibliométrico, com abordagem quantitativa, por analisar uma disciplina da Ciência da

Informação no contexto da mediação cultural através da análise das amostras de publicações científicas.

PALAVRAS-CHAVE: Mediação cultural. Ciência da Informação. Produção científica – mediação cultural. Bibliometria.

CULTURAL MEDIATION: SCIENTIFIC PRODUCTION IN INFORMATION SCIENCE IN BRAZIL

ABSTRACT: It presents a mapping of scientific production on cultural mediation in the field of Information Science in Brazil. It explores the BRAPCI database, the Brazilian Digital Library of Theses and Dissertations, and the Annals of the National Information Science Research and Graduate Meeting. Its objectives are: to identify the largest concentration of studies of postgraduate programs with a view to broadening the knowledge of the area by researchers and interested professionals, also checking the evolution of research and the interest of researchers and educational institutions in order to create a thematic network contributing to the systematization of information and indicators of research trends on cultural mediation in Information Science. It's a bibliometric study, with quantitative approach, for analyzing a discipline of Information Science in the context of cultural mediation through the

analysis of samples of scientific publications.

KEYWORDS: Cultural mediation. Information Science. Scientific production - cultural mediation. Bibliometrics.

1 | INTRODUÇÃO

A noção de mediação cultural surgiu, institucionalizou-se e desenvolveu-se em solo francês, ganhando depois projeção para outros lugares como os países francófonos (Suíça, Bélgica e Canadá), península ibérica (Espanha e Portugal) e latino-americanos (Argentina, Chile e Brasil).

A mediação cultural, na França, é recente nos diversos campos da atividade social, mas ampliou-se, desde os anos de 1970, de forma inflacionária nos campos do direito, família, medicina, educação e mídia, apenas para citar alguns.

Bordeaux (2008, p.2) descreve que a sua expansão é paralela à pluralização do laço social nas sociedades modernas, à degradação da coesão social e distorções entre os sistemas institucionais de lidar com problemas públicos e a realidade de seus efeitos.

Os estudos da mediação no Brasil sob a ótica da Ciência da Informação começaram a se desenvolver em fins do século XX e anos iniciais do século XXI, consolidando-se como um dos segmentos dessa área e articulando-se com outras disciplinas, desdobrando-se em núcleos epistemológicos compostos pela mediação da informação, mediação da leitura, mediação cultural e mediação tecnológica.

Os estudos da mediação ganharam impulso com a expansão da Ciência da Informação no Brasil a partir das implantações dos grandes sistemas de informações (1950-1980)¹, como também da criação dos cursos de pós-graduação na área.

Retrospectivamente, em 1989 é criada a ANCIB - Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciência da Informação, considerada a principal sociedade científica da área. A partir de 1994, a ANCIB realiza o ENANCIB - Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação. No âmbito dos Encontros Nacionais de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciência da Informação e Biblioteconomia, a mediação aparece em primeiro momento vinculada aos estudos sociais da informação tratados pelo grupo de trabalho “Informação e Sociedade/Ação Cultural” que passa a se chamar, em 2005, “Mediação, circulação e uso da Informação” e posteriormente, em 2009, passa a ser denominado de “Mediação, circulação e apropriação da informação”.

De acordo com a pesquisa realizada por Martins (2010), o mapeamento do termo mediação nos anais do ENANCIB demonstrou que se a exibição do conceito no grupo de trabalho “Informação e Sociedade/Ação Cultural” é tímida durante os cinco primeiros encontros em que o GT esteve atuante, no entanto, ela se intensificará de

modo significativo a partir da alteração do nome do grupo de trabalho, em 2005.

Observa-se que o termo mediação na Ciência da Informação brasileira tem sido empregado historicamente para designar práticas, operações e processos que envolvem o acesso, o fluxo e a apropriação da informação, bem como a elaboração de conhecimento e a produção de sentidos pelos sujeitos, apoiando-se no agente mediador especializado, o bibliotecário ou profissional de informação, e nos dispositivos produtores de sentidos.

Perrotti (2016) esclarece que refletir sobre a noção da mediação cultural torna-se um exercício necessário, já que ela se apresenta como categoria não só cada vez mais presente no país e no mundo, como promissora à análise de questões culturais próprias da contemporaneidade, embora não exclusivamente dela.

Dessa forma, a relevância desta investigação decorre do crescimento, interesse e pertinência de pesquisas e estudos em torno da temática, além dos recentes esforços da cientometria na compreensão das dinâmicas da ciência a partir da análise das publicações científicas. A avaliação da produção científica tem merecido a atenção de pesquisas em diferentes áreas, como a sociologia da ciência, a cientometria e a bibliometria, além de constituir interesse de agências nacionais e organismos internacionais preocupados com o desenvolvimento da ciência e tecnologia.

Diante dos pressupostos apresentados, objetivou-se em descrever a evolução temática da produção científica sobre a mediação cultural, identificando a maior concentração de estudos dos programas de pós-graduação com vistas a ampliar o conhecimento da área por pesquisadores e profissionais interessados.

Investigar o conhecimento produzido na literatura brasileira sobre a mediação cultural sob a ótica da Ciência da Informação implica verificar o interesse de pesquisadores e instituições de ensino quanto ao tema, contribuindo, dessa forma, para a sistematização das informações e de indicadores das tendências da pesquisa sobre o tema.

Para desenvolver os indicadores da produção científica da literatura brasileira sobre a mediação cultural, na Ciência da Informação, o trabalho se estruturou nas seguintes seções: 1) introdução; 2) percurso metodológico; 3) mediação cultural: parâmetros teóricos; 4) resultados da amostragem e discussões e no final, projetaram-se questões relacionadas às tendências de investigações científicas sobre a mediação cultural, contemplando-se também em perceber o interesse e o avanço de pesquisas sobre a temática.

2 | PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Constitui-se em estudo bibliométrico com abordagem quantitativa, analisando-

se uma disciplina da Ciência da Informação no contexto da mediação cultural através da análise das amostras de publicações científicas.

De acordo com Araújo e Alvarenga (2011), a bibliometria possui um papel relevante na análise da produção científica de um país, uma vez que seus indicadores retratam o grau de desenvolvimento de uma área do conhecimento de um campo científico ou de saber.

O método utilizado foi a pesquisa bibliográfica destacando-se autores que tratam da mediação cultural na Ciência da Informação no Brasil. No levantamento bibliográfico, recuperaram-se documentos constituídos das seguintes bases de dados:

- a) Artigos científicos pesquisados na Base de Dados Referencial de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação (BRAPCI);
- b) Trabalhos publicados nos Anais do Encontro Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciência da Informação (ENANCIB), recuperados pelo *site* da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciência da Informação (ANCIB);
- c) Pesquisas oriundas de teses e dissertações indexadas na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) disponibilizadas pelo Instituto Brasileiro de Ciência e Tecnologia (IBICT).

O critério utilizado para a seleção dos documentos foi a presença do termo <mediação cultural> nos campos “título”, “assunto” e “resumo”.

A Base de Dados Referenciais de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação (BRAPCI) disponibiliza artigos de 57 revistas científicas, além dos anais do ENANCIB. Na BRAPCI, foi possível realizar o resgate de 32 (trinta e dois) artigos publicados em periódicos científicos abrangendo as datas entre 1980 a outubro de 2019.

O Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação (ENANCIB) é promovido pela ANCIB. Em 2019, o ENANCIB fez a sua 20^a. edição. Referente aos seus anais, foram recuperados 27 documentos datados entre 2007 a 2019.

Em relação às pesquisas indexadas na Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD) acessadas pelo *site* do IBICT, recuperou-se um total de 20 pesquisas, sendo 6 teses e 14 dissertações, abrangendo os períodos entre 2008 a outubro de 2019.

Após a coleta de dados, realizou-se a análise dos dados obtidos a fim de se descrever as características da amostra, observando-se o tipo e o ano de publicação, os autores mais publicados e a maior concentração de teses e dissertações dos programas de pós-graduação em Ciência da Informação no Brasil.

3 | MEDIAÇÃO CULTURAL: PARÂMETROS TEÓRICOS

A noção de mediação cultural surgiu, institucionalizou-se e desenvolveu-se em solo francês, expandindo-se depois para outros países. Bersier (2017, p. 18) relata que a noção de mediação cultural realmente decolou durante a década de 1990, período que marca o início de sua institucionalização: primeiramente ligada ao mundo dos museus, logo se expandiu para novos lugares da cultura, como teatros, óperas, centros coreográficos, festivais, patrimônios, etc, sem esquecer as bibliotecas públicas.

No Brasil, os estudos da mediação, sob a ótica da Ciência da Informação, começaram a se desenvolver em fins do século XX e nos anos iniciais do século XXI, consolidando-se como um dos segmentos dessa área e articulando-se com outras disciplinas, desdobrando-se em núcleos epistemológicos compostos pela mediação da informação, mediação da leitura, mediação cultural e mediação tecnológica.

A mediação cultural refere-se a um esquema triangular no processo de apropriação cultural, sendo necessário a presença de mediadores para sanar as tensões sentidas entre os elementos da cultura e o público, o que gera uma situação de intervenção, intercâmbio e meios de interpretação.

Nesse caso, Dufrière e Gellereau (2004) descrevem a mediação cultural como um encontro, destacando que o mediador é aquele que possui conhecimento (competências, habilidades e pedagogias) e as ferramentas (instituições culturais, técnicas, suportes, linguagens etc.), para o seu desenvolvimento.

A mediação cultural é o centro do processo cultural (CAUNE, 2006, p. 132). Nessa vertente, destaca-se a mediação cultural sempre presente nos processos de apropriação que se instauram entre os sujeitos e os elementos da cultura. A apropriação da cultura, nesses termos, é da ordem simbólica, envolvendo objetos de informação e fenômenos culturais, impingindo sentidos, contemplando dimensões materiais, imateriais e subjetivas, notando-se a atuação dos mediadores e dos equipamentos culturais informacionais.

Nessa análise, Chantepie (2010, p. 1) percebe que as atividades de mediação cultural visam promover a apropriação coletiva de diferentes formas de artes e patrimônio em todos os campos artísticos e culturais.

Nesse aspecto, a crença na apropriação implica atuação e afirmação dos sujeitos nas dinâmicas de negociação de significados. A apropriação representa invenção e criação de significados, o que diferencia e constitui os negociadores como sujeitos da cultura, protagonistas, cidadãos (PERROTTI; PIERUCCINI, 2007).

Joli-Coeur (2007) apresenta a mediação cultural como área nova, propondo a revitalização dos laços sociais para aproximar os indivíduos da comunidade em busca da cultura, política e arte.

Entende-se a mediação de caráter histórico e social, onde se almeja que o repertório cultural da coletividade seja transformado através da apropriação cultural. Já no que diz respeito à produção e recepção de objetos culturais, os mediadores tendem a designar o conjunto de ações pelos quais os objetos podem se tornar conhecidos, compreendidos, recebidos e transformados.

A mediação cultural comporta a noção participativa dos sujeitos na cultura e nos processos de apropriação das informações, revelando o estabelecimento de interações simbólicas entre os sujeitos e o mundo cultural.

Desse modo, Rasteli (2019) avalia a mediação cultural como o conjunto de processos, interferências e dispositivos que possibilitam a apropriação cultural, colaborando na construção de significados com o intuito de se alcançar o protagonismo cultural e o desenvolvimento sociocultural.

A apropriação cultural está inserida no processo de produção de significados, constituindo-se em experiências para os sujeitos, vistos não como meros decodificadores de conteúdos, mas como produtores de novos significados inseridos em processos dinâmicos e em constante ressignificação da cultura.

4 | AMOSTRAS E RESULTADOS

Os artigos de periódicos indexados pela base de dados BRAPCI, os anais do ENANCIB e as pesquisas de mestrado e doutorado disponibilizadas pela BDTD representam o corpo de estudos e coleta de dados realizados.

| PERIÓDICOS | ANO | QUANTIDADE |
|---|------|------------|
| Revista da Escola de Biblioteconomia da UFMG | 1980 | 1 |
| Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação | 2008 | 1 |
| Perspectivas em Ciência da Informação | 2011 | 1 |
| | 2014 | 1 |
| Em Questão | 2011 | 2 |
| Informação & Sociedade: Estudos | 2012 | 1 |
| | 2017 | 1 |
| Múltiplos Olhares em Ciência da Informação | 2012 | 1 |
| Ciência da Informação | 2014 | 1 |
| Informação & Informação | 2014 | 1 |
| TransInformação | 2015 | 1 |
| | 2017 | 1 |
| Informação @ Profissões | 2016 | 4 |
| Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação | 2016 | 1 |
| | 2017 | 2 |
| Biblionline | 2017 | 1 |

| | | |
|--|------|---|
| Revista Brasileira de Educação em Ciência da Informação | 2017 | 2 |
| Encontros Bibli | 2014 | 1 |
| | 2018 | 1 |
| Informação em Pauta | 2018 | 1 |
| Ponto de Acesso | 2018 | 1 |
| Ciência da Informação em Revista | 2019 | 1 |
| Acervo - Revista do Arquivo Nacional | 2018 | 1 |
| | 2019 | 1 |
| Em Questão | 2019 | 1 |

Quadro 1 - Mediação cultural - BRAPCI

Fonte: BRAPCI, 2019.

Nos artigos resgatados, a publicação mais antiga a mencionar o tema da mediação cultural emergiu na Revista da Escola de Biblioteconomia da Universidade Federal de Minas Gerais, com o artigo do bibliotecário francês Victor Flusser intitulado “Uma biblioteca verdadeiramente pública”, de 1980.

Após um hiato de vinte e oito anos, o tema da mediação cultural ressurgiu em periódico em 2008 com artigo de Almeida.

O ano de 2010 não registrou nenhuma publicação sobre a temática, o que aconteceu somente no próximo ano com 1 publicação. Em 2012 verificou-se a publicação de 2 artigos científicos. No próximo ano, em 2013, também não foi detectado nenhum artigo. No entanto, a partir de 2014, as publicações sobre o tema seguiram ininterruptas, verificando-se nesse mesmo ano um montante de 4 publicações.

No ano de 2015 registrou-se a publicação de apenas 1 artigo científico. Diferentemente do ano seguinte quando foram publicados 5 artigos. Constatou-se em 2017 um ano profícuo para a temática, verificando-se a publicação de 7 artigos.

Em 2018 houve uma queda no número de publicações, observando-se 4 artigos. Em 2019, até o mês de outubro, foi constatado um montante de 3 publicações.

Informação@Profissões foi o periódico que mais publicou sobre o tema com 4 artigos, seguida pela Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação com 3 publicações.

Em 6 periódicos: Perspectivas em Ciência da Informação, Informação & Sociedade: Estudos, TransInformação, Revista Brasileira de Educação em Ciência da Informação, Encontros Bibli e Acervo - Revista do Arquivo Nacional, presenciou-se um total de 2 publicações em cada periódico.

| PESQUISAS | ANO | INSTITUIÇÃO |
|--------------------|------------|--------------------|
| Dissertação | 2008 | USP |
| Dissertação | 2009 | USP |
| Dissertação | 2010 | USP |
| Dissertação | 2011 | USP |
| | 2011 | USP |
| | 2011 | USP |
| Tese | 2011 | USP |
| Dissertação | 2013 | USP |
| | 2013 | USP |
| Dissertação | 2014 | USP |
| Tese | 2014 | USP |
| Dissertação | 2015 | USP |
| Tese | 2015 | UNB |
| | 2015 | USP |
| Tese | 2016 | UFB |
| | 2016 | USP |
| Dissertação | 2017 | USP |
| | 2017 | USP |
| Dissertação | 2018 | UFC |
| | 2018 | USP |
| Tese | 2019 | UNESP |

Quadro 2 – Biblioteca Digital de Teses e Dissertações

Fonte: BDTD, 2019.

Observa-se que a maior parte das pesquisas de doutorado e mestrado (14 dissertações e 6 teses) foram defendidas junto ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (PPGCI – ECA/USP).

O primeiro trabalho de pós-graduação envolvendo a temática da mediação cultural despontou com a dissertação de Válio (2008) com orientação de Grossmann. Válio (2008) executou um estudo exploratório sobre a atuação das práticas avaliatórias em exposição de arte.

Em sua dissertação de mestrado, Paschoal (2009) realizou um estudo exploratório sobre o conceito de mediação cultural dialógica a partir de oficinas de leitura comprometidas com o protagonismo cultural de crianças e adolescentes em situação de abrigo em uma cidade do interior paulista, sob a orientação de Perrotti.

No ano seguinte, a dissertação de mestrado de Silva (2010), com orientação de Perrotti, propôs a contribuição para o desenvolvimento do conceito de rede cultural,

instância fundamental na promoção de trocas simbólicas e interações indispensáveis aos processos culturais de construção de sentidos.

Em sua dissertação de mestrado, Rodrigues (2011), com orientação de Crippa, fez reflexões sobre o museu de arte virtual e a mediação cultural.

No mesmo ano, Souza (2011) realizou dissertação com a orientação de Crippa, com objetivo foi analisar a formação e apropriação de patrimônios culturais na cidade de Santa Rosa de Viterbo – SP por meio dos discursos e ações de seus moradores.

Ainda em 2011, Zarate apresentou dissertação de mestrado com orientação de Marco A. de Almeida, em que trabalhou com a relação das políticas públicas de cultura com um modelo de intervenção urbana na cidade de Santo André/SP.

Destaca-se que a primeira tese de doutorado, sob o escopo da Ciência da Informação, foi defendida em 2011 por Bottallo e orientação de Teixeira Coelho. Bottallo (2011) levantou questões sobre a mediação cultural e a construção de uma vanguarda institucional, verificando o caso da arte construtiva brasileira.

Santos (2013), sob a orientação de Pieruccini, em sua dissertação, fez um estudo exploratório sobre o processo de mediação e apropriação cultural de informação em um contexto social em Cambury, comunidade rural formada por pescadores e quilombolas que vivem na Mata Atlântica.

Ainda em 2013, Nakamura, com orientação de Crippa, estudou em sua dissertação as manifestações da cultura pop nipo-brasileira associadas aos descendentes de japoneses no Brasil e de artistas de outras origens que compartilham da estética da cultura pop japonesa.

Em 2014, Caires, com orientação de Pieruccini, realizou em sua dissertação um estudo do ensino da biblioteca e da apropriação cultural do dispositivo, tendo como parte essencial a elaboração de um programa de apresentação da biblioteca da Estação do Conhecimento do Programa Einstein na Comunidade Paraisópolis, espaço singular para a construção de saberes informacionais. No mesmo ano, Oliveira defendeu tese de doutorado sob a orientação de Perrotti. Oliveira (2014) contribuiu para a definição e desenvolvimento do conceito de negociação cultural, compreendido como categoria teórico-metodológica orientadora de processos de mediação voltados à apropriação da cultura escrita.

Em 2015, Dias, sob a orientação de Perrotti, trabalhou em sua dissertação as aproximações feitas pelas bibliotecas ao modelo adotado pelas livrarias a partir do exame das singularidades próprias a cada instituição.

Também em 2015, Perrotti orientou a tese de Paiva (2015), cujo objetivo consistiu em reafirmar a importância das trocas intergeracionais de experiências na qualificação de processos de construção de conhecimento e cultura na contemporaneidade.

Registrou-se, ainda em 2015, o primeiro trabalho realizado fora da ECA/USP, com a tese de Aldabalde, sob a orientação de Rodrigues. Aldabalde (2015) pesquisou

a mediação cultural no arquivo público do estado do Espírito Santo.

Em 2016, Sá, sob a orientação de Carvalho, da Universidade Federal da Bahia, realizou a tese de doutorado onde demonstrou, através da análise e leitura dos registros fotográficos de objetos que compõem uma casa, que os mesmos podem se constituir numa fonte mediadora de informação sobre o capital social e cultural de um sujeito ressaltando, nesse processo, o olhar do fotógrafo como mediador.

No mesmo ano, Lima (2016), sob a orientação de Perrotti, defendeu a tese de doutorado, onde interrogou a formação do bibliotecário como um mediador cultural, sujeito comprometido com processos de apropriação e de protagonismo cultural no país.

Nos anos de 2017 e 2018 registraram-se apenas dissertações de mestrado: Alberto (2017), sob a orientação de Pieruccini, tratou da formação continuada de educadores mediadores culturais em ambientes informacionais educativos. Galegale (2017), tendo como orientadora Oliveira, buscou compreender a mediação cultural frente à configuração de dinâmicas e práticas culturais emergentes no contexto social e sua imbricação com o advento das mídias sociais.

Mendonça (2018), sob a orientação de Feitosa, trabalhou em sua dissertação a tipografia como manifestação cultural. No mesmo ano, Virgínio (2018), com orientação de Perrotti, pesquisou em sua dissertação as relações intersemióticas entre oralidade e outras formas de expressão cultural, tendo em vista a construção de referências teóricas e metodológicas próprias a processos de mediação e apropriação cultural, em espaços biblioteconômicos contemporâneos.

Em 2019, Rasteli, sob a orientação de Caldas, defendeu a tese de doutorado cujo objetivo foi a formulação de um conceito para a mediação cultural em bibliotecas, observando-se o percurso histórico e cultural das bibliotecas brasileiras.

Verificou-se que a maior produção de pesquisas sobre a mediação cultural deve-se ao PPGCI da ECA/USP, totalizando 12 dissertações e 4 teses.

Nota-se que a produção de outros programas de pós-graduação é ainda reduzida, contando-se com 1 tese da Universidade de Brasília, 1 da Universidade Federal da Bahia, 1 da Universidade Estadual Júlio de Mesquita Filho e 1 dissertação da Universidade Federal do Ceará.

Deve-se a Perrotti o maior número de orientações, contabilizando-se 7, entre 4 dissertações e 3 teses. Em seguida, tem-se Crippa com 3, Pieruccini também com 3 e Almeida com 2.

| ENANCIBS | QUANTIDADES |
|-------------|-------------|
| VIII - 2007 | 1 |
| IX - 2008 | 2 |
| X - 2009 | 1 |

| | |
|--------------|---|
| XI - 2010 | 0 |
| XII - 2011 | 2 |
| XIII - 2012 | 2 |
| XIV - 2013 | 1 |
| XV - 2014 | 0 |
| XVI - 2015 | 1 |
| XVII - 2016 | 4 |
| XVIII - 2017 | 4 |
| XIX - 2018 | 5 |
| XX - 2019 | 4 |

Quadro 3 – Anais do ENANCIB

Fonte: ANCIB, 2019.

Verifica-se que a primeira publicação sobre a mediação cultural surgiu em 2007 na 8^a. edição do ENANCIB com a publicação de Almeida (2007). Em 2008, o autor novamente apresentou a temática junto a Crippa, período também evidenciado com o trabalho de Pieruccini (2008).

Destaca-se que a produção nos anos seguintes é mínima, observando-se nenhuma publicação em períodos como 2010 e 2014. Somente a partir de 2016 o volume de publicações acerca do tema aumentou, permanecendo com 4 trabalhos na última edição em 2019.

Crippa é a autora com maior número de trabalhos apresentados no evento contando com 4 ocorrências, seguido por Perrotti com 3 e Pieruccini com 2 trabalhos.

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presença do termo mediação na Ciência da Informação no Brasil avançou progressivamente a partir dos anos iniciais do século XXI. Especificamente sobre a mediação cultural, constatou-se que os debates despontaram em 2007, enfatizando-se o pioneirismo de autores como Almeida (2007), Perrotti e Pieruccini (2007) e Almeida e Crippa (2008).

Apesar da publicação em periódico sobre a mediação cultural constar de 2008, a temática já havia sido apresentada por Almeida em 2007 por ocasião da 8^a. edição do ENANCIB e em 2007, por Perrotti e Pieruccini em livro digital.

Observou-se que a partir de 2007, o interesse sobre a temática resultou no aumento gradativo de publicações tanto em periódicos da área, quanto em pesquisas apresentadas nos ENANCIBs, como também em teses e dissertações produzidas pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Escola

de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (PPGCI – ECA/USP).

Visualizou-se uma maior concentração acerca de trabalhos que abordam a mediação cultural em periódicos, contabilizando-se 31 artigos científicos, seguido por 27 trabalhos apresentados no ENANCIB e 21 pesquisas de pós-graduação.

Os estudos sobre a análise da produção científica vêm consolidando-se como ferramenta relevante nos últimos tempos, já que através deles é possível a identificação de indicadores, características, tendências, dinâmicas e articulações sociais expressas por essas produções.

Avalia-se que o conhecimento das características sobre a produção da mediação cultural no Brasil torna-se proeminente, uma vez que trará contribuições para os estudos da área.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, M. A. Mediação cultural e da informação: considerações socioculturais e políticas em torno do conceito. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 8., 2007, Salvador. **Anais...** Salvador: ANCIB. PPGCI-UFBA, 2007. Disponível em: <http://enancib.ibict.br/index.php/enancib/viiienancib/schedConf/presentations>. Acesso em: 12 de out. 2018.

ALMEIDA, M. A.; CRIPPA, G. A Ex-posição: uma experiência de mediação cultural. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 9., 2008, São Paulo. **Anais...** São Paulo: ANCIB. PPGCI-USP, 2008. Disponível em: <http://enancib.ibict.br/index.php/enancib/ixenancib/schedConf/presentations>. Acesso em: 18 de set. 2018.

ARAÚJO, R. F.; ALVARENGA, L. A bibliometria na pesquisa científica da pós-graduação brasileira de 1987 a 2007. **Encontros Bibli**, v. 16, n. 31, 2011. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2011v16n31p51>. Acesso: 20 de out. 2019.

BERSIER, T. **Médiation culturelle à la Bibliothèque communale de La Tour-de-Peilz: de l'organisation d'animations à l'élaboration d'une politique de médiation culturelle**. Travail de Bachelor réalisé en vue de l'obtention du Bachelor HES. Haute École de Gestion de Genève (HEG-GE) Filière Information documentaire, Carouge, 2017. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/147103662.pdf>. Acesso: 22 de out. 2018.

BORDEAUX, M. C. La médiation culturelle en France: conditions d'émergence, enjeux politiques et théoriques. Actes du colloque international sur la médiation culturelle, Montréal, 4-5 décembre, 2008. Montréal: Culture pour tous/UQAM. Disponível em: <http://www.culturepourtous.ca/forum>. Acesso: 23 de out. 2018.

CAUNE, J. **La Démocratisation culturelle: une médiation à bout de souffle**. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble, 2006.

CHANTEPIE, P. Cultural promotion: the human resource management issue. In: AUBOUIN, N.; KLETZ, F.; LENAY, O. (Orgs.) **Médiation culturelle: l'enjeu de la gestion des ressources humaines**. **Culture études**, n. 1, p. 1-12, 2010. Disponível:

<https://www.cairn.info/revue-culture-etudes-2010-1-page-1.htm?contenu=article>. Acesso: 13 de nov. 2018.

DUFRÊNE, B., GELLEREAU, M. **La médiation culturelle: enjeux professionnel set politiques**. *Hermès*, n.38, p.199-206, 2004. Disponível em:

http://documents.irevues.inist.fr/bitstream/handle/2042/9450/HERMES_2004_38_199.pdf?sequence=1. Acesso: 23 de nov. 2018.

JOLI-COEUR, S. Définition des termes et des concepts lexique et bibliographie. In: GROUPE DE RECHERCHE SUR LA MÉDIATION CULTURELLE. Montréal: Montréal 2007. Disponível em: http://montreal.mediationculturelle.org/wp-content/uploads/2010/04/lexique_biblio_2007-2008.pdf. Acesso em: 22 de set. 2018.

MARTINS, A. A. L. 253 f., 2010. **Mediação**: reflexões no campo da Ciência da Informação. Dissertação (Mestrado), Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2010. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/handle/1843/ECID-88MHR9>. Acesso: 20 de out. 2018.

PERROTTI, E. Mediação cultural: além dos procedimentos. In: SALCEDO, D. A. (Org.) **Mediação cultural**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2016.

PERROTTI, E.; PIERUCCINI, I. Infoeducação: saberes e fazeres da contemporaneidade. In: LARA, M. L. G.; FUJINO, A.; NORONHA, D. P. (Org.) **Informação e contemporaneidade**: perspectivas. Recife: Néctar, ECA/USP, 2007. Disponível em: <http://www.pos.eca.usp.br/sites/default/files/file/ciencianformacao/informacaoContemporaniedade.pdf>. Acesso: 05 jul. 2018.

RASTELI, A. **Mediação cultural em bibliotecas**: contribuições conceituais. 2019. 276 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, Marília, 2019. Disponível em: https://www.marilia.unesp.br/Home/Dissertacoes/rasteli_a_do_mar. Acesso em: 4 de set. 2019.

BENEFÍCIOS DO DESIGN THINKING NA FORMAÇÃO DE BIBLIOTECÁRIOS INOVADORES

Data de aceite: 27/01/2020

Data de Submissão: 01/11/2019

Isaac Brito Roque

Universidade Federal do Cariri, Juazeiro do Norte,
Ceará - Brasil.

<https://orcid.org/0000-0002-8856-6871>

David Vernon Vieira

Universidade Federal do Cariri, Juazeiro do Norte,
Ceará - Brasil.

<https://orcid.org/0000-0001-8229-162X>

RESUMO: Em um contexto complexo de informação e sob o excesso de conteúdo em que as pessoas estão expostas, muitas provocações tem se perpetuado nos discursos acadêmicos a respeito das Tecnologias da Informação e do papel dos bibliotecários diante do cenário atual. Em meio aos crescentes debates acerca dos desafios, fronteiras, ameaças e soluções, diversas alternativas têm se reproduzido pelo discurso e prática profissional da área para o beneficiamento de sua atuação. É neste sentido que o presente trabalho se debruça, buscando identificar os benefícios do *Design Thinking* para a formação de bibliotecários capazes de desenvolver competências que promovam a inovação, aptos a oferecer serviços e produtos em seus ambientes e atividades profissionais de acordo com as reais

necessidades dos utilizadores. Assim, pretende aplicar uma metodologia qualitativa de revisão bibliográfica, identificando o “estado da arte” ou alcance das fontes de referência a respeito das características e oportunidades existentes entre o *Design Thinking*, a inovação e as competências dos bibliotecários, estabelecendo, dessa forma, a análise de literaturas científicas que expõe os principais experiências, conceitos e termos técnicos a serem usados, bem como a interpretação da relação existente entre eles. Desse modo, espera-se que o estudo possa garantir reflexões relevantes e atualizadas a respeito da disciplina de biblioteconomia, sobretudo para o encorajamento eficaz das técnicas e das ferramentas do *Design Thinking* no desenvolvimento de competências que permitam gerar produtos e serviços inovadores, reforçando a importância da implementação desta disciplina no currículo da formação do bibliotecário e potencializando seu desempenho em atividades criativas, colaborativas e multidisciplinar.

PALAVRAS-CHAVE: Bibliotecário; Design Thinking; Formação; Inovação.

BENEFITS OF DESIGN THINKING IN TRAINING INNOVATIVE LIBRARIANS

ABSTRACT: In a complex context of information and under the excess of content in which people

are exposed, many provocations have been perpetuated in academic discourses regarding Information Technology and the role of librarians in the current scenario. Amid growing debates about challenges, borders, threats and solutions, several alternatives have been reproduced by the discourse and professional practice of the area for the benefit of its performance. It is in this sense that the present work focuses on identifying the benefits of Design Thinking for the formation of librarians capable of developing skills that promote innovation, able to offer services and products in their environments and professional activities in accordance with the real needs of the students. users. Thus, it intends to apply a qualitative methodology of bibliographic revision, identifying the “state of the art” or scope of the reference sources regarding the characteristics and opportunities existing between Design Thinking, innovation and the librarians’ competences, thus establishing the analysis of scientific literature that exposes the main experiences, concepts and technical terms to be used, as well as the interpretation of the relationship between them. Thus, it is hoped that the study can ensure relevant and up-to-date reflections on the library discipline, especially for the effective encouragement of Design Thinking techniques and tools in the development of competences that will generate innovative products and services, reinforcing the importance the implementation of this discipline in the curriculum of librarian education and enhancing its performance in creative, collaborative and multidisciplinary activities.

KEYWORDS: Librarian; Design Thinking; Formation; Innovation.

INTRODUÇÃO

“Em um mundo inundado de informações, clareza é poder”, assim Harari (2018) problematiza umas das questões mais influentes da existência humana, da qual *Scientia potentia est* (conhecimento é poder). Para o autor, o excesso de conteúdo em que as pessoas estão expostas, tem provocado muitas distrações e desinformações despreziosas com a verdade e com a sua relevância, tornando ainda menos lúcida a visão sobre o futuro da humanidade.

No que concerne às profissões, é cada vez mais difícil mensurar os contrastes que a Tecnologia da Informação está provocando, assim como está mais imprevisível definir perspectivas futuras, e por essa razão inovar parece não ser uma questão de escolha, mas da própria sobrevivência.

Logo, é por meio de bibliotecários que estes utilizadores inseguros podem encontrar amparo, pois a qualificação destes profissionais se fundamenta, principalmente, pelo comprometimento de se manterem sempre atualizados, uma vez que são mediadores da informação conscientes do seu ofício na administração dos serviços, produtos e processos informacionais, visando paulatinamente construir ambientes de socialização, integração e produção da informação.

As provocações entre ambientes físicos e digitais das bibliotecas nesta nova era têm aumentado e ancorado em infundáveis debates acerca dos seus desafios,

fronteiras, ameaças e soluções, cujo têm demandado à busca por melhorias do espaço. Parte destas mudanças pode ser observado, por exemplo, por meio dos *Learning Commons*, que de acordo com Valentim (2016) são locais de aprendizagem colaborativa, de encontros e reuniões, em que os utilizadores aprendem, falam, estudam e utilizam equipamentos, assim como em laboratórios especializados, tudo integrado aos serviços virtuais que visam o melhor desempenho nas experiências das pessoas, diferente das configurações de bibliotecas tradicionais. Para Santa Anna (2016) são portanto novos formatos que buscam reforçar atividades sociais de cultura, lazer, entretenimento, aprendizagem e de convivência.

A questão, contudo, é detectar entre as inúmeras metodologias profissionais qual melhor se propõe a avaliar os perfis do público de maneira a proporcionar soluções potencialmente inovadoras. Um recurso que tem se mostrado promissor nesta tarefa é a aplicação da metodologia do *Design Thinking*.

Portanto, a problemática deste trabalho é: quais são os benefícios da aplicação do *Design Thinking* na formação de bibliotecários visando a inovação? Então, o objetivo é discutir os benefícios do *Design Thinking* para a formação de bibliotecários visando desenvolver competências que promovam a inovação, sendo capazes de oferecer serviços e produtos em seus ambientes e atividades profissionais de acordo com as necessidades dos utilizadores.

METODOLOGIA

A metodologia aplicada se configura enquanto qualitativa de revisão bibliográfica, que busca identificar referências atualizadas a respeito das características e as oportunidades existentes entre o *Design Thinking*, a inovação e as competências dos bibliotecários. Essa revisão de literatura, considerando Prodanov e Freitas (2013), tem por finalidade realizar o levantamento das fontes teóricas contextualizadas de acordo com o tema da pesquisa e todo seu embasamento teórico, logo, busca identificar o “estado da arte” ou alcance das fontes utilizadas, estabelecendo, dessa forma, a análise de literaturas científicas que expõe os principais conceitos e termos técnicos a serem usados, bem como a interpretação da relação existente entre eles.

DESIGN THINKING EM BIBLIOTECAS

Franzato (2011) destaca que o objetivo principal do design para a obtenção de inovação é definir novos cenários para as atividades competitivas institucionais, procurando identificar trajetórias de inovação praticáveis e que permitam o desenvolvimento coerente da instituição.

O que se tem percebido cada vez mais é que o diferencial tecnológico e a

excelência de desempenho de uma instituição não é mais suficiente para garantir vantagens competitivas, já que as instituições têm buscado regularmente se adequar a estas novas realidades. Entretanto, como forma de superação, o quadro atual de investimento das instituições está sendo direcionado para o incentivo a busca por metodologias inovadoras, dentre elas o *Design Thinking*.

Vale ressaltar que apesar do termo *Design* remeter à uma disciplina específica, Juliani, Cavaglieri e Machado (2016) defendem não ser uma abordagem exclusiva da área, isto é, pode ser aplicada por qualquer indivíduo ou grupos de diferentes perfis. Em sua tradução literal, entende-se *design thinking* como “pensar como um designer pensa” e isso respalda em uma série de características, que de acordo com Hassi e Laakso (2012), são marcadas sobretudo pela dimensão prática, cognitiva e pelos seus modelos mentais, que tratam, entre outros aspectos, das ações centradas nos utilizadores, do papel colaborativo e por ser otimista.

Além disso, os procedimentos metodológicos estabelecidos propõem fundamentalmente estabelecer a integralização de sujeitos multidisciplinares para o desenvolvimento de soluções por meio da junção de ideias inovadoras. Vianna *et al.* (2012) também entende a metodologia como uma abordagem que utiliza o pensamento abduutivo, tal qual utilizado pelo designer na construção projetual e que se destaca pelo tipo de raciocínio não convencional para identificação dos problemas e idealização de soluções.

Portanto, é através do protagonismo e do envolvimento dos utilizadores nos processos metodológicos do *Design Thinking* que se busca identificar com precisão as reais necessidades e os prejuízos que envolvem os utilizadores e os profissionais das bibliotecas, com intuito de projetar soluções eficazes.

Atualmente, é cada vez mais comum encontrar exemplos a respeito da aplicação do *design thinking* para bibliotecas. Desde de sua aparição, muitas empresas de Design tem se dedicado a aperfeiçoar seus métodos, buscando aplicá-los em diferentes áreas. Pode-se destacar, por exemplo, os materiais elaborados pela empresa norte americana IDEO¹ intitulados *Kit Design Thinking for educators* e *Design Thinking for Library*. Além destas referências, um outro exemplo que merece menção é a experiência relatada por Coleman (2016) quanto a aplicação das ferramentas e etapas do *design thinking* para o processo de aprendizagem dos alunos nas bibliotecas escolares. O estudo demonstrou que a interação dos usuários na biblioteca por um período de doze semanas, imersos diariamente por quarenta minutos e trabalhando na construção de uma casa mais segura para a história de “Os três porquinhos”, os alunos foram capazes de compreender seu contexto sobre outras perspectivas, tornando os processos mais eficientes de interpretação, de aperfeiçoamento de vocabulário e da escrita, graças ao uso do *Design Thinking*.

1 Escritório de Design premiado de São Francisco - Califórnia (EUA).

De outro modo, Luca e Narayan (2016) trabalharam a abordagem do *Design Thinking* para solucionar problemas de sinalização e ambientação da biblioteca universitária da *University of Technology Sydney* (UTS), procurando aperfeiçoar as funções inerentes à orientação, instrução, direcionamento e até mesmo estético. Por fim, concluíram que o uso de processos que envolvem empatia, definição de problema, ideação de soluções, prototipagem e testes, podendo garantir mudanças significativas nas bibliotecas por intermédio de soluções relativamente econômicas; logo, defendem que o *Design Thinking* pode orientar os bibliotecários à criação de sistemas de sinalização que contribuam exponencialmente a experiência dos usuários de qualquer biblioteca.

Além destes autores e seus exemplos, é oportuno mencionar também os trabalhos de Ramírez e Zaninelli (2017); Catiri (2017); Beltagui (2018); Blakemore (2018); e Burguillos (2015); seus estudos trazem resultados positivos e otimistas quanto ao uso do *design thinking* para bibliotecas e seus recursos.

Sem dúvida o método exige transformações de comportamento, pois o design sempre se inicia pela empatia, já que estabelece um entendimento mais detalhado para quem se está projetando. Assim, a verdadeira empatia está em compreender o público usuário como pessoas reais com problemas reais, não como alvo para venda ou estatísticas demográficas, daí um bom exemplo de se definir como inadequada a expressão “público-alvo”. Por outro lado, envolve muito mais o entendimento dos desejos emocionais e “racionais” das pessoas (Liedtka e Ogilvie, 2011).

Passando a analisar os atributos profissionais da biblioteconomia, vale destacar a ideia de competência do bibliotecário, que está associada a uma série de questões que envolve a capacidade do profissional em realizar tarefas de maneira eficiente. Ferreira (2016) descreve informações relevantes a este respeito, segundo a autora a partir de 1969, com o início de uma série de estudos significativos sobre as mudanças em relação ao mercado de trabalho *versus* as competências dos profissionais da informação, pode-se perceber a amplitude e a abrangência das expressões. Conclui que em um mercado sob constante mudança surge a sensação de que, da formação acadêmica até o final do percurso profissional, as competências podem se tornar obsoletas e, por essa razão, a adaptação deve ser constante na atuação profissional.

Para esta autora, em nichos de mercado cada vez mais diversificados – em que os bibliotecários podem atuar em agências de publicidade, departamentos jurídicos de empresas, escritórios de advocacia, editoras, bancos, provedores de internet, entre outros – é fundamental que em sua formação o profissional possa experimentar diferentes atividades interdisciplinares para garantir sua verdadeira especialização. Diante destas possibilidades, entende ser importante que estes profissionais adquiram competência técnica e pessoal em seu trabalho, ressaltando característica como gestão e direção, além de habilidades em comunicação, expressão linguística,

informática, atitudes pessoais e criativas.

Ferreira (2016) destaca, portanto, transformações quanto a flexibilidade de adaptação às mudanças constantes do mercado; em adquirir uma visão global e conhecimento da organização que lhe possibilite a integração completa do serviço de informação; em aprimorar a habilidade de comunicação, aprendendo a ouvir, transmitir informações e buscar *feedbacks*, bem como trabalhar com equipes multidisciplinares; por fim, considera importante o entusiasmo com seu compromisso em desenvolver serviços com excelência. Conclui assim, ao final de sua pesquisa, que a agregação, curadoria e referência são características essenciais para o bibliotecário em virtude de um mercado que exige crescentemente o aperfeiçoamento da sua competência pessoal e informacional (*information literacy*).

Mas qual é o papel da inovação nas tarefas dos bibliotecários? No contexto organizacional é típico que a inovação seja entendida sob a providência de melhorias ou desenvolvimento de algo novo com intuito de obter vantagens competitivas através de mudanças nos processos, produtos, gestão ou até mesmo nas ações estratégicas. Nesta perspectiva, entende-se a inovação como uma estrutura sistêmica que tem por objetivo obter resultados que possam ser realmente tangibilizados. Porém, estudos apontam outras características a respeito da inovação que precisam ser destacadas para melhor compreensão do termo.

A etimologia da palavra inovar tem suas raízes do latim *in+inovare*, que corresponde a “fazer novo”, modificar ou renovar. Christensen (2003) ressalta a inovação quanto a capacidade de sustentar ou romper com paradigmas tradicionais, compondo aos seus objetivos a melhoria do desempenho de algo para sua sustentação e permanência no mercado, ou para a criação de novos valores. Sobre estas premissas, pode-se salientar que a inovação deve corresponder ao bibliotecário como um fator que lhe possibilite não apenas posicionamento estratégico à competitividade, embora lhe seja substancialmente relevante, mas sobretudo estar preparado para romper com paradigmas, desenvolver novos valores e aprimorar seus serviços, produtos e processos. Sendo assim, se o bibliotecário adquirir em sua formação as habilidades e competências adequadas para promover soluções inovadoras, o futuro da disciplina poderá garantir estatísticas ainda mais precisas e seguras.

RESULTADOS EXPECTÁVEIS

Por meio destas configurações, espera-se que o estudo tenha apontado aos bibliotecários as técnicas e as ferramentas eficazes do *Design Thinking* no desenvolvimento de competências que permitam gerar produtos e serviços inovadores e, com isso, poder reforçar a importância da implementação desta disciplina

no currículo da sua formação. Que o trabalho também possa garantir reflexões relevantes e atualizadas a respeito da disciplina de biblioteconomia, encorajando com entusiasmo à prática de inovação diante dos contrastes e incertezas que a tecnologia da informação tem proporcionado hoje em dia. Ao final, que o *Design Thinking* possa ser encarado pelos bibliotecários como recurso essencial e vantagem competitiva, desempenhando sempre objetivos centrados nas pessoas de maneira colaborativa e multidisciplinar, apto a construir excelentes ambientes de aprendizagem, cultura, lazer e convivência.

REFERÊNCIAS

- Beltagui, A. (2018). **A design-thinking perspective on capability development: The case of new product development for a service business model**, *International Journal of Operations & Production Management*, 38(4), pp. 1041-1060.
- Blakemore, M. (2018). **Problem scoping design thinking and close reading: makerspaces in the school library**. *Knowledge Quest*, 46(4), p. 66-69.
- Burguillos, F. (2015). **Design Thinking for libraries: piensa el futuro de la biblioteca como lo haría un diseñador**. Barcelona. 2015. Recuperado em, 02 fev. 2019, de: <http://www.ub.edu/blokdebid/ca/node/617>.
- Catiri, E. (2017). **How might we... Ripensare la biblioteca con l'aiuto del design thinking**. *AIB Studi*, 57(1), pp. 151-166. Recuperado em, 02 de fevereiro, 2019, de: <http://aibstudi.aib.it/article/view/11559>.
- Christensen, C. (2003). **The innovator's dilemma**. Nova York: Harper Business Essentials.
- Ferreira, D. T. (2016). **As novas competências do profissional da informação bibliotecário: reflexões e práticas**. In Ribeiro, A. C. M. L., e Ferreira, P. C. G. (Orgs.) **Biblioteca do século XXI: desafios e perspectivas**. (pp. 79-93). Brasília, DF: IPEA.
- Franzato, C. (2011). **O processo de inovação dirigida pelo design. Um modelo teórico**. *Redige*, 2(1), 50-62. Recuperado em, 15 de janeiro, 2019, de https://www.academia.edu/2510909/O_processo_de_inovacao_dirigida_pelo_design._Um_modelo_teorico.
- Freeman, C., & Perez, C. (1988). **Structural crises of adjustment, business cycles and investment Behaviour**. In Dosi, Giovanni et al. *Technical change and economic theory*. (pp. 38-66). London New York: Printer Publishers.
- Harari, Yuval Noah. (2018). **21 lições para o século 21**. (1ª ed.). São Paulo: Companhia das Letras.
- Hassi, L., & Laakso, M. (2011). **Making sense of design thinking**. In T-M. Karjalainen, M. Koria, e M. Salimäki (Orgs.), *IDBM papers vol 1* (pp. 50-62). Helsinki: International Design Business Management Program, Aalto University.
- Herrmann, C. (2017). **A sinalização em Bibliotecas**. In Santos, J. P. *Gestão ambiental em bibliotecas: aspectos interdisciplinares sobre ergonomia, segurança, condicionantes ambientais e estéticas nos espaços de informação*. (pp. 117-131). Porto Alegre: Editora da UFRGS.
- Juliani, J. P., Cavaglieri, M., & Machado, R. B. (2016). **Design Thinking como ferramenta para geração de inovação: um estudo de caso da Biblioteconomia Universitária da UDESC**. *InCID: Revista de Ciência da Informação e Documentação*, 6(2), 66-83.

Liedtka, J., & Ogilvie, T. (2011). *Designing for Growth: A Tool Kit for Managers*.

Prodanov, C. C. (2013). *Metodologia do trabalho científico [recurso eletrônico] : métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico*. (2. ed.). Novo Hamburgo: Feevale.

Ramírez, D. M. B., & Zaninelli, T. B. (2017). **O uso do design thinking como ferramenta no processo de inovação em bibliotecas**. *Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação*, 22(49), pp. 59-74.

Santa Anna, J. (2016). **A redefinição da biblioteca no século XXI: de ambientes informacionais a espaços de convivência**, *Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da informação*, 14(2), pp. 232-246.

Valentim, M. L. P. (2016). **O Perfil das bibliotecas contemporâneas**. In Ribeiro, A. C. M. L., e Ferreira, P. C. G. (Orgs.) *Biblioteca do século XXI : desafios e perspectivas*. (pp. 19-42). Brasília: Ipea.

Vianna, M., et al. (2012). *Design thinking: inovação em negócios*. Rio de Janeiro : MJV Press.

Vieira, R. M. (2014). *Introdução à teoria geral da biblioteconomia* (1.ed.). Rio de Janeiro: Interciência.

ORGANIZAÇÕES NÃO GOVERNAMENTAIS E REDES SOCIAIS: UM ESTUDO NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Data de aceite: 27/01/2020

Anthone Mateus Magalhães Afonso

Doutor Em Educação. Professor Do Ensino Básico, Técnico E Tecnológico Do Instituto Federal De Educação, Ciência E Tecnologia Fluminense (If Fluminense), Campos Dos Goytacazes-Rj, Brasil. Líder Do Núcleo De Pesquisas Em Telecomunicações (Npt) Do If Fluminense. Amateus@lff.edu.br / Anthone.mateus@gmail.com

[Http://Lattes.cnpq.br/0038922762994119](http://lattes.cnpq.br/0038922762994119)

Sérgio Inácio Da Rosa

Doutor Em Educação. Professor Do Ensino Básico, Técnico E Tecnológico Do Instituto Federal De Educação, Ciência E Tecnologia Fluminense (If Fluminense), Campos Dos Goytacazes-Rj, Brasil. Sinacio@lff.edu.br / Sergioinacioiff@gmail.com

[Http://Lattes.cnpq.br/7736127947244117](http://lattes.cnpq.br/7736127947244117)

Wania Regina Coutinho Gonzalez

Doutora Em Educação. Professora Do Programa De Pós-Graduação Em Educação Da Universidade Estácio De Sá; Professora Adjunta Da Universidade Do Estado Do Rio De Janeiro – Faculdade De Educação Da Baixada Fluminense, Rio De Janeiro-Rj, Brasil. Líder Do Núcleo De Pesquisa Políticas Públicas E Gestão Da Universidade Estácio De Sá. Waniagonzalez@gmail.com

[Http://Lattes.cnpq.br/7325750865780788](http://lattes.cnpq.br/7325750865780788)

RESUMO: O presente artigo tem como objetivo analisar a utilização das redes sociais por quatro Organizações Não Governamentais (ONGs) que desenvolvem ações educativas no estado do Rio de Janeiro. Este trabalho faz parte do grupo de pesquisa de Políticas Públicas, Gestão e Formação de Educadores da Universidade Estácio de Sá (UNESA) que realiza sistematicamente pesquisas no âmbito das relações entre os diferentes espaços formativos no tocante às ações educativas destinadas aos jovens em situação de vulnerabilidade social. A pesquisa foi desenvolvida a partir de análise documental e de entrevistas semiestruturadas realizadas com os coordenadores pedagógicos nas instituições elencadas. A utilização das redes sociais ocorre tanto no intuito de ampliar a comunicação das ações educativas desenvolvidas nas comunidades e divulgadas nos sites institucionais como também para arrecadar doações. Constatou-se também a utilização das redes sociais para um acompanhamento assistemático de egressos, atividade apresentada como de grande dificuldade de execução pelas ONGs, principalmente devido à falta de recursos.

PALAVRAS-CHAVE: redes sociais; cidadania; ONG; transformação social.

ABSTRACT: This paper aims to analyze the use of social networks by four Non Governmental Organizations (NGOs) that develop educational actions in the state of Rio de Janeiro. This work is part of the Research Group of Public Policies, Management and Training of Educators of the University Estácio de Sá (UNESA) that systematically conducts research in the scope of the relations between the different formative spaces in relation to educational actions aimed at young people in situations of vulnerability social. The research was developed based on documentary analysis and semi-structured interviews with the pedagogical coordinators in the listed institutions. The use of social networks occurs both in order to broaden the communication of educational actions developed in communities and publicized on institutional sites as well as to collect donations. It was also verified the use of social networks for an non-systematic follow-up of graduates, an activity presented as a major difficulty for NGOs to carry out, mainly due to a lack of resources.

KEYWORDS: social networks; citizenship; NGO; social transformation.

1 | INTRODUÇÃO

Com o objetivo de estudar as potencialidades na articulação entre espaços formais de ensino e os espaços não escolares, o grupo de pesquisa de Políticas Públicas, Gestão e Formação de Educadores, da Universidade Estácio de Sá (UNESA¹), tem realizado pesquisas em diversas Organizações Não Governamentais (ONGs) e analisado as ações educativas desenvolvidas com jovens em situação de vulnerabilidade social.

Neste trabalho serão apresentados dados de pesquisa realizada em quatro instituições localizadas no estado do Rio de Janeiro: Instituto Paulo e Estevão; Instituto Vida Plena; Obra do Salvador e Obra Social Antonio de Aquino. O objetivo principal é verificar como essas ONGs utilizam as redes sociais virtuais no desenvolvimento de suas ações.

A pesquisa foi desenvolvida a partir de análise documental e entrevistas semi-estruturadas feitas com os coordenadores das ações educativas em cada ONG.

Para conduzir essa discussão, a próxima seção apresenta um breve histórico das parcerias público-privadas no Brasil a partir da década de 1990, seguida da caracterização das ONGs pesquisadas, suas ações educacionais desenvolvidas e as formas de utilização das redes sociais.

1 Os dados apresentados neste texto fazem parte do projeto Políticas Educacionais: as relações entre os diferentes espaços formativos, coordenado pela professora Dra. Wania Gonzalez. O estudo aborda a interpenetração dos espaços formativos no cenário educacional brasileiro e reconhece potencialidades nos espaços não formais de ensino, como uma perspectiva mais ampla da formação humana.

Uma versão preliminar deste trabalho foi apresentada no 1º Congresso Internacional de Redes Sociais (CIReS), realizado na Universidade de Évora - Portugal.

2 | PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS NO BRASIL A PARTIR DA DÉCADA DE 1990

A implantação e desenvolvimento de ações governamentais, de cunho neoliberal, alteram o papel do Estado e colocaram em destaque as parcerias público-privadas, potencializando a participação da sociedade civil, a partir dos anos de 1990. O papel do Estado como regulador da economia e das demandas sociais foi questionado, revelando sinais de sua ineficiência, de estrutura burocrática sobrecarregada e de gastos elevados e, numa visão capitalista, desnecessários e passíveis de corte para um melhor funcionamento e maior racionalização dos recursos públicos.

Essa mudança do papel do Estado requer a reestruturação dos seus serviços, orientados pela necessidade de “transferir para o setor privado as atividades que podem ser controladas pelo mercado”, uma vez que o Estado gerou “distorções e ineficiências ao tentar assumir as funções diretas de execução. Era preciso e necessário dividir as responsabilidades, porém com mecanismos de controle e fiscalização exercidos pelo próprio Estado” (BRASIL, 1995, p. 17).

Desenvolveram-se diversos processos de descentralização, flexibilização e privatização de instituições estatais, ocasionando modificações na relação do Estado com a sociedade civil, o que implicou na invocação desta para assumir diversas funções que até então eram exercidas exclusivamente pelo poder público.

Essas mudanças começaram a ser implementadas no governo de Fernando Henrique Cardoso (1995-2002), a partir de uma reforma da administração pública comandada pelo então Ministro da Administração Federal e Reforma do Estado, Luiz Carlos Bresser Pereira, o que deu origem a um documento orientador para a reforma do Estado, com vistas a fortalecer a economia de mercado. A resolução das questões sociais é entendida nesse documento como a partir do desenvolvimento do terceiro setor e do trabalho voluntariado (SILVA, 2011). Em consequência, intensificaram-se as parcerias público-privado para fomento de projetos sociais e educacionais executados por ONGs, sob fiscalização do aparelho do Estado.

Montaño (2007, p.53), ao tratar do Terceiro Setor, entende que o termo não é neutro, mas “é construído a partir de um recorte do social em esferas: O Estado o primeiro setor, o mercado o segundo setor e a sociedade civil o terceiro setor”. Esse recorte isola e torna mais dinâmico os respectivos setores; como se o político fizesse parte da esfera estatal, o econômico ao âmbito do mercado e o social se reportasse apenas à sociedade civil, num conceito de cunho exclusivamente reducionista.

O Estado deixava de ser o provedor direto de serviços como saúde, educação e seguridade social e passava a ser o regulador desses mesmos serviços, na perspectiva de transferência dos mesmos. A educação, assim como outros setores da sociedade, também sofreu os impactos dessa reforma, pois ela era “entendida como um serviço não exclusivo do Estado, portanto, passível de ser executado por instituições públicas não estatais, assim como instituições privadas, sob o ponto de vista da divisão de responsabilidade com a sociedade civil” (BRESSER-PEREIRA, 1999, p. 55).

No campo da educação essa mudança ocorre a partir da promulgação da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDBEN) – Lei nº. 9.394 de 20 de dezembro de 1996 – que abriu caminho aos processos educativos que ocorrem em espaços não formais ao definir logo em seu artigo primeiro a educação como aquela que abrange “processos formativos que se desenvolvem na vida familiar, na convivência humana, no trabalho, nas instituições de ensino e pesquisa, nos movimentos sociais e organizações da sociedade civil e nas manifestações culturais” (BRASIL, 1996). A concepção de educação abrange um processo mais amplo, que extrapola a atuação da educação formal desenvolvida nas escolas.

As pesquisas sobre a efetividade dessas parcerias público-privadas para oferta de projetos sociais e educacionais foram então intensificadas e a utilização do termo educação não formal foi ampliada para além dos processos alternativos de alfabetização ou educação de adultos nos anos 2000. “ONGs, entidades como Sesc, Senac, Itaú Cultural, Programas Educativos e outros passam a utilizá-la no campo da atuação junto a comunidades variadas, principalmente associada à promoção da cidadania, inclusão social, etc” (GOHN, 2010, p. 13).

Convém esclarecer que adotamos, à luz de Gohn (2010), um conceito amplo de educação que envolve os campos da educação formal, não formal e informal.

Por educação formal compreende “aquela desenvolvida nas escolas, com conteúdos previamente demarcados” (GOHN, 2010, p.15). É desenvolvida por professores e, por ser regulamentada em lei, se organiza de acordo com diretrizes nacionais e atesta os conhecimentos adquiridos através de certificados e diplomas.

A educação não formal é “aquela que se aprende no ‘mundo da vida’, via processos de compartilhamento de experiências, principalmente em espaços e ações coletivos cotidianos” (GOHN, 2010, p.16). É uma educação que não é nativa (natural ou espontânea), tal como também ocorre com a formal. Porém, sua intencionalidade e propostas não são construídas no ambiente escolar. Pode ser desenvolvida em sindicatos, igrejas, organizações não governamentais e outros espaços associativos. Geralmente é conduzida pelos educadores sociais e desenvolvida no ambiente ou comunidade dos educandos, podendo também certificar os conhecimentos adquiridos. A potencialidade deste tipo de educação é a sua contribuição para a

formação de uma nova cultura política.

Como educação informal compreende-se aquela onde os indivíduos aprendem durante o processo de socialização gerado nos relacionamentos intra e extra familiares (amigos, religião, clube, etc). “Incorpora valores e culturas próprias, de pertencimento e sentimentos herdados. Os indivíduos pertencem àqueles espaços segundo determinações de origem, raça/etnia, religião, etc. São valores que formam as culturas de pertencimento nativas dos indivíduos.” (GOHN, 2010, p.16). Os agentes educadores são os pais, a família, os amigos, os vizinhos, os colegas de escola ou trabalho, dentre outros. Ao contrário da educação formal e da não formal, o processo educativo não é intencional (é espontâneo) e não pode certificar os conhecimentos adquiridos.

Ao definir os objetivos de cada campo educacional, a autora afirma ainda que na educação formal, dentre outros, são voltados para o ensino e a aprendizagem “de conteúdos historicamente sistematizados, regulamentados e normatizados por leis, dentre as quais se destacam a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDBEN)” (GOHN, 2010, p.18).

Em outra dimensão, a educação informal socializa os indivíduos e desenvolve hábitos, atitudes, comportamentos, modos de pensar e de se expressar, segundo valores e crenças dos grupos que se frequenta ou que pertence por herança, desde o nascimento. “Trata-se do processo de socialização dos indivíduos em que os componentes herança e naturalização estão presentes” (GOHN, 2010, p.19).

Já a educação não formal, ao contrário da informal, não é herdada, é adquirida. “Ela capacita os indivíduos a se tornarem cidadãos do mundo, no mundo. Sua finalidade é abrir janelas de conhecimento sobre o mundo que circunda os indivíduos e suas relações sociais” (GOHN, 2010, p.19). Segundo a autora, seus objetivos não são dados *a priori*, eles seriam construídos em um processo interativo, gerando um processo educativo que tem como meta a transmissão de informação e formação política e sociocultural.

De forma sucinta, Gohn (2010, p. 33) define a educação não formal como:

É um processo sociopolítico, cultural e pedagógico de formação para a cidadania, entendendo o político como a formação do indivíduo para interagir com o outro em sociedade. Ela designa um conjunto de práticas socioculturais de aprendizagem e produção de saberes, que envolve organizações/instituições, atividades, meios e formas variadas, assim como uma multiplicidade de programas e projetos sociais.

Convergindo com Gohn, na defesa da educação não formal como um processo sócio-político, cultural e pedagógico de formação para a cidadania, o que ela define como educação cidadã, propõe-se ainda um compartilhamento com a ideia dessa educação como social, numa perspectiva política e humanitária de assistência para socialização dos indivíduos, especialmente os que estão em situação social precária.

Não se defende a educação não formal apenas para os que estão à margem da sociedade, em situações de vulnerabilidade, mas compreende-se que a formação sócio-política aliada à profissional pode potencializar o poder de transformação de sua ação quando desenvolvida no mesmo ambiente onde vivem os indivíduos nessas condições.

Diferentemente de Gohn (2010), Sposito (2008) prefere adotar a designação “não-escolar” para se referir às ações educativas intencionais que acontecem para além do sistema escolar, uma vez que verificou vários casos de ações educativas no campo não formal com alto grau de estruturação e com bases institucionais sólidas. Segundo a autora:

A expressão “não-formal” é limitada e inadequada para designar essas modalidades diversas de oferta educativa para além do sistema escolar. Muitas dessas práticas são formais porque envolvem conteúdos, planejamentos e, também, institucionalizadas. Embora a tradição prevaleça no uso do termo, concordo com a excelente análise realizada por Brougère e Bezille (2007) que preferem trabalhar com a idéia de que o processo educativo assume formas diversas. Assim, a forma escolar seria uma forma educativa dentre outras, caracterizada pelo grau mais elevado de institucionalidade (SPOSITO, 2008, p. 95).

Outro ponto a ser considerado, compartilhando do posicionamento de Gohn (2010) e Sposito (2008), é que as dimensões escolar e não escolar, tratando da educação formal e não formal especificamente, não devem ser vistas de forma concorrente, mas sim como algo que se relaciona e até se complementa em algumas situações. Sposito (2008, p. 84), assume a perspectiva

de análise empreendida por Manuela Du Bois Reymond que afirma: “A reflexão sobre a educação não formal é também, por definição, uma reflexão sobre a educação formal. Todas as medidas e políticas concernentes à educação não-formal afetarão no longo prazo a educação formal” (Reymond, 2003, p. 2), ou seja, as duas modalidades de oferta educativa de algum modo estão em processo de interação mesmo que ações muitas vezes privilegiem apenas um dos pólos.

Sposito (2008) traz ainda em sua pesquisa um diagnóstico importante para o entendimento e estabelecimento de práticas e estratégias aplicadas à educação profissional, seja nos espaços formais ou não formais de ensino. Segundo a pesquisadora, os jovens convivem com o mundo do trabalho ao mesmo tempo em que convivem com o ambiente escolar e, apesar da expansão do sistema escolar, estão muito mais próximos do mundo do trabalho do que das instituições educativas. A oferta de educação em ambientes não escolares tendem então a apresentar êxito maior quando convergem para os anseios desses jovens no ingresso no mundo do trabalho, de modo que não abandonem seus cursos na presença de qualquer adversidade.

Outra contribuição importante no campo do desenvolvimento de ações

educativas em espaços não formais ou não escolares vem do campo da pedagogia social. De acordo com Caliman (2010), é grande o potencial de intervenção através de ações educativas nas situações cujas realidades emergem de pedidos de ajuda, de solidariedade e de orientação. No entanto, essa intervenção

[...] deve ser preventiva, para que as pessoas, sobretudo as mais jovens, cresçam de modo sereno e equilibrado. A ação preventiva se dá através da educação que, extrapolando os limites das salas de aula, se desenvolvem por meio de atividades culturais, de ocupação do tempo livre: esporte, lazer, música, teatro, ritmo, expressão e arte etc (CALIMAN, 2010, p. 357-358).

A educação não formal assume então um importante papel no desenvolvimento da inclusão social, historicamente delegado às escolas, à educação formal. Segundo Caliman (2010), os espaços formais também são indispensáveis nessa tarefa, mas não são únicos nem suficientes. E ainda afirma:

Os processos educativos têm sido sempre centralizados, no Brasil, naqueles relacionados ao sistema escolar. A demanda emergente das necessidades sociais, especialmente aquelas referentes à infância e à juventude trouxe à tona outros processos educativos igualmente significativos e influentes. Em muitos casos a população socialmente excluída, em particular crianças, adolescentes e jovens, encontra em organizações sociais e outros ambientes não formais o apoio indispensável para superar as suas condições de exclusão (CALIMAN, 2010 p. 345).

No campo da educação profissional, Manica e Caliman (2010) defendem um processo que vai além de educar para o conhecimento técnico e tecnológico que é trabalhado nas escolas formais. Além desses conhecimentos, deve visar à transformação social e à promoção de condições de bem-estar social, de convivência, de exercício da cidadania, de promoção social e desenvolvimento, de superação de condições de sofrimento e marginalidade.

Segundo Manica e Caliman (2010, p. 45), os ambientes tidos como não formais,

[...] exigem um planejamento diferenciado, um querer pedagógico. Proporcionam um desafio constante do educador que assume a função de fazer uma educação para alunos que vivem em situações diferentes das dos alunos que têm suas necessidades atendidas. Esse tipo de metodologia exige um educador que alie seus conhecimentos teóricos e didáticos ao conhecimento da pedagogia social, que crie seu próprio método de acordo com o que vai ensinar, necessitando escolher a que sistema deseja servir e qual sua postura nessa escolha: manutenção ou transformação social.

As ações educativas nesse campo devem ser diferenciadas das desenvolvidas na educação formal: devem ser voltadas para as particularidades da rede social atendida, com metodologia e materiais próprios, de modo a atrair e incluir o público-alvo desejado.

E é nesse cenário pós década de 1990, descrito de forma breve nessa seção, que as ações educativas são desenvolvidas nas ONGs brasileiras pesquisadas. Na próxima seção serão apresentadas suas principais características, alguns pontos de aproximação e distanciamento, potencialidades, fragilidades e como se dá a utilização das redes sociais.

3 | PRÁTICAS EDUCATIVAS DESENVOLVIDAS EM ONGS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO E A UTILIZAÇÃO DAS REDES SOCIAIS

Das quatro ONGs pesquisadas no estado do Rio de Janeiro, duas estão localizadas na capital (Instituto Paulo e Estevão e Obra Social Antonio de Aquino), uma na cidade de Seropédica (Instituto Vida Plena) e outra na cidade de Campos dos Goytacazes (Obra do Salvador).

O Instituto Paulo e Estevão foi fundado em 03 de outubro de 2002 como uma sociedade civil de caráter beneficente, cultural e holístico. Inicialmente desenvolvia suas atividades na Avenida Treze de Maio, passando posteriormente, no ano de 2005, para a Rua do Senado, no centro da Cidade do Rio de Janeiro. Devido à necessidade de reformas em suas unidades, interrompeu as atividades por quase dois anos, retornando no início do ano de 2017. Sua missão é prestar serviços de assistência social, buscando a formação do homem de bem. Realiza uma série de atividades voltadas para a promoção da cidadania, atuando junto à população de rua e famílias carentes e em situação de risco.

Suas atividades são realizadas com mão de obra voluntária e recursos oriundos de doações. Realizam atividades assistencialistas para moradores de rua e ações educacionais que incluem a alfabetização de adultos, o reforço escolar, cursos de informática e de música e evangelização. O atendimento é feito desde crianças a adultos. Possui vocação e atividades ligadas à formação espírita (CERQUEIRA, 2013).

Outra instituição pesquisada na capital do estado é a Obra Social Antônio de Aquino. Trata-se de uma instituição que desenvolve atividades de assistência e promoção social, saúde e educação, cultura e lazer com a finalidade de beneficiar pessoas que vivem em situações de vulnerabilidade socioeconômica em decorrência de suas condições financeiras restritas. Teve início em 1961 e é declarada como sem fins lucrativos e de filosofia moral cristã espírita. Possui três divisões para desenvolvimento das suas atividades: divisão assistencial, educacional e divisão de saúde. Atende a todas as faixas etárias: crianças, jovens, adultos e idosos em condições de vulnerabilidade. Oferece curso de pré-vestibular, creche, grupo educativo para mães gestantes (trabalhos manuais/artesanato), curso de Inglês e dois projetos voltados especificamente para crianças (Transformar e Para um futuro

melhor) (ÁVILLA, 2014).

Localizado na cidade de Seropédica, o Instituto Vida Plena é uma ONG evangélica, criada em 28 de setembro de 2011. Funciona em regime de internato e é voltada para mulheres de 18 a 58 anos com dependência química. Com o objetivo de reabilitação, são oferecidas atividades de terapia ocupacional, laborterapia, oficinas de artes, *biscuit*, corte e costura, bordado e fuxico, tapeçaria e *silk screen*, culto e oração. Atualmente possui outra unidade na mesma cidade onde oferece apoio gratuito através de equipe multidisciplinar a crianças socioeconomicamente desfavoráveis que apresentam dificuldades linguísticas (CHAVES, 2014).

No interior do estado do Rio de Janeiro, na cidade de Campos dos Goytacazes, foi pesquisada a ONG Obra do Salvador. Fundada em 21 de maio de 1987 por D. Carlos Alberto Navarro para ser instrumento de ação sócio-transformadora, é reconhecida de utilidade pública municipal, estadual e federal e vinculada à igreja católica. Destaca-se pelo trabalho com jovens em condições de vulnerabilidade social, através de parceria com o Conselho Municipal de Proteção dos Direitos da Criança e do Adolescente (CMPDCA), Conselho Municipal de Assistência Social (CMAS) e Fundação da Infância e Adolescência (FIA). Jovens entre 14 e 24 anos frequentam, diariamente, oficinas de iniciação profissional, de reforço escolar e atividades lúdico-artísticas com possibilidade de encaminhamento para o mundo do trabalho através do programa Jovem Aprendiz e de outras parcerias firmadas. São oferecidos os cursos de Operador de Comércio; Assistente Administrativo; Panificação; Hotelaria; Instalações e reparos domiciliares; Confeitaria; Imagem Pessoal; Descobrimo Talentos e Iniciação profissional para adolescentes (AFONSO, 2013).

As quatro ONGs pesquisadas atuam com objetivo da formação cidadã, conforme defendido por Gohn (2010), preocupadas em formar os indivíduos para a vida e promover sua inserção na comunidade, interferindo nas condições de vulnerabilidade dos educandos e trabalhando alguns valores que contribuam para sua superação. O depoimento do coordenador da Obra do Salvador destaca que os cursos ofertados são um chamariz, um atrativo para que também seja possível trabalhar outros valores importantes na formação dos educandos de modo a superar sua condição de exclusão, tal como sugerido por Caliman (2010).

Na verdade esse nome Operador de Comércio, Assistente Administrativo é tudo um chamariz. É tudo para a gente chamar o adolescente para perto da gente para a gente ter condição de trabalhá-lo, porque senão ele não vem. [...] As regras são muito incisivas aqui e os jovens muitas vezes reclamam muito, né. Mas as regras não é porque nós somos uma entidade que tem esse fundo religioso, não é por conta disso. Às vezes as pessoas começam a imaginar: Obra do Salvador, ah é porque é ligado a igreja e aí então... e não tem nada disso. Então é por isso que tem muita regra: não pode vir de bermuda, tem que vir de calça, e quando ele for trabalhar ele não vai trabalhar de bermuda. E hoje se deixar os adolescentes só usam... as roupas são todas curtas, são as calças caindo, bermuda caindo e a

gente previne essas questões. Meninos não podem usar brinco, as meninas não podem usar brincos grandes, os cabelos têm que ser bem aparados, não pode ser usado boné... E isso para adolescente é uma disciplina que eles não têm em casa. Esse tipo de disciplina não tem em casa. Então as meninas, elas realmente usam as roupas curtas em casa e se alguém da família falar ela vai ainda arrumar um namorado traficante só pra passar na cara da família. E aqui a gente consegue porque aqui a nossa grande utopia desde a gente constrói junto com eles é a inserção no mercado de trabalho, a questão de depois ter um dinheiro, poder ter aquele quarto dos sonhos que eles têm, né, porque eles gastam geralmente com isso: o quarto dos sonhos e tal... (Coordenador da Obra do Salvador).

As pessoas atendidas, por viverem muitas vezes em situações de vulnerabilidade extrema, necessitam de uma maior compreensão e entendimento de sua realidade por parte dos educadores sociais de modo que as atividades educacionais sejam compatíveis e adequadas à rede social em que estão inseridos. Essa melhor compreensão da realidade é característica determinante e fundamental das instituições que ofertam ações de educação não formal, e que consiste numa grande dificuldade do ensino formal que acaba gerando exclusão ou evasão de uma massa carente que não se sente parte daquelas atividades, pois parecem não terem sido feitas para o “seu mundo”. O depoimento da coordenadora da Obra Social Antônio de Aquino, que foi professora da rede municipal por quase 30 anos, ilustra bem essa situação:

Eu fui quase 30 anos na prefeitura como professora. Uma coisa que me irritava, que me deixava fora de mim, quando eu chegava em uma segunda-feira, após um final de semana lotado de sol, encontrar o meu aluno sujo, com a roupa suja, sabe...aquela toalha que foi na sexta-feira e que voltou do mesmo jeito...aqueles pés imundos, eu ficava mas tão perturbada com aquilo... Meu Deus como é que pode, a criança foi para casa e ninguém viu, ninguém pegou a roupinha da criança para lavar, para mim isso é uma coisa tão simples, você pegar a roupa de uma criança lavar, nossa... porque... mas depois que eu vim trabalhar aqui, eu comecei a entender a cabeça dessas pessoas, até porque como eu sou espírita e eu tenho uma visão não somente do hoje, mas do ontem também e a gente sabe que a gente tem é... Eu já construí, como pessoa, como espírito imortal, eu já construí tantas coisas dentro de mim e tenho tantas coisas por construir e essas pessoas, muitas delas, ainda nem começaram o seu projeto de construção. Então, como posso exigir que a pessoa tenha uma coisa, ter uma coisa, que nem ela tem. Então, é difícil para pessoa, então... aí eu me via criticando, não, não é por aí... não que você vai compactuar achando que ela está certa... a gente chama a atenção, se você puder, se você conseguir, você orienta, você dá aquela coisa, mas a gente começa a entender. E às vezes você pensa, não cara vou dar um curso de informática para aquelas mulheres, elas precisam... Não vou dar um curso de cabeleireiro, vamos fazer... Porque a nossa cabeça, ela funciona assim. A gente não está errado, nós não estamos errados... Mas no momento o que elas precisam não é isso. Elas precisam de repente saber como se faz uma higiene íntima, não sabem... Uma mulher que até já tem relações sexuais, não sabe fazer uma higiene. Ela não sabe de repente é... Gerenciar a casa dela, gerenciar uma cozinha, são coisas assim, como não? Porque ela não aprendeu, ela viveu sempre naquele burburinho, naquela confusão... Aquilo foi construído... entendeu? (Coordenadora da Obra Social Antônio de Aquino).

As atividades educativas são ministradas no contraturno escolar em todas as ONGs, com exceção das ações realizadas no Instituto Vida Plena que funciona em regime de internato (destinado à recuperação de mulheres com dependência química). Todas que oferecem atividades no contraturno mencionaram que de alguma forma realizam o acompanhamento do desenvolvimento escolar dos seus educandos e, em alguns casos, utilizam essas informações como pré-requisito para participação em algumas atividades educativas, sociais e assistenciais. Trata-se de um ponto claro de cooperação entre a educação não formal e formal em busca da melhoria do resultado desta através de exigências daquela.

Segundo os coordenadores, os alunos apresentam resultados claros de melhora no ensino formal a partir das atividades desenvolvidas na educação não formal, nos projetos desenvolvidos nas ONGs. E essa melhora do aprendizado não está ligada apenas ao reforço escolar oferecido, mas também a outras atividades acadêmicas e de acompanhamento médico e psicológico.

Foi bem na prova, né. Tá melhorando, Tá conseguindo participar mais da aula, né. Igual esse menino que faz aula agora. Ele "ah! detesto matemática". "Entendo nada". "Não sei o que". Agora ele já fala: "Poxa, estou conseguindo acompanhar a aula". Entendendo o que a professora está falando. Porque às vezes não é nem que a criança tenha dificuldades, que ele perdeu ali o momento e ficou prá trás e o tempo foi passando, e ele ficou entendeu? Às vezes, você pega, dá um empurrãozinho assim, ensina aquilo direitinho para a criança, ela vai embora. Então, o retorno as próprias crianças trazem, entendeu, a gente pede que sempre que possível trazer os boletins pra a gente ter estes registros, né. Eles trazem os relatos. A aula de inglês, por exemplo, as meninas também tinham muita dificuldade. E hoje já falam que tem uma facilidade maior na escola, entendeu? Que as aulas aqui ajudam. É... a leitura, a concentração. Tem o outro garotinho que é muito agitado. Ele vem melhorando bastante, a questão da concentração, entendeu? (Coordenadora do Instituto Paulo e Estevão).

Na Obra Social Antônio de Aquino, a coordenadora ressalta que eles desenvolvem ações assistenciais, mas que vinculam a essas ações a obrigatoriedade dos atendidos se matricularem em um dos cursos disponíveis. E nesses cursos são desenvolvidas possibilidades de geração de renda para que os atendidos progridam e consigam deixar a condição de vulnerabilidade que se encontram.

Essa questão educativa já começa na promoção social, por que na promoção social é... elas mensalmente tem a obrigação de se matricular em um curso... [...] Então temos esses grupos educativos. Temos os grupos de trabalhos manuais, temos idiomas, assim, dependendo as vezes, alguns são fixos, alguns mudam dependendo da pessoa que possa vir aplicar o curso, né... Eles estão fazendo agora culinária, agora também...é...esse cursos têm o objetivo que eles comecem a mudar a vida deles, então o Bel, que é o projeto espaço/oportunidade, ele visa dar essas meninas a partir dos 18 anos, que a gente atende, atividades que elas possam gerar renda...Então, por exemplo, elas aprendem culinária, as aprendem a fazer salgadinhos...essas coisas para vender e tal e aprendem como dão preço, como é que compra, como faz a avaliação para dar o preço, para não dar um preço caríssimo ou baratíssimo, né... Para elas terem uma noção é... na costura

no crochê, no projeto, no artesanato em geral, isso tudo para que elas comecem a fazer um movimento de modificação, porque elas não vão ficar eternamente na Obra Social. Elas tem um período de 2 anos... (Coordenadora da Obra Social Antônio de Aquino).

Em relação à formação profissional, verificou-se que apenas a Obra do Salvador oferta cursos com foco nessa modalidade. São oferecidas ações de educação profissional para diferentes faixas etárias, com duração de 8 a 10 meses, com aulas de segunda a sexta-feira, com quatro horas diárias no contraturno do ensino regular dos alunos matriculados. Apenas dois dias da semana são destinados às aulas do ensino profissional, sendo os demais dias destinados às atividades lúdicas. Mas o coordenador destaca que nem todos os projetos têm como objetivo principal a formação profissional. No caso do projeto Descobrimo Talentos, por exemplo, o objetivo é de uma educação preventiva, tal como o preconizado por Caliman (2010):

Tem mais um. É o Descobrimo Talentos que é para jovens de 14 e 15 anos. É pra jovens menos maduros, para poder eles virem pra cá e terem um aproveitamento melhor, primeiro passam por aqui. Então esse aí a gente não tem muito interesse de encaminhar para o mercado não. É mais para ficar com ele para ele conseguir ficar junto, ficar perto. Pra ele se desenvolver e não precisar acessar essas mazelas sociais que estão aí muito inerentes pra eles. Então é melhor que eles fiquem perto da gente. Então aí tem bastante questão lúdica... Vou pegar aqui as atividades para esse curso. Esse tem confeitaria e salgados, imagem pessoal. Imagem pessoal é dentro dessa ótica de cuidar de toda sua auto-estima: unha, cabelo, maquiagem, tudo. Cabelo, pele, unha. Depilação. Acaba saindo com um ofício, se precisar algum dia, né. Se precisar ganhar dinheiro. Além de confeitaria e salgados que muitos jovens nossos, muitas famílias já contam história pra gente que eles fazem em casa, pra família. Aprendem receitas. Toda receita é copiada no caderno para poder estimular... Tudo com bastante coisa por trás, inerente à metodologia que a gente já assume. Nesse aí também tem a Tetralização Circunstancial que todos os alunos fazem. [...] Tetralização Circunstancial que já é uma base de Celso Antunes. Que é trazer para quatro paredes tudo o que acontece no seu dia a dia. Então ali se discute drogas, se discute sexo, discute namoro, se discute religião, se discute tudo. Discute política, cidadania, direitos, deveres, baderna, bagunça, grêmio estudantil. Ali se discute tudo de Tetralização. Se discute humor, se discute tudo que aquele grupo precisa ser discutido, que ele está precisando (Coordenador da Obra do Salvador).

Na Obra do Salvador todos os cursos possuem plano de ensino atualizado e programação de acordo com os objetivos propostos em cada aula. Surpreende o alto grau de organização didático-pedagógica encontrado, um ponto de aproximação muito forte com os processos de educação formal, tal como fora observado por Sposito (2008) e que a levou a utilizar o conceito de educação não escolar ao invés de educação não formal que já vinha sendo amplamente utilizado por outros autores:

Há um conjunto de práticas envolvidas na idéia de educação não-formal. Adoto, provisoriamente, a designação 'não-escolar' porque muitas das propostas são fortemente estruturadas, com bases institucionais sólidas, distantes do que poderia ser consagrado tradicionalmente como o campo do não-formal (Sposito, 2008, p.

Os projetos desenvolvidos pelas ONGs são financiados por doações e, em alguns casos, com verbas públicas. No entanto, foi verificado que esse apoio financeiro público não é continuado, sendo definido geralmente através de editais. No momento da pesquisa, apenas o Instituto Paulo e Estevão não contava com financiamento público. Os demais ofertavam alguma atividade de parceria público-privada.

Além da descontinuidade de recursos públicos, foi mencionado por coordenadores entrevistados que determinadas atividades educacionais e de assistência acabam sendo interrompidas algumas vezes devido à falta de voluntários. As atividades que exigem especialização técnica, tais como psicólogos e assistentes sociais, fundamentais para o funcionamento das ONGs, ficam prejudicadas em certos momentos devido à saída de algum profissional e a dificuldade de contratação por falta de recursos, devendo aguardar então algum profissional voluntário. O depoimento da coordenadora do Instituto Paulo e Estevão retrata bem um desses casos:

Tem a assistente social, tem a psicóloga que a gente conseguiu agora no segundo semestre. Tem a fonoaudióloga que atende também de manhã. Então são estes três profissionais. Todos voluntários. É... assim, no momento tá funcionando bem, o problema as vezes é que no trabalha voluntário que as vezes você tem as pessoas e tem período que fica sem ter. O psicólogo a gente ficou dois anos tentando, buscando, e não conseguia. Porque tem muita necessidade. Você está tentando alfabetizar e ela tem uma dificuldade e precisa ter uma orientação de um profissional pra detectar o que está acontecendo com a criança que não alfabetiza né. E transtorno às vezes de comportamento. Crianças às vezes com muita agressividade. Criança que é muito calada. Não fala. Não se expressa. A gente vai buscando orientar, né. Vê se as mães trazem, prá fazer um acompanhamento. Para ir ajudando (Coordenadora do Instituto Paulo e Estevão).

Outro ponto comum entre as ONGs é a falta de previsão de recursos financeiros e de pessoal para a efetivação do acompanhamento dos egressos, trazendo uma dificuldade em observar e diagnosticar o grau de contribuição dos projetos educativos e sociais na transformação da realidade dos seus educandos. Os coordenadores entrevistados afirmaram que o acompanhamento é esporádico e que normalmente ocorre através do retorno dos alunos às instituições. Uma saída encontrada para a realização dessa tarefa de modo sistemático foi a utilização de redes sociais virtuais, como o Facebook. O depoimento do coordenador da Obra do Salvador retrata essa situação:

Até quando a gente entra no Facebook, eles chamam a gente pra conversar um pouquinho, porque tem a página da Obra do Salvador e quando a gente vai lá para atualizar alguma notícia alguma coisa, aí eles vê que tá dentro e logo acessa.

Ainda mais com essas praças digitais que estão aí **(se referindo a um projeto da Prefeitura de Campos dos Goytacazes-RJ que disponibiliza sinal gratuito de Internet Wi-Fi em algumas praças do município)** eles ficam no celular e viu quando a gente acessou eles entram pra poder comentar... perguntar... cadê fulano?... Quem é que ta falando... Mas assim, oh, o processo de acompanhamento que deveria se ter, nós temos norral **(se referindo a expertise, ao saber como fazer)** para fazer isso, mas não temos ainda financiamento para ter pessoas para fazer isso. Isso só tem que ser uma pessoa específica. Gasta-se muito, muito, muito... (Coordenador da Obra do Salvador).

A utilização das redes sociais virtuais também é uma alternativa interessante para os casos de egressos ou evadidos que residem em locais de difícil acesso ou de entrada proibida, como é o caso de muitas comunidades do Rio de Janeiro dominadas pelo tráfico de drogas e sem assistência do Estado em segurança pública. Pelos meios tradicionais de acompanhamento essas atividades seriam impossíveis, conforme destaca a coordenadora da Obra Social Antônio de Aquino:

[...] A gente até tenta, tenta acompanhar... Eles têm uma “fichinha”... Têm, Têm... na promoção social, os assistidos eles têm, cada um tem sua ficha... Com endereço... Inclusive são documentos sigilosos... Tem algumas coisas que você até pode ter acesso, mas outras coisas não. São sigilosos, porque ali, eles contam as vidas, dificuldades, problemas, então, a gente nem tem acesso a esse material, porque é a promoção que fica a cargo desse tipo de trabalho, de visitar, de ir a casa... aí a gente pede a promoção para olhar, para ver... mas existem coisas que você não tem como fazer, pessoa desapareceu, como você vai fazer? Né, isso é complicado... As vezes a pessoa está morando lá no morro de não sei aonde, não tem como também entrar (Coordenadora da Obra Social Antônio de Aquino).

As quatro ONGs pesquisadas possuem site institucional. Nenhuma delas o utiliza para atividades de ensino. Em todos os casos esses sites são mantidos como ferramenta de divulgação das informações principais da instituição, tais como objetivos, missão, endereço e telefones de contato, projetos desenvolvidos e vagas ofertadas, oportunidades de emprego e, em alguns casos, programação de eventos e processos seletivos a serem realizados.

No momento de conclusão dessa pesquisa, os sites do Instituto Vida Plena e da Obra do Salvador estavam em perfeito funcionamento e atualizados, enquanto o da Obra Social Antônio de Aquino encontrava-se disponível, mas bem desatualizado. Já o site do Instituto Paulo e Estevão, apesar de atualizado, apresentava poucas informações sobre a instituição e os projetos desenvolvidos. Constatou-se no processo investigatório certa dificuldade por parte das ONGs na elaboração, manutenção e atualização desses sites institucionais, o que requer mão de obra especializada e certo investimento. Tal dificuldade justifica a adoção de um modelo de página que não tem notícias postadas e atualizadas constantemente, o que garantiria mais dinamicidade e atratividade por essa importante ferramenta de comunicação.

A utilização mais dinâmica das notícias e eventos, com atualização frequente

parece ser opção para as redes sociais virtuais dessas ONGs. Todas possuem página no Facebook e promovem atualização mais frequente que no site institucional. O Instituto Paulo e Estevão apresenta na sua página do Facebook postagens de jovens e crianças atendidos pela ONG e também de eventos para arrecadação de donativos. A Obra Social Antônio de Aquino, além de usar a página para a mesma finalidade, disponibiliza fotos da equipe de voluntários distribuindo as respectivas doações. Encontramos na página do Instituto Vida Plena, fotos das datas comemorativas do dia das crianças e de Natal com a respectiva população de crianças e jovens atendidas pela ONG. Um diferencial das suas postagens é a veiculação de mensagens educativas sobre a relação entre pais e filhos e sobre autismo. Já a Obra do Salvador, além de utilizar o Facebook para divulgação de eventos e arrecadação de donativos, faz o acompanhamento assistemático dos seus egressos, divulga as necessidades de voluntários em determinadas áreas de atuação e as oportunidades de emprego na própria instituição e em empresas parceiras.

O depoimento do coordenador da Obra do Salvador menciona essa utilização e a opção institucional de dar preferência à contratação de ex-alunos formados em seus projetos:

Geralmente é feito um recrutamento... As psicólogas desenvolvem... e é feito em toda a mídia: jornal, rádio, televisão, Facebook, a gente chama todo mundo. Mas para participar conosco, como nós recebemos subvenção pública, não podem ser pessoas que já atuam com o público. Então não podem ser pessoas da rede pública. Porque senão geraria como se fosse hora extra. Como é uma subvenção pública, então não pode. Não pode ser servidor público. Todo mundo que vem pra cá, esse é um fator do nosso recrutamento, pra poder trabalhar na Obra do Salvador não pode ser servidor público e aí tem que estar dentro da área, tem que ter ou o, a gente opta pelos universitários, formandos ou já com o técnico. São recrutados primeiros aqueles jovens que já foram nossos e que a partir de nós já desenvolveram uma técnica ou curso técnico ou desenvolveram algum curso superior. Nós temos três hoje, atualmente (Coordenador da Obra do Salvador).

No campo das redes sociais virtuais, todas as instituições pesquisadas possuem página/cadastro apenas no Facebook, com exceção do Instituto Vida Plena que além do cadastro e utilização dessa rede ainda possui espaço no Twitter, Instagram e YouTube. No entanto, apesar de prever a utilização de todas essas redes, não foram identificadas postagens e publicações nelas, sendo disponibilizado apenas um vídeo no YouTube até a data de encerramento desta pesquisa. O Facebook continua sendo então a única rede social virtual utilizada com frequência por todas as instituições pesquisadas.

4 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do estudo realizado nas quatro ONGs localizadas no estado do Rio

de Janeiro, foi identificado o desenvolvimento de ações voltadas para pessoas em situação de vulnerabilidade econômica e social; ações comprometidas com o resgate da autoestima e a inserção social dos seus participantes.

Buscamos contribuir para a identificação de práticas e ações pedagógicas que possuam uma abordagem diferenciada para formação e conscientização dos indivíduos, mediante o reconhecimento do seu direito de apropriação de condições de igualdade, para que tenham uma vida digna e consigam fazer planos e estabelecer metas para alcançar seus sonhos.

Mesmo com as dificuldades encontradas, principalmente no campo de financiamento dos projetos, as atividades educacionais e assistenciais são desenvolvidas com dedicação e empenho. Parte dos subsídios vem de parcerias público-privadas e outra parte com doações e trabalho voluntário. Em bom número, são ofertadas ações preventivas para os jovens, de modo a proporcionar um crescimento de modo mais sereno e equilibrado, conforme sugerido por Caliman (2010).

Constatou-se ainda que as redes sociais virtuais que são geralmente utilizadas para dinamizar as relações de ensino e aprendizado no ensino formal, como ferramentas pedagógicas, nos casos estudados de oferta de educação não escolar não são aplicadas no ensino: são utilizadas para proporcionar um maior engajamento e colaboração por parte dos envolvidos, reforçando e ampliando a rede social existente no entorno das instituições pesquisadas. Também são utilizadas para a realização da difícil tarefa de acompanhamento de egressos, na tentativa de verificar a efetividade das ações desenvolvidas nas vidas das pessoas atendidas. De uma maneira geral podemos afirmar que as ONGs têm a preocupação de dar visibilidade as suas ações mediante a sua publicização, principalmente através do uso do Facebook. Esta ainda é a rede mais popular entre a população atendida pelas organizações pesquisadas.

Apesar da constatação de falta de recursos e insegurança sobre a continuidade dos projetos sociais, o presente estudo ratificou a importância das instituições do terceiro setor no desenvolvimento de atividades educacionais e de assistência a pessoas em situação de vulnerabilidade social, em complementação à educação formal ou, em alguns casos, como a única opção de milhares de pessoas que são privadas de qualquer ação pública do Estado. A participação nos projetos desenvolvidos nessas instituições muitas vezes não é opção: trata-se da única oportunidade de resgate da cidadania e transformação social por uma parte considerável da sociedade que pede socorro.

REFERÊNCIAS

AFONSO, A. M. M. **Práticas Educacionais Não Formais de Instituição do Terceiro Setor**. Relatório de Entrevista - Prática de Pesquisa. Rio de Janeiro: Doutorado em Educação – UNESA, 2013.

ÁVILLA, E. R. **Práticas Educacionais Não Formais de Instituição do Terceiro Setor**. Relatório de Entrevista - Prática de Pesquisa. Rio de Janeiro: Mestrado em Educação – UNESA, 2014.

BRASIL. **Plano diretor da reforma do aparelho do Estado**. Brasília: Presidência da República, Câmara da Reforma do Estado, Ministério da Administração Federal e Reforma do Estado, 1995.

BRASIL. **Lei nº. 9.394 de 20 de dezembro de 1996**. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Brasília, DF, 1996. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9394.htm>. Acesso em: 11 nov. 2019.

BRESSER-PEREIRA, L.C. **Reflexões sobre a reforma gerencial brasileira de 1995**. Revista do Serviço Público, 1999.

CHAVES, S. D. **Práticas Educacionais Não Formais de Instituição do Terceiro Setor**. Relatório de Entrevista - Prática de Pesquisa. Rio de Janeiro: Doutorado em Educação – UNESA, 2014.

CALIMAN, G. Pedagogia Social: seu potencial crítico e transformador. **Revista de Ciências da Educação**, n. 23, 2010.

CERQUEIRA, L. M. **Práticas Educacionais Não Formais de Instituição do Terceiro Setor**. Relatório de Entrevista - Prática de Pesquisa. Rio de Janeiro: Mestrado em Educação – UNESA, 2013.

GOHN, M. G. **Educação não formal e o educador social: atuação no desenvolvimento de projetos sociais**. SP: Cortez, 2010.

MANICA, L. E. and CALIMAN, G. Cursos profissionais na perspectiva da pedagogia social. **Boletim Técnico Senac**: a revista da educação profissional, v.36, n.3, set/dez., 2010, pp. 43-51.

MONTAÑO, C. **Terceiro Setor e questão social: crítica ao padrão emergente de intervenção social**. 3ª. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SILVA, A. L. F. Orientações da UNESCO para a educação não formal: repercussões no contexto brasileiro. **Cadernos de Pesquisa: Pensamento Educacional** (Curitiba. Impresso), v.6, 2011, pp. 103-124.

SPOSITO, M. P. Juventude e educação: interações entre a educação escola e a educação não-formal. **Educação & Realidade**, v.33, n.2, jul/dez., 2008, pp. 83-97.

MEMÓRIA SOBRE A MOBILIZAÇÃO DA REDE SOCIAL NA COMUNIDADE DE TRÊS CARNEIROS – PERIFERIA DO RECIFE

Data de aceite: 27/01/2020

Wilson Nauricio Miranda de Albuquerque

Trabalho apresentado no CIRES/2017 na
Universidade de Évora - Portugal.

wilsonmalbuq@gmail.com.

RESUMO: Em 1995 realizamos uma pesquisa em algumas comunidades da periferia do Recife, abordando a participação dos moradores no acompanhamento de projeto de melhorias urbanas. Passadas duas décadas (2015), revisitamos as mesmas comunidades periféricas, trazendo ao debate sua história a partir do conceito de “Rede social” como um instrumento de análise para as interações entre indivíduos construídas no cotidiano (FONTES, 1998). Decidimos dar ênfase a comunidade de Três Carneiros (uma das comunidades pesquisadas em 1995), importante por seu protagonismo desempenhado - uma vez que a força de sua organização e articulação ganhou destaque na imprensa nacional, ao conseguirem expulsar do canteiro de obras instalado nessa comunidade, uma grande empreiteira contratada para obras de infraestrutura urbana (na ocasião, a empresa desconsiderou os argumentos da comunidade

que questionavam a qualidade técnica das obras em execução). Nesse sentido, pudemos levantar novas reflexões sobre os movimentos comunitários a partir da reconstituição da memória das mobilizações, organização, estratégias e articulações com foco nas redes sociais que vem se estabelecendo na comunidade mencionada.

PALAVRAS-CHAVE: Mobilização social, rede social, comunidade periférica.

ABSTRACT: In 1995, we conducted research in some communities in the outskirts of Recife, addressing the participation of residents in the follow-up of urban improvements project. After two decades (2015), we revisited the same peripheral communities, bringing to the debate its history from the concept of “Social network” as an instrument of analysis for the interactions between individuals built in the daily life. We decided to emphasize the community of Três Carneiros (one of the communities surveyed in 1995), important for its role played - once the strength of its organization and articulation gained prominence in the national press, when they managed to expel from the construction site installed in that community, A large contractor contracted for urban infrastructure works (at the time, the company disregarded the community’s arguments that questioned the technical quality

of the works being carried out). In this sense, we were able to raise new reflections about the community movements from the reconstitution of the memory of the mobilizations, organization, strategies and articulations with focus on the social networks that are being established in the mentioned community.

KEYWORDS: Social mobilization, social network, peripheral community.

APRESENTAÇÃO

Após alguns anos reencontrei o professor Breno Fontes (UFPE), o qual foi meu orientador da dissertação de mestrado em geografia (UFPE), cujo tema: “Novas Práticas de Urbanização nas Periferias do Recife: As Comissões de Acompanhamento de Obras”, defendida em 1995. O poeta e compositor brasileiro Vinícius de Moraes fala em uma de suas canções que a vida é feita de encontros e desencontros. E foi nessa toada da vida e incentivado pelo eminente professor que retornei ao mesmo território para realizar novas pesquisas que foi objeto de minha dissertação de mestrado no passado.

Em 2015, vinte anos depois retornei à comunidade de Três Carneiros para apresentar os resultados da pesquisa do passado, fazer um contraponto com a realidade atual e construir novos elementos para pesquisas futuras. Nessa ocasião, fizemos uma análise comparativa do movimento social local (1995-2015), o qual levamos para o Congresso da Sociedade Brasileira de Sociologia (SBS) em Porto Alegre – Brasil em 2015. Ao tempo em que reconstituímos e checamos com a própria comunidade a Rede Social constituída no passado.

Ao termos conhecimento do CIRES 2017, nos debruçamos sobre o material produzido no contato com a comunidade de Três Carneiros em 2015 e resolvemos levar no formato de memória para este Congresso de Redes: a mobilização, organização e estratégias de uma comunidade periférica e sua luta para ser reconhecida e reafirmar a sua cidadania em uma cidade marcada pela desigualdade territorial e social.

E foi com a força da rede social local que os moradores escreveram um importante capítulo no movimento de bairros do Recife, garantindo sua participação efetiva nos procedimentos de melhorias urbanas em execução no território e, forçando o poder público local a repensar o contrato com uma importante empreiteira responsável pelas obras na comunidade, o que será objeto no seguimento desse texto.

VOU CONTAR UMA HISTÓRIA DE UMA COMUNIDADE CHAMADA TRÊS CARNEIROS...

Esta comunidade é composta por populações predominantemente de baixa renda e está situada geograficamente na zona sul da cidade do Recife, constituindo-

se num território com predominância de morros e córregos. Os primeiros habitantes chegaram a esta localidade por volta do ano de 1966, decorrentes de uma grande cheia que atingiu a capital pernambucana, deixando muitas famílias desabrigadas. Notemos que: “A cheia de 1966 além de deixar muitas famílias desabrigadas, atingiu todas as camadas sociais na medida em que as inundações chegavam aos bairros tidos como de elite, a exemplo do bairro da Madalena” (ALBUQUERQUE, 1995, p. 75).

As primeiras mobilizações dessa comunidade tiveram como foco a reivindicação pelo abastecimento d’água e foi também no decorrer dessa luta que surgiram os grupos sociais locais, mais precisamente a partir de 1980. A conquista do abastecimento d’água ocorreu por volta de 1985, além de trazer melhorias à vida local, fortaleceu e deu sentido a força mobilizadora no território.

Após a essa conquista e ciente da importância da mobilização e organização social, esta população seguiu o ritmo favorável da conjuntura política local e brasileira que estava centrada na redemocratização do país. Nesse sentido, foi constituído a Rede Social Local e uma forte mobilização se materializou pelas melhorias urbanas da localidade. Conquista que aconteceu no período de 1986 a 1988, contando com a participação ativa dessa comunidade. Vejamos o trecho da entrevista com uma dirigente do clube de mães:

A gente vê que a Associação de Três Carneiros desenvolveu os trabalhos, não para o povo, e sim com o povo. Se o povo se organiza as conquistas acontecem. Até hoje eu sou representante da rua que moro. Quando é preciso fazer uma reunião de rua para tirar representantes percebemos que os moradores têm vontade de participar (ALBUQUERQUE 1995, p. 77).

A afirmação acima sinaliza que a organização social local estava alinhada com o forte sentimento de participação da população nas decisões que eram demandadas. Ao destacar “... não para o povo, e sim com o povo...”, exemplifica a qualificação da forma de atuação dessa comunidade.

REDE SOCIAL: FLUXO DE INFORMAÇÕES E ESTRATÉGIAS

Durante a implementação do projeto que urbanizou a comunidade de Três Carneiros, executado pelo poder local, “O programa de Urbanização e contenção de encostas chegou em Três Carneiros no final do segundo semestre de 1986, com um conjunto de obras de drenagem, pavimentação, escadarias, tratamento de encostas, canal e canaletas” (ALBUQUERQUE, 1995, p. 80).

Foi também um período de grandes conflitos entre a comunidade, através de sua rede social, e o Poder Público Municipal responsável pela execução do projeto de urbanização. Como já mencionamos, a conjuntura política era bastante favorável à

participação popular em virtude dos compromissos assumidos pelo gestor municipal no decorrer da campanha eleitoral de 1985. Os conflitos existiam e a relação entre o poder público municipal e a rede social desta comunidade era de aliados eventuais.

Nesse sentido, as principais organizações de referência (Associação de Moradores de Três Carneiros e o Clube de Mães), aproveitavam a experiência de trabalhar com comissões temáticas (saúde, educação, barreiras, etc...), incentivaram a formação de comissões de acompanhamento de obras nas ruas contempladas pelo projeto de urbanização. A estratégia deu resultados e fortaleceu a rede social local e o fluxo de informações demandadas no canteiro de obras instalado na comunidade. A comprovação dessa afirmativa está exemplificada na seguinte citação do representante da comissão de barreiras: Uma organização tipo associação e conselho de moradores sem a existência de comissões para mim não funciona porque eu não acredito numa organização onde quem manda é a diretoria” (ALBUQUERQUE, 1995, p. 83-84).

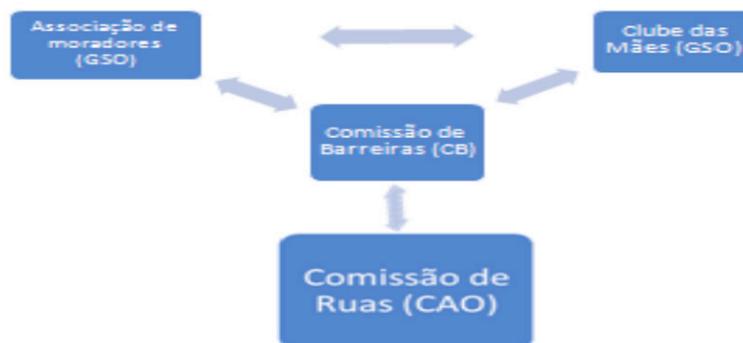
Esse relato demonstra a compreensão da filosofia de funcionamento do movimento popular local, ou seja, de desenvolver um trabalho buscando descentralizar as ações e coletivizar as responsabilidades. E assim, foi estruturada a rede social da comunidade para acompanhar o período em que as melhorias urbanas estavam sendo executadas pelo poder público municipal através da empreiteira responsável pelas obras de engenharia.

A gestão municipal, portanto, foi se adaptando ao o ritmo dessa localidade ao respeitar a sua autonomia e formas de mobilização de trabalho comunitário. Assim o poder público se agendou para acompanhar as reuniões estruturadas pela rede social local, fazendo a apresentação da filosofia do conjunto de obras a serem executadas. Vejamos o que diz uma dirigente da associação dos moradores: “Quando esse projeto chegou, nós fizemos reuniões por rua mostrando e discutindo o projeto e a importância do morador fiscalizar, porque éramos nós que íamos usar e pisar no dia a dia. Não era nenhum técnico da prefeitura e nem os funcionários da empreiteira” (ALBUQUERQUE 1995, p. 83).

E foi no ritmo das reuniões de apresentação do projeto de urbanização que foram sendo constituídas as comissões por ruas, sendo as mesmas, a fonte privilegiada que o movimento popular de Três Carneiros precisava para complementar o fluxograma da rede social que se estruturava para acompanhar um considerado conjunto de obras da maior importância para melhorar a qualidade de vida dos moradores.

E ASSIM FICOU CONSTITUÍDA A REDE SOCIAL: FLUXOGRAMA

Rede Social de Três Carneiros - 1995



Como podemos observar na figura acima, a rede social, estruturada em Três Carneiros, para acompanhar a execução das melhorias de intervenção urbana, possuía uma hierarquia que privilegiava a qualificação das informações que chegavam do canteiro de obras, através das comissões estruturadas nas ruas contempladas com o projeto. A comissão de barreiras (CB) tinha uma função de recolher as informações sobre o andamento das obras junto às comissões de ruas, fazer uma vistoria “técnica” sobre os problemas apontados por essas comissões. Na sequência, a comissão de barreiras (CB) elaborava um relatório minucioso para ser debatido nas reuniões semanais na associação dos moradores e clube de mães.

Após a apreciação do relatório preparado pela comissão de barreiras nas reuniões internas da comunidade, era construído um documento relatando os problemas selecionados no canteiro de obras, os quais comporiam a pauta a ser debatida com os técnicos do poder público municipal e, quando necessário, era convocado também representantes da empreiteira responsável pela execução do conjunto de obras no território.

Sendo assim, podemos observar que a rede social da comunidade era bastante articulada e atenta no acompanhamento do projeto em execução. Consistindo numa perfeita sintonia entre as comissões de ruas com a comissão de barreira, e esta, com a associação de moradores de Três Carneiros e clube de mães, que possuíam o domínio e a coordenação de todo o processo de acompanhamento do projeto de urbanização no território. Essa constatação fica bastante explícita nas palavras a seguir, ditas por um representante da comissão de barreiras:

(...) aí nos juntamos com alguns moradores da construção civil e fazíamos uma vistoria aos domingos. Depois preparávamos um relatório do conjunto das obras vistoriadas e entregávamos as companheiras do clube de mães e da associação de moradores. Com base nesse relatório fazíamos uma discussão no meio da semana com os engenheiros (ALBUQUERQUE, 1995, p. 84).

É interessante ressaltar que o depoimento acima é uma referência de que o

método de trabalho utilizado pela rede social local ao acompanhar o desenvolvimento do projeto era criterioso, minucioso e fundamentado em informações pontuais levantadas no canteiro de obras. Diante disso, a gestão municipal era forçada a dar retorno aos questionamentos formulados pela comunidade, também baseados em critérios e informações técnicas consistentes.

Diante disso, a rede social e o poder público municipal traçavam suas estratégias durante o acompanhamento das obras em execução. A comunidade almejava garantir uma obra de boa qualidade, já o município, o cumprimento do cronograma definido e acordado em reuniões com a comunidade. A citação a seguir é de um técnico social da gestão municipal que acompanhou as obras nessa localidade, constatando o engajamento com que a rede social desempenhava suas atividades dando ênfase a uma boa articulação:

(...) o que acontecia é que as pessoas estavam muito bem informadas do que era para ser feito. A gente percebia que o pessoal da comissão tinha conhecimento quando cobrava do engenheiro, a questão do traço correto do cimento, a qualidade da obra, se a largura da rua estava correta. O pessoal tinha uma preocupação na qualidade das canaletas, e isso foi interessante (ALBUQUERQUE, 1995, p.84).

O depoimento acima é reforçado por um componente da comissão de barreiras ao afirmar: “as companheiras da associação e clube de mães discutiam duro mesmo. Elas tinham elementos aprendidos com os operários da construção civil” (ALBUQUERQUE, 1995, p.85). Um dos critérios para fazer parte da comissão de barreiras, que trabalhava diretamente articulada com as comissões de rua, era ter conhecimento de obras. Daí alguns componentes dessa comissão serem militantes do movimento popular e trabalharem na construção civil.

As reuniões em Três Carneiros funcionavam com muita dinâmica em face da organização e boa articulação de sua rede social. Além da presença de técnicos da gestão municipal, quando necessário havia também a presença de representantes da empreiteira responsável pelas obras no território. E era nesse momento em que os questionamentos eram apresentados, debatidos e decididos; como nesse depoimento de um dirigente da comunidade: “Era nessas reuniões que levávamos as irregularidades que observávamos nas obras e tínhamos o poder de decisão” (ALBUQUERQUE, 1995, p, 88).

Com boa organização e estratégias na ação, a rede deu unidade à ação comunitária, dando consistência às reivindicações e, conseqüentemente, fortaleceu a sua autonomia diante da esfera pública. Isso proporcionou avanços significativos no processo de execução das obras, tornando os serviços mais qualificados e mais zelo na aplicação dos recursos financeiros. Como exemplificado no depoimento a seguir de um representante da comissão de barreiras:

... foram importantes porque era nas reuniões que discutíamos os problemas detectados pelas comissões de ruas no acompanhamento das obras. A nossa participação garantiu a execução de uma obra de boa qualidade. Após oito anos, elas continuam conservadas (ALBUQUERQUE, 1995, p. 89).

Essas conquistas assimiladas pela comunidade foram à força mobilizadora encontrada pela rede social para colocar para fora do canteiro de obras uma grande empreiteira responsável pelos trabalhos de engenharia no território - assunto à ser tratado com detalhes mais adiante. Essa afirmativa é corroborada no depoimento de um engenheiro da gestão municipal que acompanhou as obras no local:

Eu diria que foi uma experiência bastante rica. A população teve a oportunidade de participar, inclusive de decidir onde seriam aplicados os recursos financeiros. Houve “folga” na aplicação desses recursos previstos para a localidade e, com isso, redirecionamos esses recursos para serem aplicados no próprio bairro, e como já falei a população participou nessa aplicação (ALBUQUERQUE, 1995, P. 93).

REDE SOCIAL: ORGANIZAÇÃO, ARTICULAÇÃO, ESTRATÉGIAS E MOBILIZAÇÃO DAS PRIMEIRAS LUTAS NO TERRITÓRIO ATÉ A EXPULSÃO DA EMPREITEIRA.



A execução do projeto de obras em Três Carneiros representou o desejo da população local em ver o bairro urbanizado. Nesse sentido, a mobilização da comunidade se deu como vimos, de forma bastante consistente para garantir a conclusão desse projeto. O planejamento técnico acordado nas reuniões comunitárias previa a formatação de um conjunto de obras de forma a dar segurança, garantir o fluxo das águas e, sobretudo integrar os espaços intra-urbano para permitir uma maior mobilidade espacial no território e assegurar os serviços básicos como o

caminhão de gás, eletricidade, ambulância de saúde. Enfim, permitir uma melhor condição de vida para os moradores. O sentimento popular sobre a urbanização do bairro está expresso no depoimento de uma dirigente do clube de mães:

Antes da execução desse projeto o bairro era todo no barro, a população sofria muito descendo e subindo ladeira. Após a execução do projeto, com as ruas pavimentadas os moradores ficaram com mais coragem de lutar, isso dar mais ânimo à luta porque estão vendo algumas conquistas serem efetuadas (ALBUQUERQUE, 1995, p. 97).

O depoimento acima caracteriza muito bem o minucioso trabalho desenvolvido pela rede social, pontuando e intervindo desde as pequenas obras de engenharia até as mais complexas. Fortalecidos com as conquistas das obras já executadas na localidade e articulados em rede, o movimento popular ampliou sua participação para fazer o debate e garantir as grandes obras estruturadoras do bairro como a Avenida São Paulo, considerada a principal artéria local.



(Rua São Paulo)

A Avenida Monte Verde, a qual possibilitou a ligação de Três Carneiros de Cima com Três Carneiros de Baixo. E o Buraco da Gata da Gata, considerado a obra mais complexa e mais significativa para a comunidade; tanto do ponto de vista político como urbanístico, porque garantiu a integração social e cultural dos moradores.



(Buraco da Gata)

A mobilização da rede social local se confunde com a própria luta em torno do Buraco da Gata, considerado uma das maiores erosões dos morros da cidade do Recife. Antes de sua urbanização, era utilizado pela comunidade como depósito de lixo, ameaçava desabar uma boa parte de cima de Três Carneiros e, conseqüentemente, soterrar uma quantidade grande de residências familiares na parte de baixo da comunidade. Com o passar do tempo essa área foi se desmoronando pelo acelerado processo de erosão. Muito bem relatado por uma dirigente da Associação de Três Carneiros:

O buraco da gata teve um significado muito grande para a comunidade. Em 1987 e 1988 quando o buraco da gata começou a se desmoronar iniciamos uma grande mobilização na comunidade sem que a associação dos moradores estivesse participando. Após duas horas de mobilização o posto policial que estava ameaçado de ser retirado do local foi reativado (ALBUQUERQUE, 1995, p. 99).



(Foto do Posto Policial)

O posto policial citado na entrevista é considerado pelos moradores como de fundamental importância para a segurança do bairro. Este funciona ao lado do buraco da gata, sendo que, com o aumento da erosão a comunidade temia o desabamento do prédio e, em consequência a retirada do posto policial. A luta em torno do buraco da gata ganhou espaço na grande imprensa local, influenciando e fortalecendo ainda mais a mobilização da comunidade e sensibilizando o poder público municipal.

A intervenção de engenharia no buraco da gata significou a elaboração de um projeto técnico bastante cuidadoso em virtude do acelerado estágio de erosão do local. Após muitos estudos o projeto de urbanização consistia no tratamento da encosta através da construção de um “muro de gabião” para conter a erosão e ao lado desse muro, no interior do buraco da gata, a construção de uma área de lazer e cultura, atendendo a reivindicação da comunidade.

... muro de gabião é uma estrutura de alvenaria de pedra arrumada envolvida por uma tela de arame galvanizada em forma retangular, sendo utilizado em terreno com pouca consistência. A vantagem é porque ela se constitui numa estrutura flexível e drenante, facilitando o caminho das águas entre as pedras (ALBUQUERQUE, 1995, p. 101).

A proposta do muro de gabião foi bastante contestada pela comunidade que temia que o mesmo não viesse dar consistência à erosão. As explicações técnicas da equipe de engenharia do poder público, não foram naquele momento suficientes para convencer os moradores. Veja o que diz a respeito uma liderança entrevistada:

(...) nós tínhamos aquela visão que somente o muro de arrimo é que segurava a

barreira. O buraco da gata tinha uma erosão muito grande e os engenheiros falaram que um muro de gabião resolvia. Como não leva areia e nem cimento, ninguém aceitou e essa discussão teve duração de um mês (ALBUQUERQUE, 1995, p.101).

Diante do descrédito da comunidade sobre a alternativa técnica, a equipe do poder público utilizou-se de recursos de cunho educativo para explicar as funções de um muro de gabião, especificando a sua eficácia no tratamento daquele tipo de erosão. Mesmo assim, a comunidade continuou contestando a solução técnica sugerida pela equipe de engenharia. Devido ao impasse estabelecido entre a gestão e a comunidade encontrou-se um outro mecanismo que exemplificasse in loco o funcionamento de uma experiência técnica desse tipo. Nesse sentido foi acionado a CB para realizar uma visita técnica semelhante aos prédios do litoral sul de Pernambuco, onde já existia esse tipo de muro.

A iniciativa em conhecer o funcionamento do muro de gabião, fez a comunidade aceitar a intervenção técnica para tratar a erosão do buraco da gata. O resultado mais significativo pode ser constatado no relato de um dirigente da Associação de Moradores: “(...) jovens daqui não tinham onde namorar, esse espaço que era um aterro de 23 anos de lixo, agora é utilizado para atividades culturais e esportivas. Foi através da luta do buraco da gata que começou tudo em Três Carneiros, ou seja, a história do bairro” (ALBUQUERQUE, 1995, p.102).

O buraco da gata representou um símbolo da luta política do bairro, pois foi em torno da mobilização pela urbanização desse espaço que a comunidade reforçou a sua unidade política e conquistou credibilidade junto ao movimento de bairros da cidade do Recife. O que fica explícito no relato a seguir de um representante da comissão de barreiras:

(...) nós temos obtidos muitas vitórias nessas lutas, mas uma obra significativa para o bairro foi o buraco da gata. Na época desabou metade do terminal de ônibus do bairro que fica ao lado do posto policial. A comunidade fez uma mobilização até a prefeitura. Após audiência com o prefeito, uma comissão de técnicos veio a área e fez um projeto para o local. Hoje o buraco da gata chama-se “Operário Ivanildo Bezerra”, que foi um morador de nossa comunidade e que faleceu antes do espaço ser inaugurado (ALBUQUERQUE, 1995, p.103).

Como vimos à força da mobilização e a boa articulação local, possibilitaram grandes conquistas, fortalecendo a unidade e estratégias em torno de um projeto que era de interesse coletivo. E o fato do movimento popular local se credibilizar junto aos movimentos de bairros da cidade do Recife, também angariou respeito aos gestores municipais, ao serem notícias na grande mídia pernambucana, decorrentes das lutas que empreenderam. Veremos a seguir como esta comunidade reuniu ainda mais força mobilizadora ao conseguir expulsar a empreiteira, fato que repercutiu na grande mídia nacional.

DA MOBILIZAÇÃO POPULAR AO AFASTAMENTO DA EMPREITEIRA: ACUSAÇÃO PELA CB DE EXECUTAR OBRAS SEM QUALIDADE, ATRASAR OS SERVIÇOS EM DEMASIA E RECUSA DA ACEITAÇÃO DE QUESTIONAMENTOS DA REDE SOCIAL LOCAL.



(Encontro com Representantes da Comunidade de Três Carneiros em 2015)

O trabalho de acompanhamento de obras pelas comissões de rua ganhou repercussão na mídia nacional decorrente da anulação do contrato com uma empreiteira que executava obras para o poder público municipal. Esta construtora foi acusada pelas comissões de executar obras sem qualidade e de atrasar demasiadamente os serviços, além de se recusar a aceitar esses problemas levantados pelas comissões, como no depoimento de um dirigente comunitário, a seguir:

(...) Nós verificamos que o cimento não estava com o traço correto, os muros não estavam sendo executados com a devida segurança, eles colocavam as pedras mas não revestiam com cimento para fazer a amarração da mesmas, apenas aparentemente por fora. Fizemos a reclamação e a empreiteira não aceitou os questionamentos (ALBUQUERQUE, 1995, p. 108).

Como já abordado anteriormente, a CB era dentro da estrutura da rede social local, constituída basicamente por pessoas que tinham experiências no movimento comunitário e principalmente por trabalhadores residentes no bairro, ligado à construção civil. As acusações desse tipo eram consideradas de muita gravidade porque o muro de arrimo estava mal construído e sem segurança e, conforme o relato do representante da CB, colocava em risco a segurança de diversas famílias do bairro.

Desse modo instalou-se o conflito nas relações entre a construtora e a

comunidade. Com isso, os questionamentos foram objeto de uma grande assembleia na localidade, com a participação de técnicos da prefeitura e representantes da construtora responsável em realizar o conjunto de obras no território. Os questionamentos da comissão de barreiras estão bem relatados na entrevista com um representante da rede social local a seguir:

(...) Nós dissemos que as obras estavam de má qualidade, eles não aceitaram, aí fomos ao local da obra e o engenheiro detectou a mesma coisa. O proprietário da empreiteira não aceitou as nossas críticas e disse que não trabalharia com a comunidade fiscalizando porque tinha um nome a zelar (ALBUQUERQUE, 1995, p.108).

Quando esses fatos ganharam projeção nacional através da matéria da revista VEJA de 23 de outubro de 1987, Fernando A. Teixeira proprietário da construtora faz a seguinte contestação: “Uma empresa como a nossa precisa de autonomia, não podemos nos dobrar aos caprichos da comunidade”. Diante desse posicionamento por parte do proprietário da empreiteira, os ânimos se acirraram. A comunidade também radicalizou e exigiu a retirada da construtora do canteiro de obras. Nesse sentido, os conflitos ficaram insustentáveis entre a construtora e a comunidade, como no relato de uma dirigente do movimento comunitário local: “Nós dissemos que ele, o proprietário fosse executar obras em outra comunidade, aí ele zombou da gente e disse que não sairia” (ALBUQUERQUE, 1995, p. 109).

Na pesquisa que realizamos em 1995, constatamos que o proprietário da empreiteira havia dado apoio ao gestor municipal da época. Diante desse fato, é possível que a construtora tenha se sentido à vontade para menosprezar as reivindicações populares, quando o bom-senso sinalizava para que fossem verificados os defeitos encontrados no canteiro de obras e a partir de aí tomar as providências técnicas necessárias. Se assim o fizesse, “o nome a zelar” dito pelo proprietário à revista VEJA, salvaguardaria o cuidado que ele tentou demonstrar nessa entrevista. Ainda sobre a mesma problemática, um sociólogo que fez parte do alto escalão da gestão municipal da época deu a seguinte versão sobre esses fatos:

(...) e por coincidência essa empreiteira pertencia na época a um empresário ligado ao PMDB que participava politicamente e financeiramente das campanhas do PMDB, a F. A. Teixeira. Isso foi até um pouco cruel com ele, mas por coincidência ou por crise de sua empresa, ela foi pega em flagrante, atrasando obras, não cumprindo o cronograma e trabalhando numa área extremamente radicalizada (ALBUQUERQUE, 1995, p.109).

As questões relativas às irregularidades, na execução das obras, ao ser confirmado pela equipe de engenharia do município, complicou bastante a permanência da construtora e a continuidade dos trabalhos na comunidade. E por consequência, boa parte dos questionamentos técnicos estavam registrados no

livro de ocorrências, uma espécie de agenda diária para fazer anotações sobre as obras em andamento. A constatação desses fatos “quebrava” as normas contratuais do processo de licitação assinado entre o poder público municipal e a empreiteira. Nesse sentido, ficou insustentável a manutenção dessa construtora, tanto pelas irregularidades técnicas e a forte pressão da mobilização comunitária. Vejamos o que disse um engenheiro da prefeitura entrevistado na época dessas obras:

No caso da F. A. Teixeira esta empresa teve dificuldades de acelerar o ritmo das obras. Eu lembro que durante um ano de trabalho o percentual de obras executadas foi bastante baixo e sem uma explicação técnica convincente, E nós tínhamos isso em arquivos de registros, cobrando a falta de pessoal suficiente nas obras, atraso de material, tudo isso comprovado (ALBUQUERQUE, 1995, p. 110).

Consciente da veracidade das denúncias e com a impossibilidade de entendimento com a construtora, a rede social bem articulada e com todas as informações resultantes das denúncias, inicia um processo ininterrupto de mobilização para afastar a empreiteira. Foram em comissão à empresa de urbanização do município, responsável técnico pelo projeto de obras. Na sequência se deslocaram à sede da prefeitura municipal que tratava com pouca transparência tal questão. Ao tempo em que o poder público municipal acumulava desgastes junto à comunidade pela lentidão com que encarava essa problemática. Não satisfeita com essa postura, a comunidade ampliou a sua mobilização e denunciou à empreiteira e a gestão municipal numa plenária dos movimentos de bairros da cidade do Recife. Esse fato foi crucial para selar o destino da construtora, uma vez que a socialização dos problemas relacionados à empreiteira com o conjunto do movimento popular da cidade expandiu a divulgação da problemática, forçando a prefeitura a se manifestar sobre o caso.

Mesmo sendo um fato isolado numa comunidade periférica, a decisão do poder público municipal em afastar a construtora foi significativa, tanto para reestruturar a credibilidade junto à comunidade, desgastada por conta da indefinição em tomar uma decisão. Assim, como foi educativo na medida em que não deixou precedentes para que as demais empreiteiras fizessem o mesmo. Sobre isso, trazemos o depoimento de uma dirigente do movimento de bairro local: “(...) fizemos uma reunião na associação dos moradores, em seguida aglutinamos força com os moradores das ruas e com muita garra e disposição expulsamos a F. A. Teixeira daqui” (ALBUQUERQUE, 1995, p.111).

Na pesquisa que realizamos no passado, é significativo trazer para o presente o depoimento de um engenheiro que na época exercia um cargo de destaque na gestão municipal, ao abordar as dificuldades na decisão sobre o afastamento da empreiteira F. A. Teixeira, vejamos:

(...) foi uma decisão do poder público de cancelar o contrato. Agora, se não fosse a pressão da população, seriam tentadas outras formas, talvez tivesse sido postergada essa decisão. Eu acho que a participação da população ajudou e inclusive deu força à prefeitura para o cancelamento do contrato (ALBUQUERQUE, 1995, p.112).

Na sequência, trazemos também o depoimento de um sociólogo que na época exercia cargo de alto escalão no município. Na sua abordagem ele dá ênfase sobre os significados da organização comunitária e aponta o exemplo como um processo pedagógico a ser copiado. Vejamos então o seu comentário: “(...) Se aquilo tivesse acontecido numa área em que as comissões tivessem pouco nível de organização isso teria passado despercebido, no entanto, o que aconteceu foi muito simbólico porque serviu de exemplo para todas as empreiteiras”. (ALBUQUERQUE, 1995, p.112)

Os depoimentos acima do engenheiro e do sociólogo são significativos na medida em que analisam as dificuldades na tomada de decisão por parte da máquina pública, e, nesse caso, principalmente por conta das relações políticas entre o proprietário da empreiteira e o segmento político que na época administrava o município recifense. E também o fato de reconhecer de forma explícita o papel determinante da força de mobilização da comunidade para que uma difícil decisão fosse efetivada.

Nesse sentido, a boa estrutura organizativa da rede social local foi determinante para o domínio de todo o processo de execução do conjunto de obras. A dinâmica e a transparência no fluxo de informações que circulavam na comunidade deu qualidade a participação na medida em que, o debate entre os atores envolvidos (Comunidade, Poder Público Municipal e empreiteira), se deram com base em questionamentos técnicos, consistentes e fundamentados pela comissão de barreiras, constituída fundamentalmente por profissionais da construção civil que além de desempenhar um papel na luta comunitária eram ao mesmo tempo moradores da localidade.

E para fortalecer a análise que estamos trazendo nessa parte do texto, remontamos à reportagem da revista VEJA de 1987, já citado no corpo desse trabalho ao se referir à força de mobilização e à qualidade de ação comunitária. Vejamos o que diz um trecho dessa revista: “Esse controle rígido já afastou três construtoras dos canteiros de obras, entre elas, a F. A. Teixeira, a segunda maior empresa de construção civil de Pernambuco”. (VEJA, 23/05/1987).

Por fim, por estarmos aqui tratando de recuperar a memória da rede social da comunidade de Três Carneiros, optamos em reconstituir também importante relato do referido sociólogo ao aprofundar a problemática criada envolvendo o afastamento da empreiteira. Vejamos o que ele concluiu sobre isso:

(...) Eu tenho a impressão de que a partir desses acontecimentos e a repercussão que teve na imprensa. Isso deu respeitabilidade as comissões. As empreiteiras sentiram que o poder público era extremamente sensível às pressões que vinham das comissões, não era que a prefeitura se submetesse totalmente as pressões, mas era sensível a isso (ALBUQUERQUE, 1995, p. 113).

O depoimento acima é de grande importância ao fazer uma honesta reflexão sobre as minúcias que pautam a máquina pública ao se ver diante de fatos como esse e, por conseguinte, a análise que o mesmo faz a partir da posição administrativa que exercia à época na máquina municipal, quando constata que a mobilização da comunidade foi quem impulsionou o gestor municipal do Recife, naquele período, a decidir pelo afastamento da construtora; mesmo por tudo que a mesma representava politicamente para o conjunto de forças políticas que administrava a cidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O retorno à comunidade de Três Carneiros em 2015, após duas décadas quando realizamos a primeira pesquisa em 1995, para reconstituir e contar a sua história a partir da mobilização da sua rede social em torno daquele projeto de urbanização, é por demais gratificante para quem trabalha com pesquisas sociais.

Quando por lá nos deslocamos, fomos inspirados pela feliz frase do escritor Gabriel Garcia Marques ao conceituar a memória como sendo “a vida não é a que cada um viveu, mas a que recorda e como recorda para contá-la”. Nesse sentido, fizemos uma releitura da pesquisa do passado (1995), e na medida em que íamos folheando os capítulos nos chamava à atenção os depoimentos com os protagonistas que estiveram no centro dos acontecimentos já bastante abordados nesse texto.

Não seria espanto ressaltar de que o nosso olhar focou-se para os relatos daquela gente simples de Três Carneiros, ao escrever com a sua força mobilizadora, importante capítulo na história do movimento de bairros do Recife. Dizem nas ciências sociais que para se fazer uma pesquisa não basta apenas encontrar um problema, é fundamental inspiração para trabalhar a problemática que envolve determinado objeto a ser pesquisado.

É interessante lembrar de que a rede social local foi se constituindo e se fortalecendo na medida em que o projeto de obras ia sendo executado. Os moradores, ao perceber as melhorias urbanas, foram se envolvendo também com os problemas que aconteciam no canteiro de obras. Tal fato mostrou-se importante pois deu unidade a uma luta que interessava a todos.

Outro destaque é o fato de a comunidade ter tido a clareza de estruturar as suas comissões não somente com militantes do movimento popular, mas principalmente que estes militantes fossem trabalhadores da construção civil residente do território.

E como variável esse formato fez toda a diferença nos momentos em que a qualidade dos serviços era questionada. Qualificando e empoderando os argumentos da comunidade frente à gestão municipal, os conflitos em torno do buraco da gata e do afastamento da empreiteira ressaltam muito bem essa alternativa.

E por último, o debate que realizamos em 2015 na comunidade Três Carneiros com os protagonistas de 1995, deixou um espaço para darmos procedimento a novas pesquisas, uma vez que foi possível identificar outras questões que hoje estão presentes nesse território, tais como: a violência, o uso das drogas, questões de gênero e um retraimento de participação da comunidade. São questões que remetem à estudos mais aprofundados.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Wilson Naurício Miranda. *Novas Práticas de Urbanização nas Periferias do Recife: As Comissões de Acompanhamento de Obra*. Recife: UFPE, 1995.

FONTES, Breno Augusto Souto Maior. *Redes, Práticas Associativas e Poder Local*. 1.ed-Curitiba: Appris, 2011.

FONTES, Breno Augusto Souto Maior. *Redes Sociais e o Poder Local*. Recife: UFPE, 2012.

UM OLHAR ENTRE BIG DATA E TEORIA DA COMPLEXIDADE: ESTUDOS HISTÓRICO-EPISTEMOLÓGICOS

Data de aceite: 27/01/2020

Mariana Rodrigues Gomes de Mello

Programa de Pós Graduação em Ciência da Informação na Universidade Estadual Paulista (Unesp), campus de Marília/SP. ORCID-0000-0002-5925-8554.

Marta Lígia Pomim Valentim

Programa de Pós Graduação em Ciência da Informação da Universidade Estadual Paulista (Unesp), campus de Marília/SP. ORCID - 0000-0003-4248-5934.

RESUMO: Inter-relacionar o pensamento complexo ao *Big Data* é o enfoque deste trabalho. O problema de pesquisa incide em responder a questão: pode-se considerar o *Big Data* um sistema complexo? É senso comum que a Ciência existe para tornar o mundo compreensível, propiciando aos indivíduos a capacidade de entender situações e/ou exercer controle sobre a natureza. Nessa perspectiva, questiona-se se a Ciência alcança a compreensão que pretende quando se limita a um sistema simplificador que ao invés de agregar os diversos conhecimentos os fragmenta. Metodologicamente trata-se de uma pesquisa quanti-qualitativa de caráter exploratório, realizada através da técnica Revisão Sistemática da Literatura (RSL).

Para tanto, realizou-se uma busca nas bases de dados na Base de Dados Referenciais de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação (BRAPCI), almejando abranger a produção nacional. As palavras-chave utilizadas na referida base de dados foram: '*Big Data*', 'complexidade', 'Ciência', 'pós-modernidade'. Delimitou-se a pesquisa nos últimos dez anos de modo a recuperar a produção científica mais recente sobre o tema. Como resultado verificou-se que nenhuma pesquisa foi recuperada na BRAPCI que utiliza-se os termos '*Big Data*' e '*Complexidade*'. Conclui-se que o pensamento complexo, enquanto teoria, um ideal, vem sendo bem recebido, contudo, no campo da prática ainda está longe de ser consolidado, pois o saber especializado, mecanicista, redutor, fragmentado, desagregador, ainda é o mais usado, tanto no ramo educacional quanto nas empresas. O *Big Data* é uma das exceções, conseguindo unir teoria e prática em um sistema complexo.

PALAVRAS-CHAVE: Teoria da Complexidade; *Big Data*; Ciência da Informação.

ONE A LOOK AT BIG DATA AND COMPLEXITY THEORY: HISTORICAL EPISTEMOLOGICAL STUDIES

ABSTRACT: Interrelating complex thinking to Big Data is the focus of this paper. The research

problem is to answer the question: Can Big Data be considered a complex system? It is common sense that science exists to make the world understandable, giving individuals the ability to understand situations and / or exercise control over nature. From this perspective, one wonders if science achieves the understanding it wants when it is limited to a simplifying system that instead of aggregating the various knowledge fragments them. Methodologically, this is a quantitative and qualitative research of exploratory character, performed through the technique Systematic Literature Review (RSL). To this end, we searched the databases in the Reference Database of Information Science Journals (BRAPCI), aiming to cover the national production. The keywords used in this database were: 'Big Data', 'Complexity', 'Science', 'Postmodernity' Research has been delimited over the last ten years in order to retrieve the most recent scientific production on the tema.nAs a result it was found that no search was retrieved in BRAPCI using the terms `Big Data` and `Complexity`. It is concluded that complex thinking, as theory, an ideal, has been well received, however, in the field of practice is still far from consolidated, because the specialized, mechanistic, reducing, fragmented, disaggregating knowledge is still the most used. , both in education and in companies. Big Data is one of the exceptions, being able to unite theory and practice in a complex system.

KEYWORDS: Complexity Theory, Big Data, Information Science.

1 | INTRODUÇÃO

Este trabalho é alicerçado nos estudos sobre o pensamento complexo e suas inter-relações com o *Big Data*. O problema maior de pesquisa incide em responder a seguinte questão: O *Big Data* pode ser considerado um sistema complexo e por quê? É senso comum que a Ciência existe para tornar o mundo compreensível, propiciando aos indivíduos a capacidade de entender situações e/ou exercer o controle sobre a natureza. No entanto, questiona-se se a Ciência alcança de fato a compreensão que pretende quando se limita ao sistema simplificador, que ao invés de agregar os diversos conhecimentos os separa. A Ciência pode ser estabelecida por meio de dois aspectos principais: o uso do método experimental, também conhecido como método científico, cuja aplicação se dá a um objeto específico, isto é, a especialização e, sendo assim, há tantas ciências quanto forem seus objetos.

Todavia, nem tudo correu com o otimismo previsto pelos primeiros iluministas, pois o pensamento simplificador no intuito de controlar a Ciência, se mostrou insuficiente, limitador, desintegrado, visto que ao desmembrar o conhecimento afasta tudo aquilo que serve como ponto de intersecção entre um pensamento mais restrito a um mais amplo, complexo. Nessa perspectiva, a síntese de teses antagônicas, fruto de uma reflexão dialética frente ao caos organizado que contempla ordem, desordem e organização, se faz necessária para a construção de conhecimento. A

apropriação da informação e a possível transformação dela em conhecimento é um processo individual, entretanto, é construído na relação sujeito e contexto histórico-social. Neste sentido, argumenta Morin (2005, p.177)

Durante muito tempo, muitos acreditaram e ainda acreditem, que o erro das Ciências Humanas e Sociais era o de não poder se livrar da complexidade aparente dos fenômenos humanos para se elevar à dignidade nas Ciências Naturais que faziam leis simples, princípios simples e conseguiam que nas suas concepções reinasse a ordem do determinismo. Atualmente vemos que existe uma crise nas Ciências Biológicas e Físicas: desde então, o que parecia ser resíduo não científico das Ciências Humanas, a incerteza, a desordem, a contradição, a pluralidade, a complicação, faz parte de uma problemática geral do conhecimento científico.

A Ciência não é neutra, não é desvinculada do mundo, nem do olhar do pesquisador; objetividade e subjetividade se integram e se completam e as vezes se distanciam, num sistema que não é linear, mas cíclico, visto que se repete. A partir do princípio dialógico (MORIN, 2005), observa-se os contrapontos das teorias e compreende-se que a Ciência é constituída de verdades relativas. Sendo assim, a razão e a verdade deixam de constituir valores absolutos e passam a ser provisórios e, consensualmente, dentro de relações intersubjetivas. Revela-se que o sistema é limitador visto que deve atender não só os anseios da comunidade científica, mas também do capital que move as pesquisas.

2 | BIG DATA E COMPLEXIDADE

Paulatinamente, os gregos minimizaram as explicações míticas ou religiosas sobre do mundo, almejando uma explicação mais racional. Para tanto, buscaram hipóteses argumentativas, por meio da observação da natureza, Aristóteles se destacou na construção mais científica do conhecimento na Antiguidade.

Na Idade Média, sobretudo na Alta Idade Média (Séculos V ao X), a explicação racional é substituída novamente pela religiosa ou mítica. Pode-se, então, observar um processo de transição da cultura clássica – caracterizada pelo racionalismo e humanismo – para a cultura medieval, marcada pela religiosidade. Para a quebra desse paradigma tão forte que alia conhecimento à religião, surge um maior que é o mito da razão. Neste contexto, da Idade Moderna, Descartes torna-se um dos expoentes do período ao promover o racionalismo cartesiano e a dúvida metódica. Almejando uma fonte confiável para o conhecimento, Descartes afirmava que somente a razão incide em confiança, haja vista que os sentidos podem nos enganar, questões amplamente discutidas nas obras “Discurso do Método e Meditações Metafísicas”. Fundamentado nesta ideia, ele propôs o método racional, denominado cartesiano que, segundo ele, nos conduziria à verdade. Esse método serviu-se do

modelo da Matemática, principalmente, pois enquanto Descartes observava grandes discordâncias entre professores de Filosofia no que tange às suas teorias, via uma integração do pensamento entre os matemáticos.

Nesse terreno propenso ao saber científico, no Século XVII, surge o período conhecido como Iluminismo, Século das Luzes, Ilustração ou Esclarecimento, do vernáculo alemão *‘Aufklärung’*, que tem seu auge no Século XVIII. O movimento confere otimismo em reorganizar o mundo humano sob a égide da razão. A filosofia iluminista sofre influência da Revolução Científica levada a efeito, principalmente por Copérnico, Galileu e Newton, além das correntes filosóficas racionalistas e empiristas.

No Século XIX, em decorrência da diminuição da taxa de mortalidade frente algumas benfeitorias feitas no saneamento básico, pelo menos nos grandes centros, e o advento do antibiótico, as taxas de mortalidade diminuem, porém, as de natalidade continuaram altas. Além disso, inicia-se o êxodo rural, auxiliado pelo desenvolvimento das redes ferroviárias e a criação do barco a vapor. A Inglaterra, grande berço da Revolução Industrial, já possuía uma população maior que a rural (BRAGA; GUERRA; REIS, 2008). Diante do aumento do contingente humano na Inglaterra, houve um excedente da mão-de-obra em busca de trabalho, fato que corrobora com o modelo praticamente escravista de produção, calcado na organização fabril.

Muito embora, as condições insalubres e ausência total de direitos trabalhistas fossem grandes marcas do sistema industrial britânico, exportado ao mundo, o otimismo, nascido entre os Iluministas que depositavam confiança total na razão científica, passa a ser cada vez mais técnico, a partir da Revolução Industrial. “O ideal de progresso cultivado pelos intelectuais no século anterior ganhou as ruas” (BRAGA; GUERRA; REIS, 2008, p. 21). As máquinas adentram o cotidiano europeu, constituindo a solução para os problemas da humanidade, inserindo a perspectiva de um mundo sem esforços físicos e mentais, próspero e feliz, com tecnologia e Ciência ilimitadas. Mediante o grande entusiasmo e a ideia de progresso incessante que permeava o discurso científico-tecnológico, que marca o período entre a segunda metade do século XIX e início do século XX, a época ficou conhecida como *Béle Époque*.

Neste contexto se desenvolve a fase chamada de Pós- Modernidade. Há um conjunto de conceitos que envolvem a construção do período, o que só ratifica o caráter complexo que está inerente ao rol dessas concepções frente à diversidade de perspectivas e múltiplas interpretações que compõem o momento atual. Não há uma ruptura concreta, um marco, tal como houve na passagem entre outros períodos. Por exemplo, a queda do Império Romano do Ocidente marca a passagem da Idade Antiga para Idade Média; a queda do Império Romano do Oriente instituiu a Idade Moderna.

A corrente majoritária defende que a Pós- Modernidade surge por volta de 1950, em decorrência das mudanças no âmbito artístico e científico, bem como no modo de refletir da sociedade em geral. Tem-se atribuído duas fases distintas a esse período: a primeira inicia-se em 1950 e finda-se na Guerra Fria – momento em que vigora o grande alcance da mídia analógica; a segunda fase vai do fim da Guerra Fria- tendo como ponto de partida a disseminação da informação através da mídia digital – perdurando até a atualidade. Dessa maneira, pode-se afirmar que a Pós- Modernidade é considerado o período em que as grandes certezas instituídas pelo paradigma cartesiano são colocadas em cheque (BAUMAN, 2001).

O cientificismo da Idade Moderna que almejava explicar tudo pela via racional, instituindo o absolutismo científico, não consegue mais responder a todos os questionamentos e fenômenos que envolvem a vida do sujeito pós- moderno. Abre-se a possibilidade, então, das grandes incertezas, as quebras dos paradigmas, o convívio com diversas correntes de pensamentos, teorias, vertentes, multiculturalismo, instabilidade de valores em todos os campos e vulnerabilidade. Não há respostas eternas e nem condições de se vislumbrar tal possibilidade mediante a ausência de garantias. O mundo globalizado, frente ao avanço das tecnologias, promove respostas imediatas e ao mesmo tempo efêmeras aos mais variados questionamentos.

Neste cenário fértil ao gerenciamento de informações, surge em 1990 o termo *Big Data*, que porém, vem sendo mais utilizado a partir da última década. Para Manyika, Chui e Brown (2011) e Gantz e Reinsel (2011), *Big Data* é um conjunto tão grande de dados, que os próprios sistemas tradicionais de gerenciamento, na maioria das vezes, não são capazes de armazená-los e de gerenciá-los. Tal fato tem ocorrido, porque estes dados decorrem de inúmeras plataformas, sejam elas físicas ou digitais, tangíveis ou intangíveis. Ademais, esses dados não são estruturados, justamente porque são oriundos de diversas novas fontes, incluindo as redes sociais (Facebook, Twitter e Instagram).

O *Big Data* também pode ser compreendido como uma transformação da computação tradicional, uma evolução, visto que o poder de armazenamento, processamento, gerenciamento e disseminação de dados migrou-se para o universo da internet. Assim, o gerenciamento *Big Data* é feito através de ferramentas de software com técnicas relacionais, articuladas e multidimensionais, utilizadas para a capturar, gerir e processar dados de modo eficaz (ISACA, 2013). Além disso, a gestão *Big Data* é algo extremamente importante, na acepção de Vianna, Dutra e Frazzon (2016, p.193) que demonstram “[...] necessidade de transformar esses dados em informações de qualidade, que possam ser utilizadas para direcionar os negócios e as estratégias das organizações, minimizando riscos, e apoiando o processo de tomada de decisões”. Segundo Davenport (2014), somente no ano de 2012, por exemplo, foram gerados no mundo uma quantidade de 2,8 trilhões de *gigabytes* em

dados, logo, é impossível que não haja um mecanismo eficiente de gerenciamento para esses recursos.

A Teoria da Complexidade propõe a inter-relação entre diversos saberes, no intuito de compreendermos o processo de construção de conhecimento, sua pluralidade e desafios. “O pensamento complexo é o pensamento que se esforça pra unir, não na confusão, mas operando diferenciações” (MORIN, 1999, p.33).

Neste aspecto, a transversalidade do *Big Data* já faz dele em si um sistema complexo que abrange diversas áreas da pesquisa científica e atua como ferramenta na competitividade e produção nos mais diversificados ramos empresariais, unindo teoria e prática. Capturar, agrupar, descrever, analisar e armazenar um enorme conjunto de dados ou informações, que se mesclam, se completam e se excluem, num movimento incessante e que poderão ser revertidos em conhecimento aos diversos setores da sociedade, mostra que o *Big Data* está muito atrelado ao pensamento complexo. O conhecimento é construído a partir da leitura de um grande banco de dados ou informações digitais, disponíveis na internet, o que proporciona a elaboração de arquétipos de análise de comportamentos e da dinâmica de sistemas e interações complexas.

A enorme quantidade de dados ou informações geradas pela rede a cada segundo desafia os próprios limites computacionais frente a velocidade que os computadores necessitam para processarem todos esses dados. Para operar o *Big Data*, exige-se conhecimentos que ultrapassam os computacionais de *machine learning* e os matemáticos de estatística e probabilidade. Ter conhecimentos acerca de Ciência da Informação, Administração de Empresas, legislação, entre outros, se faz necessário para atuar nessa dimensão complexa informacional inerente ao *Big Data*.

3 | PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

No que tange aos procedimentos metodológicos, este estudo é de natureza quanti-qualitativa, do tipo bibliográfica e de caráter exploratório, realizada através da técnica Revisão Sistemática da Literatura (RSL). Para tanto, realizou-se uma busca na Base de Dados Referenciais de Artigos de Periódicos em Ciência da Informação (BRAPCI), almejando abranger a produção nacional. As palavras-chave utilizadas na referida base de dados foram: ‘*Big data*’, ‘complexidade’, ‘Ciência’, ‘pós-modernidade’. Delimitou-se a pesquisa nos últimos dez anos de modo a recuperar a produção científica mais recente sobre o tema.

Em relação ao período de busca, vale destacar que delimitou-se a busca nos últimos dez anos, no intuito de recuperar a produção científica mais recente

acerca dos conceitos supracitados. A opção pela RSL, de acordo com Gil (2009), se deveu ao fato de que esse tipo de levantamento abrange materiais que servem de fundamento para o desenvolvimento da análise e elaboração de referencial teórico, incidindo na vantagem de proporcionar ao investigador a apropriação de uma gama de informações sobre o mesmo objeto ou fenômeno. Destaca-se, então que a pesquisa foi realizada alicerçada em quatro eixos essenciais ao desenvolvimento da investigação científica: 1) eixo epistemológico; 2) eixo teórico; 3) eixo metodológico; e 4) eixo morfológico).

4 | RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os resultados obtidos a partir da busca realizada na base de dados BRAPCI evidenciam que é um tema pouco explorado na literatura nacional no âmbito do campo da Ciência da Informação, principalmente, no que tange ao estabelecimento da inter-relação entre *big data* e complexidade (Quadro 1).

| Palavras-Chave | BRAPCI |
|--|--------|
| <i>Big data</i> | 57 |
| Complexidade | 192 |
| Ciência | 5140 |
| Pós-Modernidade | 748 |
| <i>Big data and Teoria da Complexidade</i> | 0 |
| <i>Big data and Ciência</i> | 7 |
| <i>Big data and Pós-Modernidade</i> | 1 |

Quadro 1: Resultado Quantitativo da RSL – 2009-2019.

Fonte: Elaboração própria – 2019.

Os artigos recuperados na base de dados BRAPCI, em sua maioria, destacam o contexto tecnológico, sua influência na gestão de dados e informações, bem como evidenciam que as tecnologias de informação e comunicação, mais especificamente os recursos para prospectar, analisar e armazenar dados são essenciais para o gerenciamento da massa informacional atualmente disponível na rede Internet.

| Palavras-Chave | Enfoque |
|----------------------------------|---|
| <i>Big data and Complexidade</i> | Nenhum artigo foi recuperado. |
| <i>Big data and Ciência</i> | <p data-bbox="491 275 1485 730">Coneglian, C. S., Dieger, R., Santarém Segundo, J. E. & Capretz, M. A. M. (2018). O papel da <i>web</i> semântica nos processos do <i>big data</i>. <i>Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação</i>, 23 (53), 137-146 “[...] os projetos de Big Data podem tirar proveito da aplicação dos princípios e dos desenvolvimentos realizados na área da Web Semântica, para aperfeiçoar os processos de análises de dados, em especial na inserção de características semânticas para contextualização dos dados. Assim, esta pesquisa tem como objetivo analisar e discutir o potencial das tecnologias da Web Semântica como meio de integração e desenvolvimento de aplicações de Big Data. [...] foi possível identificar que a Web Semântica, em especial no que permeia suas tecnologias e aplicações, pode auxiliar significativamente o desenvolvimento do Big Data, por fornecer um paradigma complementar dos aplicativos majoritariamente nas análises de dados”.</p> <p data-bbox="491 741 1485 1048">Coneglian, C. S., Santarém Segundo, J. E. S. & Santana, R. C. G. (2017). Big Data: fatores potencialmente discriminatórios em análise de dados. <i>Em Questão</i>, 23 (1), 62-86. “Ass mudanças tecnológicas vividas a partir da virada do século causaram uma revolução na sociedade, [...] em que as análises de dados para determinar padrões e comportamentos puderam utilizar grandes quantidades de dados. Verifica-se que algumas análises, no contexto do Big Data, estão sendo conduzidas a gerar resultados discriminatórios. [...] verifica-se uma necessidade de existir reflexões profundas dos resultados que são obtidos a partir de análises de dados [...]”.</p> <p data-bbox="491 1059 1485 1514">Coneglian, C. S., Gonçalves, P. R. V. A. & Santarém Segundo, J. E. S. (2017). O profissional da informação na Era do big data. <i>Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação</i>, 22 (50), 128-143. “[...] identificar e discutir a intersecção entre as funções executadas pelos administradores (gestores), cientistas da computação e dos profissionais da informação em ambientes de Big Data Analytics. [...] Verificou-se uma intersecção entre a proposta de relacionamento entre os atores “Administrador”, “Profissional da Informação” e “Profissional da Computação”, com o chamado cientista de dados, em que devido a diferentes competências exigidas do cientista, conclui-se que tanto o profissional da informação quanto o profissional da computação podem se especializar nesta área, atuando em campos diferentes, mas complementares, fornecerão informações em cenários de Big Data auxiliando a tomada de decisões e agregando valores para as organizações”.</p> <p data-bbox="491 1525 1485 2007">Mansell, R. (2014). Colaboração aberta para a solução de problemas sociais: normas de autoridade de governança convergentes ou divergentes? <i>Liinc em Revista</i>, 10 (2), 451-459. “[...] examina o potencial para colaboração entre profissionais da ciência formal e grupos frouxamente conectados online que empregam crowdsourcing para gerar recursos de informação digital. Quais são as diferenças entre os modos preferidos de governar a criação do conhecimento de cientistas e de outros grupos online? Faz-se uma distinção entre modos de governança constituídos e adaptativos, e as similaridades e diferenças entre o entendimento dos dois grupos a respeito da curadoria, verificação e abertura da informação são consideradas. Sugere-se que a ciência aberta precisará tornar-se mais flexível, se for para construir colaborações com grupos frouxamente conectados em termos equitativos, respeitando seus respectivos valores e de modos que maximizem suas contribuições para a solução de problemas sociais”.</p> |

| | |
|---------------------------------------|--|
| | <p>Hott, D. F. M., Rodrigues, G. M. & Oliveira, L. P. de (2018). Acesso e acessibilidade em ambientes web para pessoas com deficiência. <i>Brazilian Journal of Information Science</i>, 12 (4), 45-52.</p> <p>“A democratização do acesso aos dados digitais em diversos formatos que circulam na internet, ou seja, o Big Data tem sido tema recorrente no cenário mundial. [...] identificar os marcos regulatórios de inclusão e de restrições de acesso e de acessibilidade em ambientes web para pessoas com deficiência. [...] descreve a atuação do profissional da informação em todas as fases da configuração de um sítio acessível às pessoas com deficiência. Conclui que a acessibilidade informacional em ambientes web depende da mobilização em torno da questão da universalidade e da igualdade de direitos garantida em aparatos legais, assim como de capacitações e do preparo para se lidar com tema tão essencial quanto a acessibilidade informacional.</p> |
| | <p>Freitas, M. C. V. & Simões, M. da G. de M. (2014). Gestão da Informação em Portugal: formação, mercado e perspectivas. <i>AtoZ: Novas Práticas em Informação e Conhecimento</i>, 3 (1), 6-11.</p> <p>“[...]estrutura de ensino voltada aos temas de gestão da informação em Portugal, a influência do fenômeno do “Big Data” na formação na área - incluindo discussões sobre a governança de dados, as áreas estruturantes da Gestão da Informação e enfoques de pesquisa no País, e as condições de mercado (ameaças e oportunidades) para os profissionais em Gestão da Informação em Portugal e no continente europeu”.</p> |
| | <p>Costa, M. M. & Cunha, M. B. (2015). A literatura internacional sobre e-science nas bases de dados LISA e LISTA. <i>Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação</i>, 20 (44), 127-144.</p> <p>“[...] analisa as publicações sobre o tema e-science na área da ciência da informação. [...] das bases de dados LISA e LISTA. [...] confirma o fenômeno de que poucos autores publicam muito. A Inglaterra foi o país que mais se destacou na análise dos dados, visto que demonstrou pioneirismo em programas de governo para e-science. [...]”.</p> |
| <p><i>Big and Pós-Modernidade</i></p> | <p>Barreto, A. de A. (2014). A aventura de perceber significados. <i>DataGramaZero</i>, 15 (3).</p> <p>“Uma explosão de conteúdos aconteceu quando o volume de informação impressa disponibilizada no pós-guerra de 1945 mudou o regime de informação existente para uma nova configuração [...]. Hoje com a condição <i>online</i> os estoques e os fluxos de informação, renomeados, de acordo com o gosto do momento, para “Big Data” são multidirecionados e levam condições virtuais em seu desatamento, quando o tempo se aproxima de zero, a velocidade se acerca do infinito e os espaços são de vivência pela não presença”.</p> |

Quadro 2: Resultado Qualitativo da RSL na BRAPCI – 2009-2019.

Fonte: Elaboração própria – 2019.

Vale destacar também que um único autor publicou 3 (três) artigos dos 7 (sete) recuperados, denotando que o tema é de interesse para os pesquisadores que estudam aspectos relacionados a *Web Semântica*. Há também evidência da preocupação dos pesquisadores com os dados abertos de pesquisa e como essa nova proposta de armazenamento e recuperação de dados está sendo tratada no âmbito da Ciência da Informação.

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a pesquisa, pode-se dizer que o mito do cientificismo, ratificado pelo positivismo, coloca que o conhecimento científico é perfeito, sempre rumo ao progresso, têm sido questionado. Através da análise epistemológica contemporânea chega-se a compreensão de que a Ciência admite erros, o que relativiza o poder ilimitado do conhecimento científico e agrega a ela o caráter de mudança contínuo, a tecnologia, que abarca um fluxo informacional comprova isso. Nenhuma teoria científica pode ser pautada em certezas absolutas. Isto demonstra que os conhecimentos científicos de uma época não são eternamente inquestionáveis e infalíveis. O que implica na possibilidade da revisão sistemática de uma teoria científica. E encara-se isso como algo positivo e não negativo em si, a mudança é necessária e, portanto, não trata-se um ceticismo generalizado.

Apenas a Ciência não pode ser mais compreendida como o rigor de um conhecimento sistemático e seguro acerca dos fenômenos do mundo, tal como outrora. Tem-se, então, como resultado que o pensamento complexo, enquanto teoria, um ideal, vem sendo bem recebido, contudo, no campo da prática ainda está longe de ser consolidado, pois o saber especializado, mecanicista, redutor, fragmentado, desagregador, ainda é o mais usado, tanto no ramo educacional quanto nas empresas. O *Big Data* é uma das exceções, conseguindo unir teoria e prática em um sistema complexo. Ele alinha uma multiplicidade de informações, de profissionais que devem ter um conhecimento amplo a fim de as analisarem, as gerenciarem e as processarem e uma gama de setores dos mais diferentes ramos que receberão estas informações e as usarão de modo diverso.

REFERENCIAS

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BRAGA, M; GUERRA, A; REIS, J.C. **Breve história da ciência moderna**, vol 4: a belle-époque da ciência (sec. XIX). Rio de Janeiro: Zahar Editor, 2008.

DESCARTES, R. **Meditações metafísicas**. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

DAVENPORT, T. H. How strategists use “big data” to support internal business decisions, discovery and production. **Strategy and Leadership**, v.42, n.4, p.45–50, 2014. Disponível em: < <https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/SL-05-2014-0034?journalCode=sl>>. Acesso em: 18 dez. 2018.

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2012.

ISACA, **Big Data – Impactos e Benefícios**. 2013. Disponível em: <http://www.isaca.org/Knowledge-Center/Research/Documents/Big-Data_whp_Por_0413.pdf>. Acesso em 25 jul. 2018.

MARCONDES, Danilo. **Dicionário básico de filosofia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

MATURANA, H. R. **La realidad**: ¿objetiva o construida? II: Fundamentos biológicos del conocimiento. Barcelona: Anthropos, 1996. MORIN, E. **Ciência com consciência**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

MORIN, E. **Ciência com Consciência**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

MORIN, E. **Introdução ao pensamento complexo**. Porto Alegre: Sulina, 2005.

REALE, G. **História da Filosofia**. São Paulo: Paulus, 2005.

VIANNA, W.B.; DUTRA, M.L.; FRAZZON, E.M. Big data e gestão da informação: modelagem do contexto decisional apoiado pela sistemografia. **Informação & Informação**, v. 21, n. 1, 2016, p. 185. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/23327/18993>>. Acesso em: 18 dez. 2018.

IMPACTO DA ONTOLOGIA DA LINGUAGEM NA GERAÇÃO DE PENSAMENTO CRÍTICO A RESPEITO DO PAPEL DOS PROFISSIONAIS E DOS USUÁRIOS DAS UNIDADES DE INFORMAÇÃO

Data de aceite: 27/01/2020

Data de submissão: 02/11/2019

Ana Cristina Carneiro dos Santos

Universidade de Brasília, Faculdade de Ciência
da Informação
Brasília - DF

<http://lattes.cnpq.br/0984711208258966>

Lillian Maria Araújo de Rezende Alvares

Universidade de Brasília, Faculdade de Ciência
da Informação
Brasília - DF

<http://lattes.cnpq.br/5541636086123721>

RESUMO: A Ciência da Informação é um campo científico que se encontra ainda em construção conceitual, assim, considerando as tendências atuais e perspectivas futuras da área, este artigo tem como objetivo identificar pontos de contato entre a Ontologia da Linguagem e a Ciência da Informação e propor uma análise sobre o impacto da Ontologia da Linguagem na geração de pensamento crítico a respeito do papel dos profissionais e dos usuários das unidades de informação. A metodologia utilizada nessa pesquisa foi de caráter exploratório, descritiva, de natureza qualitativa e recorreu ao levantamento bibliográfico. A identificação de pontos de contato entre as duas áreas de estudo possibilitou a percepção de que, tanto

para a Ontologia da Linguagem quanto para a Ciência da Informação, interessa a ampliação do entendimento do que se passa por traz do modo de agir das pessoas. A análise sobre o impacto da Ontologia da Linguagem na geração de pensamento crítico a respeito do papel dos profissionais e dos usuários contribuiu para situar a importância das conversas e suas consequências nas redes de compromissos que permeiam as unidades de informação. A pesquisa fornece insumos para o questionamento do papel dos profissionais e dos usuários como agentes ativos no processo informacional. Também fornece insumos para o desenvolvimento de alternativas de intervenção profissional nas unidades de informação, considerando as tendências atuais e perspectivas futuras da Ciência da Informação.

PALAVRAS-CHAVE: Filosofia da Linguagem; Ontologia da Linguagem; Ciência da Informação.

IMPACT OF ONTOLOGY OF LANGUAGE ON THE GENERATION OF CRITICAL THINKING ABOUT THE ROLE OF PROFESSIONALS AND USERS OF INFORMATION UNITS

ABSTRACT: Information Science is a scientific field that is still under conceptual construction. Considering the current trends and future perspectives of the area, this article aims to

identify points of contact between Ontology of Language and Information Science and propose a analysis of the impact of Ontology of Language in the generation of critical thinking about the role of professionals and users of information units. The methodology used in this research was exploratory, descriptive, qualitative in nature and resorted to bibliographic survey. The identification of points of contact between the two areas of study allowed the perception that, for both Ontology of Language and Information Science, it is important to broaden the understanding of what is going on behind the way people act. The analysis of the impact of Ontology of Language in the generation of critical thinking about the role of professionals and users contributed to situate the importance of conversations and their consequences in the commitment networks that permeate the information units. The research provides inputs for questioning the role of professionals and users as active agents in the informational process. It also provides inputs for the development of professional intervention alternatives in information units, considering current trends and future perspectives of Information Science.

KEYWORDS: Philosophy of Language; Ontology of Language; Information Science.

1 | INTRODUÇÃO

Observando os desafios contemporâneos da Ciência da Informação, o artigo traz os princípios básicos da Ontologia da Linguagem, expressão cunhada por Rafael Echeverría (2003) para oferecer uma nova concepção integradora do fenômeno humano, e suas intersecções com a Ciência da Informação, considerada a partir das perspectivas física, cognitiva e social de Rafael Capurro (2003). Nessa área de interações, propõe a análise sobre o impacto da Ontologia da Linguagem na geração de pensamento crítico a respeito do papel dos profissionais e dos usuários das unidades de informação. Esta análise visa fornecer insumos para o desenvolvimento de alternativas de intervenção profissional nas unidades de informação, considerando as tendências atuais e perspectivas futuras da Ciência da Informação.

2 | METODOLOGIA

A pesquisa pode ser classificada como qualitativa, visto que há a necessidade de se entender o que está por trás do fenômeno estudado, isto é, as diferenças entre a compreensão descritiva e a compreensão generativa da linguagem para a Ciência da Informação. Com base em seus objetivos, também pode ser classificada como exploratória, pois pretende investigar e aprimorar ideias sobre um assunto que requer uma investigação na literatura sobre a Ciência da Informação que nos dessem condições para refletir sobre os aspectos epistemológicos da área e os postulados e princípios básicos da Ontologia da Linguagem. Também é uma pesquisa descritiva, pois pretende levantar e descrever características do fenômeno

investigado à luz da literatura. Em relação aos procedimentos técnicos, trata-se de uma pesquisa bibliográfica, por usar como fonte de consulta, materiais já publicados: livros, artigos científicos, anais de congressos, teses e dissertações relativas aos temas investigados.

3 I DA ANTIGUIDADE À CONTEMPORANEIDADE

“Sendo conhecimento, informação e comunicação conceitos indissociáveis (para nós, cientistas e profissionais da Ciência da Informação), é surpreendente observar a baixíssima frequência com que os filósofos da modernidade e da pós-modernidade utilizam os termos informação e comunicação na formulação de suas reflexões.” “... a filosofia pôde e continua a poder especular sobre o conhecimento (suas origens, seus tipos, sua confiabilidade em relação a uma “realidade” objetiva, seu conteúdo de verdade, etc.)” (ROBRERO, 2007, p. 59-61)

Antes da invenção do alfabeto, os seres humanos viviam no que chamamos de “linguagem de tornar-se”. A linguagem e a ação estavam intimamente ligadas e os poetas ensinavam por meio de narrativas das ações. A invenção do alfabeto originou mudanças fundamentais na sociedade. Nossas noções de educação, sabedoria e convivência social foram profundamente transformadas. A democracia foi inventada. Mas o mais importante e invisível foi a transformação de nossas categorias “mentais”, na forma como os seres humanos pensam sobre si mesmos e sobre o mundo (ECHEVERRÍA, 2003).

Entretanto, tudo isso só foi possível porque os homens, diferentemente dos animais, são capazes de manipular símbolos complexos. Essa capacidade de abstração e memória possibilitou aos seres humanos darem verdadeiros saltos evolutivos. Esse crescimento exponencial permitiu nos últimos séculos uma geração de conhecimento maior que em centenas de milhares de anos. Os seres humanos tornaram-se independentes de suas limitações biológicas.

De acordo com Levy (2014), cada vez que aumentamos a capacidade humana de manipulação de símbolos tem-se uma transformação na civilização. Trazendo para os dias atuais, nossas capacidades narrativas permitem-nos produzir e receber os modelos espaço-temporais complexos dos fenômenos, as narrativas nas quais os autores (indivíduos gramaticais) provocam diversas transformações (verbos) em objetos de um complexo entrecruzamento de sequências causais e de citações em cascata.

A seguir, na Figura 1, apresentamos uma síntese do percurso histórico do sistema de comunicação humano e alguns pontos de contato com o processo de representação, armazenamento e recuperação da informação ao longo dos anos.

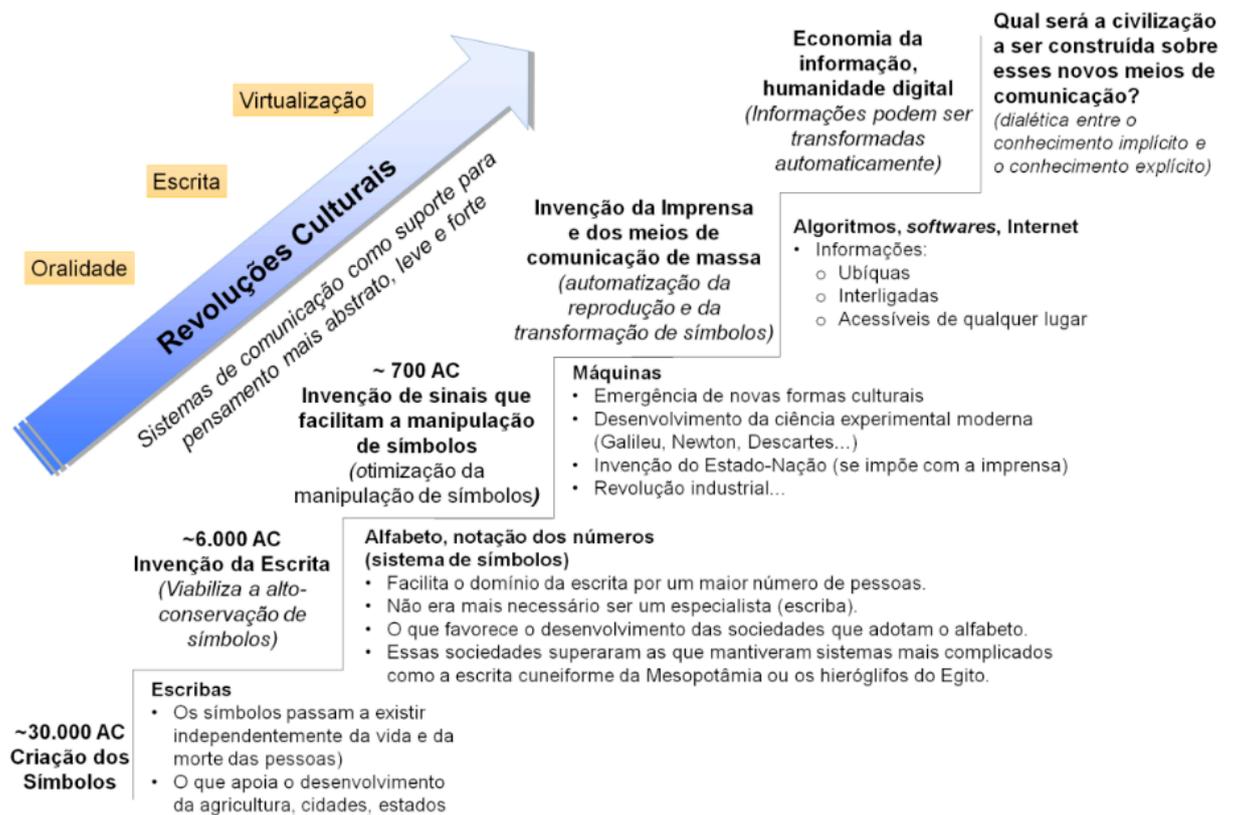


Figura 1: História dos sistemas de comunicação humano

Fonte: elaboração própria

De forma paralela, ao realizar um mapeamento resumido da trajetória filosófica ocidental desde a antiguidade até a contemporaneidade, destacamos quatro momentos. O primeiro, em Aristóteles, quando somos considerados “animais políticos” porque temos a linguagem. Porém, a linguagem entendida como capaz de traduzir a verdade e o conceito a respeito das coisas. O segundo momento, diz respeito à idade média, quando a reflexão sobre a lógica questiona porque as coisas têm os nomes que têm. Nos debates conhecidos como a “querela dos universais” uma das questões era “os nomes das coisas estão nas próprias coisas ou são apenas convenções criadas pelos homens?”. No terceiro momento, no período moderno, a lógica é absorvida pelas questões matemáticas. A lógica formal é usada para diminuir os erros de questões relacionadas à matemática. O quarto momento refere-se ao período contemporâneo, quando na virada da linguagem surgem reflexões tais como: o que é a linguagem? Quais são as possibilidades da linguagem? Crescem as discussões sobre o processo de interpretação daquilo que é dito. Surge a Filosofia da Linguagem, ramo da filosofia que estuda filosoficamente a linguagem.

Da Filosofia da Linguagem surge a Ontologia da Linguagem que ao referir-se à compreensão do significado do que é ser humano apresenta os postulados e princípios básicos descritos a seguir.

4 | ONTOLOGIA DA LINGUAGEM: POSTULADOS E PRINCÍPIOS

O final do século XIX busca o desenvolvimento e o entendimento da linguagem a partir de uma reflexão filosófica sobre ela e, assim, contribui para uma nova concepção sobre o que é ser humano. Tal como demonstrado na Figura 2, a “virada linguística” coloca a linguagem em um lugar que jamais havia sido colocada antes, oferecendo um conjunto de interpretações que promovem a transformação de uma compreensão descritiva para uma compreensão generativa da linguagem, mudando por completo a forma como a entendíamos anteriormente.

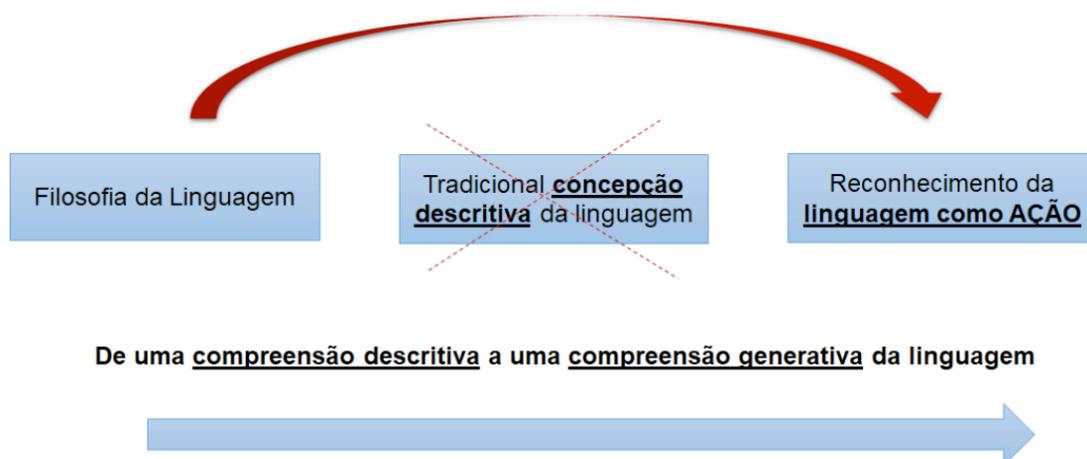


Figura 2: Virada linguística

Fonte: elaboração própria

Nesse cenário de mudança, a Ontologia da Linguagem representa um esforço para oferecer uma nova interpretação do que significa ser humano, uma interpretação que afirma estar fora dos parâmetros do programa metafísico que há muito serviu de base para como observamos a vida. Nessa perspectiva, o social, para o ser humano, é constituído em linguagem. Todo fenômeno social é sempre um fenômeno linguístico ECHEVERRÍA (2003). A seguir, os postulados e princípios básicos formulados por Rafael Echeverría (2003) no seu livro “Ontologia da Linguagem”.

Postulados básicos:

1. A interpretação dos seres humanos como seres linguísticos.
 - A linguagem é, acima de tudo, o que faz dos seres humanos o tipo particular de seres que são.
 - Na linguagem damos sentido à nossa existência e é também da linguagem que podemos reconhecer a importância dos domínios não linguísticos.
2. A interpretação da linguagem como criadora/gerativa.
 - Através da linguagem não só falamos sobre as coisas, mas também alteramos o curso espontâneo dos acontecimentos: fazemos as coisas acontecerem.

- Se linguagem é ação, linguagem cria realidades. Ao dizer o que dizemos, ao dizer isso de um jeito e não outro, ou não falamos nada, abrimos ou encerramos possibilidades para nós mesmos e, muitas vezes, para outro.
- Quando falamos, modelamos o futuro, o nosso e o que ouvimos ou não ouvimos dos outros, a nossa realidade futura é moldada de uma forma ou de outra.

3. O entendimento de que os seres humanos se desenvolvem na linguagem e por meio dela.

- A vida é o espaço em que os indivíduos se inventam.
- *“Como nos dice Nietzsche, en el ser humano la creatura y el creador se unen”* (ECHEVERRÍA, 2003, p. 23).
- Sujeito ao condicionamento biológico, natural, histórico e social, os indivíduos nascem com a possibilidade de participar ativamente do design de seu próprio modo de ser. Esta é a promessa que a Ontologia da Linguagem formula.

Na Ontologia da Linguagem, o termo ontologia refere-se à nossa interpretação do que significa ser humano, à nossa interpretação sobre as dimensões constituintes que todos compartilhamos como seres humanos e que nos dá uma maneira particular de ser.

Princípios gerais:

1. Primeiro princípio (reconhecimento do que é dito):

- Nós não sabemos como são as coisas.
- Só sabemos como os observamos ou como os interpretamos.
- Vivemos em mundos interpretativos.

2. Segundo princípio:

- Não só agimos de acordo com a forma como somos (e fazemos), também somos de acordo com a forma como agimos.
- A ação gera ser.
- Você se torna um de acordo com o que você faz.

3. Terceiro princípio:

- Os indivíduos atuam de acordo com os sistemas sociais a que pertencem.
- Mas, através de suas ações, podem mudar esses sistemas sociais.

5 | PERCURSO EPISTEMOLÓGICO DA CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

A história permite observar mudanças que impactam o enfoque epistemológico dos campos de estudo da Ciência da Informação. Assim como outros autores, Capurro (2003) apresenta o percurso epistemológico da área por meio de três paradigmas – físico, cognitivo e social – que, embora tenham surgido em momentos diferentes, não são excludentes, mas complementares.

No meio do século XX, em um cenário pós-guerra e permeado por competições no âmbito político, militar e informacional, a Ciência da Informação busca estudar as propriedades e comportamentos da informação (BORKO, 1968) e a efetiva comunicação dos registros humanos (SARACEVIC, 1995). Amparada por uma perspectiva física, inspira-se na teoria matemática da comunicação de Shannon e Wever (1949) e trabalha na construção de instrumentos para fazer com que o processo de transporte de mensagens seja mais barato, rápido, eficiente e com menos perda.

No final dos anos 70 e 80 com as reivindicações para a inclusão do conceito de conhecimento à Ciência da Informação, surge a perspectiva cognitiva. Inspirado na filosofia dos três mundos de Popper (mundo 1 - físico, os objetos, as coisas que existem; mundo 2 - ideias, as coisas que pensamos; mundo 3 - mundo 2 transformado em mundo 1, torna acessível o que está na mente), Brookes (1980) propõe a equação fundamental para a Ciência da Informação que tem foco não apenas no processo de produção, mas principalmente, no efeito desse processo naquilo que conhecemos no mundo. Nessa perspectiva, os modelos mentais são transformados durante o processo informacional.

Nos anos seguintes surgem subáreas como gestão, representação e comportamento dos usuários. Consolida-se o modelo cognitivo e a Ciência da Informação caracteriza-se como uma ciência interdisciplinar, pós-moderna e social. Nesse cenário, Gómez (1990) trata do caráter poli-epistemológico da Ciência da Informação que permite a convivência de modelos explicativos distintos dentro da mesma área. Bulckland (1991), coloca que o ser “informativo” é circunstancial e que objetos que ninguém nota não podem ser informação. Para o autor, a Ciência da Informação estuda atos, objetos tangíveis e intangíveis e tem como objetivo criar instrumentos para lidar com o conhecimento humano registrado (desde uma perspectiva cognitivista). Nesse cenário, o modelo cognitivista substitui a perspectiva objetiva por uma perspectiva subjetiva de tratar a informação.

De acordo com Berger e Luckmann (2004, p. 157), “todos os universos socialmente construídos modificam-se e a transformação é realizada pelas ações concretas dos seres humanos”. Assim, a realidade é um produto da sociedade que, por sua vez, é construída pelo próprio homem. Logo, o homem constrói a sociedade e

é também influenciado por ela. No início do século XXI, Robrero (2007, p. 95) reflete sobre o questionamento ao paradigma de Borko (1968) e aponta para correntes que enfatizam “aspectos socioeconômicos e socioculturais dos fluxos e de sua relação com a gênese de novos conhecimentos”. Informar é o processo pelo qual os seres humanos geram documentos e usam documentos existentes e a informação é o “dado interpretado”, só pode ser definida em um cenário específico e depende do observador (CAPURRO, 2003). Emerge, então o modelo sociocultural.

Nos dias atuais, conforme colocado por Araújo (2018), a Ciência da Informação lida, concomitantemente, com os três paradigmas (físico, cognitivo e social) e busca estudar os processos pelos quais os seres humanos produzem documentos, utilizam documentos, geram e acumulam conhecimentos que interferem na construção da realidade. Ao discutir as tendências contemporâneas da Ciência da Informação, o autor chama a atenção para a necessidade de uma Ciência da Informação que estude e atue diante de desafios, tais como:

- Muito acesso à informação, mas alta concentração de conteúdo informacional que privilegia apenas alguns polos informacionais, línguas e povos.
- Acesso à informação não universal.
- Usuários que não necessitam mais de serviços de “balcão”, (tradicionais nas atividades informacionais nas bibliotecas), mas sim de acesso e disponibilidade informacional em rede.
- Diferentes maneiras de estudar a competência da informação (critérios críticos, éticos e técnicos).
- Memória e preservação das informações e dados das redes sociais, de caráter público.
- “Preguiça cognitiva”. Temos acesso à informação, mas não verificamos a veracidade.
- Transparência pública, *accountability*, lei de acesso à informação, cidadania.
- Preocupações e valores da UNESCO, a inclusão, democracia, diversidade, paz, crítica, educação, caráter público e herança cultural.

Vale ressaltar que desde as décadas de 70 e 90, Wersig (1975; 1993) aborda aspectos relacionados a responsabilidade social da Ciência da Informação e sua inserção na pós-modernidade. Para o autor, o desafio da Ciência da Informação não é encontrar um objeto novo de estudo, mas sim estudar de um jeito novo aquilo que tem sido estudado por outras áreas de conhecimento. “Since everything is connected with everything somehow information science would have to develop some kind of conceptual navigation system (which perhaps develops into the postmodern form of theory). This is the difference between the information scientist and the weaving bird:

The latter already has its plans provided by evolution. In our case the next step of evolution in science waits to be done, by whomever” (1993, p. 239).

6 | ONTOLOGIA DA LINGUAGEM E CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

Um olhar atento sobre a trajetória da Ciência da Informação e da Ontologia da Linguagem, ambas nasceram em meados do século XX, permite identificar pontos de contato entre as preocupações epistemológicas dos autores dessas duas áreas. A Figura 3 chama a atenção para alguns desses pontos.

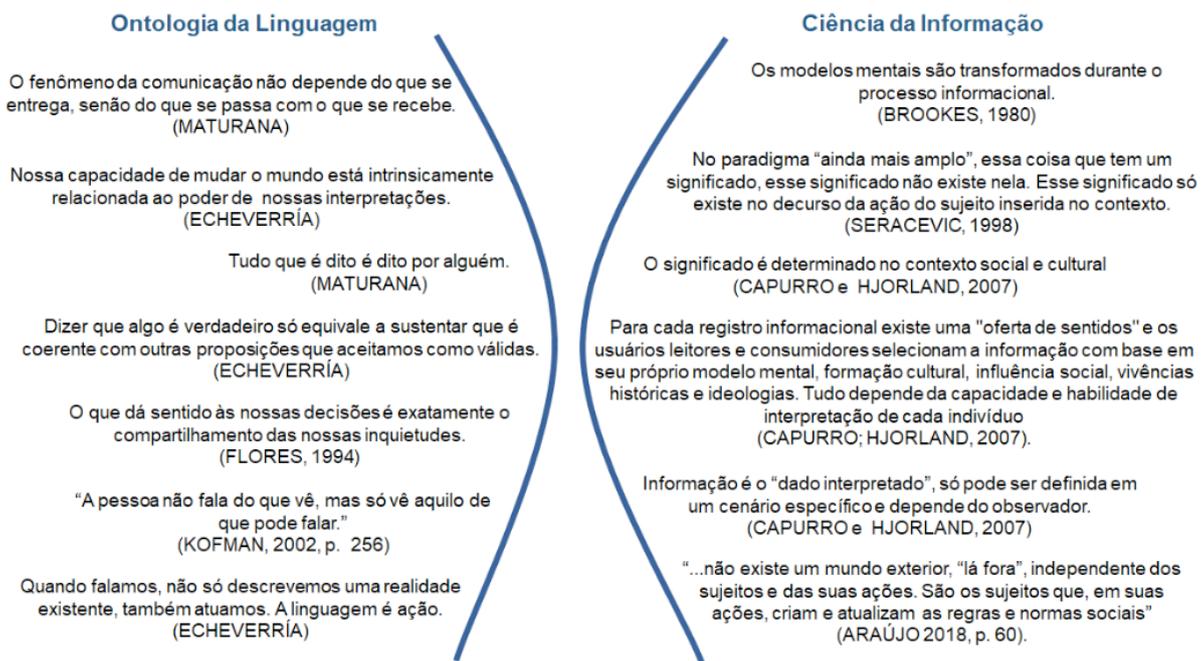


Figura 3: Ontologia da Linguagem e Ciência da Informação

Fonte: elaboração própria

De acordo com Kaye (1995), o ser humano é rico e dá sentido às informações recebidas em relação a uma determinada tarefa, experimentando consequentes emoções, e lidando com os limites da mente e as incertezas e complicações de fontes de informação - tudo dentro um contexto social ou de uma organização particular. Logo, a informação passa por uma construção psicológica e social que depende das circunstâncias.

Nas duas últimas décadas as pesquisas no campo da Ciência da Informação promoveram uma série de mudanças na compreensão dos fenômenos informacionais (ARAÚJO, 2018). O autor agrupa essas mudanças em seis dimensões do conceito de informação.

1. O conhecimento não é apenas um processo de acúmulo e processamento de dados, um somatório, mas algo dialético que envolvendo apropriação e imaginação; diferente da equação inicial da Ciência da Informação, os seres

humanos confrontam conhecimentos novos com o que já sabem, agem sobre o mundo e o mundo age sobre eles.

2. Os sujeitos não são apenas “mentalistas”, absorvendo dados, mas agem e interferem no mundo, em função de distintos interesses e interações; os seres humanos são seres em ação.

3. Processos informacionais não são apenas de busca e recuperação como nos anos 60, são também de produção, disseminação, recusa, uso, interpretação, etc; usuários da informação querem classificar, etiquetar, rotular, recomendar, questionar, refazer, cocriar nesse universo.

4. Informação não é um processo apenas individual, que se passa entre o sujeito e os dados, informação é algo intersubjetivo; o sujeito é sempre constituído por uma cultura.

5. Informação não se passa apenas no interior de um sistema (anos 60), a informação é contingencial, atravessada pelos contextos socio-históricos; a informação é um fenômeno profundamente afetado pela cultura, política, tecnologia, economia etc.

6. Informação não é algo que se transporta, mas um fenômeno constitutivo da cultura, da memória e das identidades. Informação é um processo a partir do qual as identidades, a cultura e a memória se forma.

Essas interpretações encontram pontos de apoio nos postulados e princípios da Ontologia da Linguagem que tem como foco a “ação”. Segundo Echeverría (2003), os seres humanos vivem na história, padecem na história, são afetados pela história. Porém, podem modificar a história.

A Ontologia da Linguagem baseia-se fortemente em conceitos antigos trazidos por Heráclito (século V a.c.), posteriormente recuperados por Nietzsche (século XIX) e trabalhados por diversos autores no período da virada linguística (século XX) que promove uma reflexão sobre os condicionantes da ação humana (sobre quais fatores nos levam a atuar como atuamos). Reconhecer que a realidade está em transformação e reconhecer que os seres humanos não só sentem e sofrem as transformações, mas, sobretudo, participam delas, são alguns dos pilares que norteiam os princípios da Ontologia da Linguagem.

Ao assumir que vivemos em mundos interpretativos, que agimos de acordo com o que somos (e fazemos), que somos de acordo com a forma como agimos e que atuamos de acordo com os sistemas sociais a que pertencemos, afetando e sendo afetados por eles, a Ontologia da Linguagem abre espaço para uma compreensão mais profunda do que se passa quando o ser humano cria, recupera, compartilha, utiliza e aplica informações e conhecimento.

Tanto para a Ontologia da Linguagem quanto para a Ciência da Informação, interessa a ampliação do entendimento do que se passa por traz do modo de agir

das pessoas.

7 | IMPACTO DA ONTOLOGIA DA LINGUAGEM NA GERAÇÃO DE PENSAMENTO CRÍTICO A RESPEITO DO PAPEL DOS PROFISSIONAIS E DOS USUÁRIOS DAS UNIDADES DE INFORMAÇÃO

Enquanto a ciência moderna dos anos 60 trabalhava de forma neutra, isolada dos problemas do mundo, dando possibilidades para que as informações fossem transmitidas de maneira cada vez mais rápida, barata e com menos perdas; a ciência pós-moderna busca reencontrar as dimensões entre ciência e virtude, trazendo para dentro dela as implicações éticas, as consequências culturais e sociais das ações científicas (ARAÚJO, 2003).

Apoiado no pensamento de autores como Wersig (1975 e 1993) que apresenta a informação como conhecimento para ação e aponta para a possibilidade de diálogo entre a Ciência da Informação e as diversas teorias sociais capazes de contribuir para a discussão de questões complexas do campo, este artigo propõe uma análise sobre o impacto da Ontologia da Linguagem na geração de pensamento crítico a respeito do papel dos profissionais e dos usuários das unidades de informação.

De acordo com Capurro e Hjørland (2007), a Ciência da Informação deve ser mais receptiva aos impactos sociais e culturais dos processos interpretativos e às diferenças qualitativas entre diferentes contextos e mídias. Anteriormente a isso, Wersig (1993) já colocava que a área só justifica sua existência se vier a beneficiar a humanidade. Mas de que forma isso acontece, se não por meio dos profissionais e dos usuários das unidades de informação?

Tal como postulado pela Ontologia da Linguagem: seres humanos são seres linguísticos; linguagem é ação e cria realidades; seres humanos se desenvolvem na linguagem e por meio dela. Conforme mencionado no item 4, a Ontologia da Linguagem tem como foco a “ação”. Ações são realizadas por pessoas, individualmente ou em grupo, mas sempre dentro de um contexto organizacional. No âmbito da Ciência da Informação, um contexto organizacional pode ser compreendido como, por exemplo, uma unidade de informação. Mas o que é um contexto organizacional? O que é uma organização?

Segundo Winograd e Flores (1988) organizações são redes de compromissos, onde ações são articuladas e realidades são criadas. Todo o processo de articular ações dentro de um contexto organizacional acontece por meio dos atos de fala presentes nas conversas, em outras palavras, por meio da linguagem. Considerando que os atos de fala presentes nas conversações correspondem ao núcleo de todo o processo de trabalho realizado nas organizações e que o principal papel do gestor está em cuidar da articulação e ativação de compromissos dentro da rede

organizacional, para atingir seus resultados, os líderes devem estar atentos aos esforços necessários para a geração e manutenção de redes de conversações efetivas dentro das organizações (WINOGRAD e FLORES, 1988; FLORES, 2015).

Em consequência do desenvolvimento epistemológico da Ciência da Informação, os indivíduos passaram de meros emissores e receptores passivos de informação a sujeitos – agentes ativos no processo informacional. Daí a importância do desenvolvimento de um pensamento crítico a respeito do papel dos profissionais e dos usuários das unidades de informação. Dessa forma, embora este artigo não tenha como objetivo detalhar o universo de possibilidades relacionadas à dinâmica “linguagem e ação” trabalhado no âmbito da Ontologia da Linguagem, é possível a partir dos campos de estudo explorados pela área, chamar atenção para as possibilidades e necessidades de mudanças na forma de “compreender” e “lidar” com os profissionais e usuários das unidades de informação em tempos de dados abertos e massivos. Abaixo algumas provocações.

- No nível do “compreender”, a Ontologia da Linguagem eleva os profissionais e os usuários das unidades de informação ao papel de co-criadores das realidades nas quais encontram-se inseridos. Dão a eles o *status* de seres linguísticos e vê suas capacidades e competências conversacionais como capacidades e competências para atuar e interferir nas suas unidades de informação.
- No nível do “lidar”, ao investigar as dimensões constituintes que todos compartilhamos como seres humanos, a Ontologia da Linguagem aponta para a necessidade de considerar a relação entre os seres humanos, seus modelos mentais – história, biologia, linguagem, cultura (KOFMAN, 2002) – e o ambiente no qual estão inseridos. Estes são fatores que influenciam a forma como os profissionais e os usuários das unidades de informação atuam e, conseqüentemente, alcançam resultados.

Essas reflexões sobre possíveis formas de “compreender” e “lidar” com os profissionais e os usuários das unidades de informação encontram eco nos desafios contemporâneos da Ciência da Informação e abrem espaços para investigações relacionadas: ao que torna uma pessoa inteira (“plena”) na sua capacidade de agir e contribuir para o mundo – organizações, unidades informacionais etc.; ao que move as pessoas nas suas relações fundamentais para atingir resultados; ao que faz com que pessoas com tanto acesso à informação não as usem a favor de si próprias e da sociedade; e, ao como a Ciência da Informação do século XXI pode contribuir para a ação dos sujeitos no mundo e gerar benefícios para a humanidade.

8 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa debruçou-se em investigações de enfoque epistemológico sobre intersecções entre a Ontologia da Linguagem e a Ciência da Informação que contribuíssem para análise sobre o impacto da Ontologia da Linguagem na geração de pensamento crítico a respeito do papel dos profissionais e dos usuários das unidades de informação. Para assegurar a consistência das reflexões, recorreu-se a teóricos e estudiosos das duas áreas, como Rafael Echeverría, Fernando Flores (Ontologia da Linguagem), Rafael Capurro e Gernot Wersig (Ciência da Informação).

As referidas investigações não propuseram esgotar as complexidades inerentes aos assuntos abordados, mas delinear, com a história contada, os primórdios da linguagem humana, passando pela trajetória filosófica ocidental até a Filosofia da Linguagem (item 3), pela concepção da Ontologia da Linguagem (item 4) e pelo percurso epistemológico da Ciência da Informação (item 5). As considerações citadas no referencial teórico sistematizaram argumentos e pontos de contato entre as duas áreas que, adiante, autorizaram recuperar ponderações relativas ao que se passa por traz do modo de agir das pessoas (item 6). Na sequência, a percepção do indivíduo como agente ativo no processo informacional – que vive e atua em redes de compromissos – ancora uma análise que faz uso dos postulados e princípios da Ontologia da Linguagem e dos desafios e tendências contemporâneas da Ciência da Informação para chamar atenção para as possibilidades e necessidades de mudanças na forma de “compreender” e “lidar” com os profissionais e os usuários das unidades de informação (item 7).

Ao elevar os profissionais e os usuários ao *status* de seres linguísticos e ver suas capacidades e competências conversacionais como capacidades e competências para atuar e interferir nas suas unidades de informação, a partir dos seus modelos mentais e do ambiente em que estão inseridos, esta pesquisa contribui para situar a importância das conversas e suas consequências nas redes de compromissos que permeiam as unidades de informação. O que implica em investigações a respeito do que move e do que está por traz das dinâmicas conversacionais que movem as organizações.

Além de abrir espaço para novas investigações, essas reflexões fornecem insumos para o questionamento do papel dos profissionais e dos usuários como agentes ativos no processo informacional que impactam e são impactados pelo meio em que vivem. Também fornecem insumos para o desenvolvimento de alternativas de intervenção profissional nas unidades de informação, considerando as tendências atuais e perspectivas futuras da Ciência da Informação.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, C. A. Á. A ciência da informação como ciência social. **Convergência em Ciência da Informação**, v. 32, n. 3, p. 21-27, 2003.
- ARAÚJO, C. A. Á. Um mapa da ciência da informação: história, subáreas e paradigmas. **Convergência em Ciência da Informação**, v. 1, n. 1, p. 47-73, 2018.
- BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2004.
- BORKO, H. Information science: what is this? **American Documentation**, v. 19, p. 3-5, 1968.
- BROOKES, B. C. The foundation of Information Science. Part I. Philosophical Aspects. **Journal of Information Science**, n.2, p. 125-133, 1980.
- CAPURRO, R. Epistemologia e Ciência da Informação. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB, 5., 2003, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: UFMG, 2003.
- CAPURRO, R.; HJORLAND, B. O conceito de informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 12, n. 1, 2007.
- ECHEVERRÍA, R. **Ontologia del lenguaje**. 8ª Ed. Santiago de Chile: Dolmen Ediciones, 2003.
- FLORES, F. **Conversaciones para la acción. Inculcando una cultura de compromiso em nuestras relaciones de trabajo**. Bogotá: Lemoine Editores, 2015.
- GÓMEZ, M. N. G. O objeto de estudo da ciência da Informação: paradoxos e desafios. **Ciência da Informação**, Brasília, v.19, n.2, p. 117-122, 1990.
- GRACIOSO, L. S.; SALDANHA, G. S. **Ciência da Informação e Filosofia da Linguagem**: da pragmática informacional à web pragmática. Araraquara: Junqueira&Marin, 2011.
- KAYE, D. The nature of information. **Library Review**, v. 44, n. 8, p.37-48, 1995.
- KOFMAN, F. **Metamanagement**: a nova consciência dos negócios (v. 1-3). São Paulo: Antakarana Cultura, Arte e Ciência, 2002.
- LEVY, P. **A esfera semântica**: Tomo I Computação, cognição, economia da informação. Tradução Daniel P.P. Costa. São Paulo: Annablume, 2014.
- ROBRERO, J. Filosofia da ciência da informação ou ciência da informação e filosofia?. In: TOUTAIN, L. M. B. B. (Org.), **Para entender a Ciência da Informação** (pp. 35-71). Salvador: EDUFBA, 2007.
- SARACEVIC, T. Interdisciplinary nature of Information Science. **Ciência da Informação**, v. 24, n. 1, 1995.
- SHANNON C. E.; WEAVER, W. **The mathematical theory of communication**. Urbana: University of Illinois Press, 1949.
- WERSIG, G.; NEVELING U. The phenomena of interest to information science. **Information Scientist**, v. 9, p. 127-140, 1975.
- WERSIG, G. Information science: the study of postmodern knowledge usage. **Information Processing & Management**, v. 29, n. 2, p. 229-239, 1993.
- WINOGRAD, T.; FLORES, F. **Understanding computers and cognition**: A new foundation for design. Norwood, NJ: Ablex, 1988.

FERRAMENTAS DE GESTÃO DO CONHECIMENTO APLICADAS EM ORGANIZAÇÕES DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA: UM ESTUDO EM ÓRGÃOS PÚBLICOS DE JOÃO PESSOA

Data de aceite: 27/01/2020

Jacqueline Echeverría Barrancos

Universidade Estadual da Paraíba - UEPB

unijacqueline@gmail.com

Tereza Evâny de Lima Renôr Ferreira

Universidade Federal Rural de Pernambuco - UFRPE

terezarenor@yahoo.com.br

RESUMO: A gestão do conhecimento está caminhando, rapidamente, para ser a prioridade máxima das organizações, em função da urgência e da necessidade premente de diferenciação através do conhecimento, sendo essa a fonte clara de competitividade impulsionada pela rápida evolução das tecnologias de informação e comunicação. A partir desse princípio inicial, chamou a atenção para elaborar um diagnóstico no contexto do ambiente das empresas ou organizações na administração pública. Assim, esta pesquisa tem como principal objetivo analisar o uso de ferramentas da Gestão do Conhecimento na Administração Pública para identificar o estágio de sua aplicação em órgãos públicos das esferas: federal, estadual e municipal no Município de João Pessoa - PB. Levando-se em consideração o modelo conceitual de Gestão do Conhecimento de Bukowitz e Williams (2002), como base para realização deste estudo, e considerando que na

literatura da Administração Pública o fenômeno é relativamente inexplorado, adotou-se uma estratégia exploratória/descritiva, onde foram investigados quatro conjuntos de indicadores, extraídos do modelo conceitual e adotado como instrumento de exploração para verificar possíveis diferenças do uso de ferramentas na percepção dos gestores públicos nas três esferas. Em relação à prática e uso de ferramentas da Gestão do Conhecimento, os dados foram processados por meio de um conjunto de técnicas e estatísticas: teste Qui-Quadrado, teste não paramétrico e Kruskal-Wallis. Os resultados da pesquisa indicaram algumas semelhanças de práticas da Gestão do Conhecimento, as variáveis que mais contribuíram para a semelhança de percepção entre os grupos analisados foram do ambiente de Gestão de Pessoas, Gestão do Conhecimento e do ambiente de Gestão de Arquivos. No entanto, foram também comprovadas algumas diferenças nos três grupos e a provável causa da diferença reside no ambiente das Tecnologias da Informação.

PALAVRAS-CHAVE: Administração Pública, Ferramentas de Gestão, Gestão do Conhecimento.

INTRODUÇÃO

A administração pública chega a este

novo milênio com a missão de se ajustar a um mundo em constantes mudanças, o qual exige dos gestores maior eficiência e eficácia na tomada de suas decisões aliada a um rol crescente de serviços públicos, com a maior qualidade, controle social, transparência, ética e garantia dos direitos sociais. Uma dessas mudanças se refere à maneira como o conhecimento tecnológico, informacional, de pessoas e de arquivos vem sendo usado pelas instituições públicas. É impossível pensar na administração pública, sem associá-la ao convívio e ao uso de tecnologias da informação e as modificações resultantes de um modelo econômico que prega uma competitividade intensa e que tem impactado significativas mudanças na forma com que as organizações devem se estruturar e trabalhar com o conhecimento para desenvolver novos produtos, novos processos e novas formas organizacionais. (Silva. et al, 2004). Em meio a esse debate – o recurso conhecimento, está desempenhando um papel preponderante para o desenvolvimento econômico-social de uma nação. Ao contrário de outros recursos (capital, trabalho, recursos naturais), o recurso conhecimento pode ser alta e rapidamente transferível através do tecido produtivo e social a um custo marginal de produção muito baixo, o que o torna, de maneira amplamente comprovada, o recurso mais rentável quando ocorre a gestão desse conhecimento.

Nesse contexto, as organizações precisam tomar decisões de forma ágil, flexível e inovar constantemente para fazer uso eficiente e eficaz da informação e de seu conhecimento. “O conhecimento é o fator de produção mais importante na economia da informação e reside, essencialmente, nas mentes dos trabalhadores” (Longo et al, 2014, p.18). Para o autor, a Gestão do Conhecimento é uma filosofia gerencial que procura organizar esse conhecimento de modo a transformá-lo em vantagem competitiva para as organizações.

Na literatura sobre Gestão do Conhecimento (GC), verifica-se que há dois tipos de conhecimentos, o explícito e o tácito. O conhecimento explícito caracteriza-se por ser formal e articulado através da linguagem e transmitido a indivíduos. Já o conhecimento tácito trata-se do conhecimento informal e pessoal que está na experiência individual, envolvendo crenças pessoais e valores. Nas organizações, o conhecimento tácito é visto como a verdadeira chave para resolver problemas, enquanto o conhecimento explícito é considerado apenas como suporte para a organização.

Nesse cenário contemporâneo de transformação dos Estados e da sociedade – em relação a novas descobertas tecnológicas, desregulamentação da economia e dos novos modelos de gestão, as pesquisadoras identificaram a necessidade de problematizar a Gestão do Conhecimento na administração pública levantando as seguintes indagações:

- Como está sendo conduzida a (GC) na Administração Pública nas esferas: federal, estadual e municipal na cidade de João Pessoa - PB?
- O modelo de (GC) ajuda realmente na qualidade das decisões da Administração Pública?
- Existe diferença da aplicação das ferramentas de (GC) na administração pública?

Tendo em vista os questionamentos propostos na pesquisa e na tentativa de responder aos questionamentos formulados, por meio da adoção do modelo conceitual, da (GC) adaptado –, na pesquisa foram abordados para o diagnóstico da aplicação das ferramentas (GC), os seguintes campos: (a) Tecnologias da Informação (TI), (b) Gestão de Pessoas (GP), (c) Gestão do Conhecimento (GC) e (d) Gestão de Arquivos (GA). (Bukowitz e Williams, 2002).

Percebe-se que a demanda pela qualidade e eficiência no tratamento da solução dos problemas coletivos, junto com a necessidade de implementar estratégias de longo prazo como: programas que capitalizem os recursos humanos, que permitam consolidar o desenvolvimento integral de uma sociedade, tem impactado o setor público a incorporar novos modelos de gestão como recurso chave para o êxito da gestão dos governantes. Afirma Costa (2008).

O desafio, é particularmente mais intenso para o setor público que dependem de uma série de fatores para estar em sintonia com a nova economia mundial e prestar excelentes serviços a sociedade aliada a um conjunto de exigências como: altas tecnologias, fluxo na comunicação, processos eficientes; estabelecimentos de estratégias, recursos financeiros, processos de apoio, políticas públicas, programas, ações e resultados. Silva et al. (2004). Essas exigências segundo Costa (2008) levam a necessidade de modernização dos processos operacionais e administrativos da gestão pública, de modo a oferecer aos cidadãos serviços com qualidade e presteza.

No que diz respeito a esfera Estadual, constata-se que um dos modelos utilizados na gestão da modernização do Estado foi a implementação de um “Planejamento Estratégico 2040” – de Desenvolvimento de longo prazo. De acordo com o secretário de Estado do Planejamento e Gestão da Paraíba, Gustavo Nogueira (2014), traz como um dos seus principais resultados o subsídio para a consolidação e ampliação do novo ciclo expansivo e virtuoso do Estado da Paraíba, baseado no modelo de Gestão Participativa – “Orçamento Democrático” Segundo Nogueira (2014) essa mudança representa um dos instrumentos estratégicos para o alcance dos objetivos da reforma do Estado, que garante construir uma Paraíba, justa, inclusiva, desenvolvida e inovadora. Batista (2014).

O modelo adotado pelo Governo do Estado de Ricardo Coutinho, aposta

em cinco premissas fundamentais: (i) educação e trabalho como indutores do desenvolvimento; (ii) governança em rede com transparência e participação cidadã; (iii) interiorização do desenvolvimento; (iv) qualidade e eficiência do gasto público e; (v) diversidade humana e inclusão social.

Na esfera Municipal – na Prefeitura de João Pessoa, estão sendo implementadas algumas ações de gerenciamento na tomada de decisões, e assim verifica-se que o modelo adotado pelo atual Prefeito, é o “Modelo Democrático” ou também denominado, “Gestão Participativa” – que possibilita a população que tenha vez e voz para decidir, em conjunto com a Prefeitura, de forma transparente e democrática, as prioridades de investimentos dos recursos públicos do município.

Já na esfera Federal, as pesquisas mostram que houve uma preocupação em obter melhores resultados ao longo dos anos com a implantação de diversos métodos e estratégias inovadoras. Dessa forma, após a implementação de diversas práticas gerenciais, o modelo adotado foi o de: “Excelência em Gestão Pública” – que pressupõe atenção prioritária ao cidadão e à sociedade na condição de usuários do serviço público de destinatários da ação decorrente do poder de Estado e de mantenedores do Estado.

[...] o princípio da excelência dirigida ao cidadão é o princípio de maior extensão na medida em que dá sentido e direção aos princípios constitucionais da administração pública estabelecidos na Artigo 37 da Constituição Federal [...]. (Lima, 2007, p. 55)

Assim, verifica-se na literatura que a “Excelência em Gestão Pública”, é um modelo que adota uma combinação de métodos de Gestão, a saber: Enfoque Sistêmico, Gestão da Qualidade, Gestão Participativa, Gestão em Processos e Informações, Gestão de Pessoas e Gestão do Conhecimento.

A pesquisa objetivou analisar o uso das ferramentas da (GC) no âmbito das esferas da administração pública na cidade de João Pessoa no Estado da Paraíba. Para balizar a pesquisa foi adotado e adaptado o modelo conceitual de (GC) dos autores Bukowitz e Williams (2002), utilizando-se da abordagem metodológica exploratória e descritiva, para investigar quatro conjuntos de indicadores concentrados em um questionário, - utilizado como instrumento para a coleta de dados. Os sujeitos da pesquisa foram os gestores dos órgãos públicos, que sumariamente são responsáveis pela linha de atuação da média e alta gerência, chefias, departamentos ou unidades de negócios. Utilizou-se de técnicas estatísticas, como Teste Qui-Quadrado, teste não paramétrico de Kruskal-Wallis e o programa Excel, para chegar aos resultados que atendessem ao objetivo da pesquisa. Como resultados, identificou-se, uma percepção similar do uso das ferramentas da (GC) nas três esferas; as variáveis próximas são da área de recursos humanos, gestão do conhecimento e do ambiente

de gestão de arquivos, apesar de diagnosticar diferenças nos três grupos pautados nas tecnologias da informação.

METODOLOGIA

Considerando que a pesquisa foi executada no âmbito da Administração Pública na cidade de João Pessoa - PB, tendo como objeto de estudo as esferas: federal, estadual e municipal e que na literatura atual da (GC) o assunto é relativamente inexplorado, foi adotada uma estratégia exploratória-descritiva como abordagem metodológica. O método descritivo procurou descrever fenômenos ou estabelecer relações entre as variáveis existentes na literatura do tema estudado sobre a (GC) e os campos ligados a Recursos Humanos, Tecnologias da Informação, Gestão do Conhecimento e Gestão de Arquivos. Richardson (2008). A pesquisa exploratória “têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista, a formulação de problemas ou hipóteses pesquisáveis”. Dessa forma, esse tipo de pesquisa será para proporcionar uma visão geral e de forma aprofundada acerca de determinado fenômeno. Gil (1999)

A população universo desta pesquisa foi constituído por todas as Secretarias da Administração Direta e Indireta do Governo do Estado, Órgãos Federais e Secretarias municipais. Ver o Quadro 1 O perfil dos sujeitos entrevistados, diz respeito à alta administração como sendo formado pelos seguintes cargos de ocupação: Secretário, Subsecretário, Superintendente, Presidente e Diretor.

| População | Administração Direta | Administração Indireta | Total |
|---|-----------------------------|-------------------------------|--------------|
| Secretarias do Estado da Paraíba | 19 | 34 | 53 |
| Secretarias do Município de João Pessoa | 22 | 15 | 37 |
| Órgãos Federais no Estado da Paraíba | 30 | 10 | 40 |
| Total | 81 | 49 | 130 |

Fonte: Quadro 1: Parâmetros populacionais constituídos na administração Federal, Estadual e Municipal.

Pesquisa direta, 2016

O total dos entrevistados foram de 14 gestores da esfera federal, 20 gestores da esfera estadual e 12 da esfera municipal. Assim, os elementos selecionados para formar a amostra somou o total de 46 órgãos entre federais, estaduais e municipais. Ou seja, 35,4% do total da população. Uma média de 37,7% do total da população do grupo estadual, 35,0% do grupo federal e 32% do grupo municipal.

Como instrumento para coleta de dados foi adotado um questionário com 35 questões do tipo estruturado fechado, de acordo com a escala *Likert* com cinco

categorias de resposta: *Não Concordo. Nem concordo, Nem Discordo. Concordo Parcialmente. Concordo. Concordo Totalmente* Essa escala denominada do tipo *Likert*, é bastante utilizada nas investigações sociais para avaliar atitudes em relação a determinados comportamentos. Richardson (2008).

Para o tratamento dos dados foi utilizado o teste não paramétrico de Kruskal-Wallis - introduzido pelos autores, Kruskal e Wallis, em 1952, como um competidor ou um substituto do teste F da ANOVA, assim como a maioria dos testes não paramétricos, este também dispõe as respostas dos tratamentos que serão comparados na forma de postos. O teste de Kruskal-Wallis é o teste apropriado para comparar as distribuições de duas ou mais variáveis pelo menos ordinais observadas em duas ou mais amostras independentes.

Quanto maior for a diferença entre a soma dos postos, maior será a evidência de que exista diferença entre os mesmos. Mesmo não precisando da exigência de normalidade ou de outra distribuição qualquer para as populações estudadas, o teste exige que a distribuição dos erros a mesma para todos os níveis.

Para a presente pesquisa adotou-se o método comparativo. A ideia deste método foi utilizar análises comparativas entre um grupo e outro das esferas federal, estadual e municipal. Por mais óbvio que tal procedimento possa parecer vale retomar o fato de que as formas apresentadas nem sempre são excludentes, mas, em muitos casos, complementares; logo se torna simples deduzir que as “análises comparativas” tratam dos cruzamentos de quaisquer formas de avaliação da aplicação das ferramentas de (GC) individual ou de grupo.

ANÁLISE DOS DADOS

A pesquisa envolveu quatro categorias de grupos comparativos do tipo ordinal. Cada uma das variáveis que fizeram parte dos grupos (TI), (GP), (GC) e (GA) foram utilizadas para classificar em nível de não concordância a concordância total as ferramentas da (GC). Os sujeitos entrevistados na pesquisa foram os responsáveis pela alta administração das Secretarias da administração direta / indireta.

Os dados coletados foram submetidos à análise quantitativa na tentativa de identificar as diferenças e importância relativa das variáveis de cada uma das esferas. A partir da análise dos dados foram construídas tabelas explicativas que demonstram a realidade do uso das ferramentas da gestão do conhecimento nas instituições públicas.

Em relação ao primeiro grupo de (TI) foram constatados os seguintes dados na pesquisa, conforme mostra a Tabela 1 abaixo.

| TI | Satisfeitos | | Escore Total (%) | | | | K-W Valor-p |
|--------------|-------------|-------|------------------|------|------|-------|----------------|
| | n | % | Média | DP | Mín. | Máx | |
| Federal 14 | 127 | 73,4 | 78,8 | 14,8 | 57,5 | 100,0 | 0,034 |
| Estadual 20 | 105 | 64,2 | 62,8 | 24,8 | 25,0 | 100,0 | |
| Municipal 12 | 77 | 60,5 | 61,2 | 14,8 | 35,0 | 95,0 | |
| TOTAL | 309 | 66,03 | 67,60 | 21,0 | 12,0 | 76,0 | - |

Tabela 1 Nível de Comparação da dimensão TI pelo Teste Kruskal-Wallis (K-W)

Fonte: Pesquisa direta (2016)

Através da Tabela 1, pode-se perceber que a satisfação maior ou nível de plena concordância ocorre na instituição Federal com 73,4% . O Escore Total obtido com a soma das variáveis da dimensão TI e convertidos em percentual pela expressão

$$Y = 100 \frac{[ET - \min(ET)]}{[\text{Max}(ET) - \min(ET)]}$$

Onde ET é o escore total, que possui valores na mesma escala de 0 a 100 para todas as dimensões, permitindo dessa forma sua comparabilidade pois, as dimensões avaliadas possuem número de variáveis diferentes que produziram escores totais não comparáveis entre dimensões.

O teste não paramétrico de Kruskal-Wallis apresentou valor-p igual a 0,034 tornando evidente a hipótese de que a satisfação não é igual por tipo de instituição. Fica comprovado que nas instituições federais o grau de satisfação na dimensão (TI) é maior nas instituições Federais. O teste Qui-Quadrado aplicado às frequências observadas confirma esta hipótese (Valor-p = 0,034 < 0,05). Portanto, aceita-se a hipótese de que existe diferença de percepção na opinião dos gestores das três esferas.

Por outro lado, mostrando os resultados na Tabela 2, no que diz respeito ao grupo de variáveis de Gestão de Pessoas, não há diferença estatística significativa, segundo o teste não paramétrico de Kruskal-Wallis, na dimensão (GP) das instituições. Praticamente, em torno de uma média de 74% dos respondentes estão satisfeitos ou totalmente satisfeitos em relação à dimensão (GP).

O teste não paramétrico de Kruskal-Wallis apresentou valor-p igual a 0,880 tornando evidente a hipótese de que a satisfação é igual por tipo de instituição. Fica comprovado que nas instituições federais, estaduais e municipais o grau de satisfação na dimensão (GP) é praticamente equivalente. O teste Qui-Quadrado aplicado às frequências observadas confirma esta hipótese (Valor-p = 0,880 > 0,05)

| GP | Satisfeitos | | Escore Total (%) | | | | K-W Valor-p |
|-----------|-------------|------|------------------|------|------|-------|----------------|
| | n | % | Média | DP | Mín. | Máx | |
| Federal | 93 | 71,5 | 74,4 | 11,4 | 62,5 | 100,0 | 0,880 |
| Estadual | 142 | 79,1 | 67,8 | 24,1 | 25,0 | 100,0 | |
| Municipal | 87 | 71,0 | 69,2 | 23,5 | 22,5 | 97,5 | |
| TOTAL | 322 | 74,0 | 70,4 | 20,8 | 25,5 | 100,0 | - |

Tabela 2 Nível de Comparação da dimensão GP pelo Teste Kruskal-Wallis (K-W)

Fonte: Pesquisa direta (2016)

De acordo os resultados da Tabela 3, no grupo de Gestão do Conhecimento, não há diferença estatística significativa, segundo o teste não paramétrico de Kruskal-Wallis, na dimensão (GC) das instituições. Praticamente, em torno de uma média dos três grupos 64,1% dos entrevistados estão satisfeitos ou totalmente satisfeitos em relação à dimensão (GC).

O teste não paramétrico de Kruskal-Wallis apresentou valor-p igual a 0,881 tornando evidente a hipótese de que a satisfação é igual por tipo de instituição. Fica comprovado que nas instituições o grau de satisfação na dimensão GC é praticamente equivalente. O teste Qui-Quadrado aplicado às frequências observadas confirma esta hipótese (Valor-p = 0,881 > 0,05).

O que pode se constatar na pesquisa é que nas três esferas federal, estadual e municipal, se aplicam as ferramentas direcionadas para a (GC) – que implica em um processo complexo e intimamente relacionado com processo de comunicação e disseminação do aprendizado nas organizações. As duas abordagens: gestão do conhecimento e processos de comunicação – possuem princípios compatíveis e objetivos convergentes em diversos momentos, sobretudo durante a fase de compartilhamento ou disseminação de conhecimento. Afirmou o Superintendente do IMEQ Sérgio Tarso.

| GC | Satisfeitos | | Escore Total (%) | | | | K-W Valor-p |
|-----------|-------------|------|------------------|------|------|------|----------------|
| | n | % | Média | DP | Mín. | Máx | |
| Federal | 110 | 65,1 | 48,7 | 8,2 | 40,0 | 67,3 | 0,881 |
| Estadual | 158 | 60,8 | 43,8 | 17,5 | 12,7 | 67,2 | |
| Municipal | 195 | 66,4 | 44,8 | 17,1 | 10,9 | 65,4 | |
| TOTAL | 463 | 64,1 | 45,8 | 15,1 | 10,9 | 67,2 | - |

Tabela 3 Nível de Comparação da dimensão GC pelo Teste Kruskal-Wallis (K-W)

Fonte: Pesquisa direta (2016)

Conforme os resultados da Tabela 4, relacionado a Gestão de Arquivos, não existe diferença estatística significativa, segundo o teste não paramétrico de

Kruskal-Wallis, na dimensão (GA) das instituições. Praticamente, em torno de 43% dos respondentes estão relativamente satisfeitos quanto aos uso das ferramentas na dimensão (GA).

O teste não paramétrico de Kruskal-Wallis apresentou valor-p igual a 0,411 tornando evidente a hipótese de que a satisfação é igual por tipo de instituição. Fica comprovado que nas instituições o grau de satisfação na dimensão (GA) é praticamente equilibrada. Embora na escala da mensuração não apontou um escore de alta concordância ou totalmente, mas a opinião sobre esse uso das ferramentas (GA) ainda é de forma moderada. O teste Qui-Quadrado aplicado às freqüências observadas confirma esta hipótese (Valor-p = 0,411 > 0,05).

Dessa forma constatou-se que de todas as dimensões (onde aparece um escore de nível satisfatório), esta é a que apresenta regular nível de satisfação. Os dados apresentados, mostram que não há diferença estatística entre instituições, porém existe insatisfação na metade dos respondentes.

| GA | Satisfeitos | | Escore Total (%) | | | | K-W Valor-p |
|-----------|-------------|------|------------------|------|------|-------|----------------|
| | n | % | Média | DP | Mín. | Máx | |
| Federal | 30 | 46,2 | 78,8 | 14,8 | 57,5 | 100,0 | 0,411 |
| Estadual | 42 | 42,0 | 36,8 | 19,1 | 12,0 | 76,0 | |
| Municipal | 23 | 41,8 | 33,7 | 15,0 | 16,0 | 60,0 | |
| TOTAL | 95 | 43,2 | 37,2 | 16,7 | 12,0 | 76,0 | - |

Tabela 4 Nível de Comparação da dimensão GA pelo Teste Kruskal-Wallis (K-W)

Fonte: Pesquisa direta (2016)

A seguir, a Tabela 5 apresenta um posicionamento comparativo das três esferas de forma geral em cada grupo. A comparação foi efetuada pelo teste não paramétrico de Kruskal-Wallis, para as dimensões (GP), (GC) e (GA) (TI). A comparação das três amostras, apresentou os resultados do **Valor-p**. Assim, o valor crítico do teste estatístico é 0,05. Como o valor calculado é > do que o valor crítico, torna evidente a hipótese de que a satisfação é semelhante nas três instituições em relação aos seguintes grupos: No grupo de (GP), o **Valor-p** é igual a 0,880, o valor crítico do teste estatístico é 0,05. Como o valor calculado é > do que o valor crítico, torna evidente a hipótese de que a satisfação é semelhante nas três instituições. Já em relação ao grupo de (GC), o **Valor-p** é igual a 0,881, o valor crítico do teste estatístico é 0,05. Como o valor calculado é > do que o valor crítico, torna evidente a hipótese de que a satisfação é semelhante nas três instituições. No grupo pesquisado sobre (GA), o **Valor-p** é igual a 0,441. Portanto, o valor crítico do teste estatístico é 0,05. Como o valor calculado é > do que o valor crítico, torna evidente a hipótese de que a satisfação relativa é semelhante nas três instituições públicas.(

Já em relação ao grupo (TI), o **Valor-p** é igual a 0,034. Dessa foram, o valor crítico do teste estatístico é 0,05. Como o valor calculado é < do que o valor crítico, torna evidente a hipótese de que a satisfação não é equivalente em cada instituição, existindo diferença de opiniões nos três grupos pesquisados.

| Esferas | TI | GP | GC | GA |
|-----------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | (K-W Valor-p) | (K-W Valor-p) | (K-W Valor-p) | (K-W Valor-p) |
| Federal | 0,034 | 0,880 | 0,881 | 0,411 |
| Estadual | | | | |
| Municipal | | | | |

TABELA 5- Comparação das Esferas com cada Grupo da Gestão do Conhecimento

Fonte: Pesquisa direta (2016)

RESULTADOS

Conforme os resultados da pesquisa, aplicada em organizações públicas, para tentar mensurar o uso das ferramentas da (GC), dimensionadas em quatro grupos: Gestão do Conhecimento, Gestão de Pessoas, Tecnologias da Informação e Gestão de Arquivos (uma adaptação do modelo), constatou-se mediante o uso de técnicas estatísticas, teste Kruskal –Wallis e teste Qui-Quadrado, que as diferenças encontradas nas três amostras, são mínimas. Assim, **os Valores dos ps**, não é significativamente diferente no que diz respeito a (GC), (GP) e (GA). Note embora na Tabela 5, apresenta pequena diferença entre os grupos, não é estatisticamente significativa em decorrência do pequeno tamanho das amostras nas três esferas. Portanto, a decisão de rejeitar a hipótese nula (existe diferença entre os grupos), se baseia no valor encontrado que quanto maior esse valor, maior a confiança em que a hipótese nula é falsa.

Porém, o grupo que apresentou uma pequena diferença a ser considerada é o ambiente de (TI). Como o valor encontrado é inferior ao nível de significância de 0,05, a hipótese nula não pode ser rejeitada. Logo, o uso das tecnologias da informação se afasta da distribuição normal das amostras pesquisadas.

CONCLUSÕES

Ao resgatar o objetivo principal delineado na pesquisa – sobre a análise do uso de ferramentas da Gestão do Conhecimento na Administração pública nas esferas: federal, estadual e municipal na cidade de João Pessoa – é possível identificar que ele foi alcançado ao se estabelecer uma pesquisa comparativa para mensurar o nível de aplicação das ferramentas de (GC) na administração pública.

Além das ferramentas vinculadas a (GC), como, a (TI), práticas da (GC) e da (GP), as pesquisadoras foram favoráveis ao tratar e incursionar no modelo a mensuração do componente “Gestão de Arquivos” relacionadas as atividades da informação, uma vez que os arquivos fazem parte de uma realidade burocrática estabelecida e necessária nos órgãos públicos.

Os resultados obtidos revelaram que as três esferas apresentaram características similares no tocante ao atendimento dos serviços concedidos a comunidade. Este resultado foi fruto de uma investigação empírica a uma amostra previamente selecionada. Já com base ao tratamento estatístico – teste não paramétrico de Kruskal-Wallis, constatou-se que nas variáveis da área de tecnologias da informação (TI) nas três esferas, houve diferença em relação ao grau de aplicação das ferramentas de (GC).

Estes resultados podem estar associados ao nível da esfera em que o órgão está associado, ou seja, os órgãos da esfera federal parecem disponibilizar de mais recursos financeiros, possibilitando estabelecer tomada de decisão para uso dos recursos e ações relativos a programas de aprimoramento, inclusive na implementação de modelos de gestão. Na esfera municipal, os resultados apontaram um bom nível de satisfação quanto à aplicação das ferramentas tecnológicas no ambiente de trabalho, esses resultados são percebidos por meio dos investimentos realizados pela prefeitura em sua estrutura. Com esse tipo de investimento o órgão agiliza seus processos além de assessorar a (GA) e a (GC). Os órgãos pesquisados do Estado, revelaram uma lacuna frente aos investimentos na área de (TI), denotando uma ênfase no processo burocrático para captação de tais investimentos.

Por outro lado, o ambiente de Gestão de Pessoas, Gestão do Conhecimento e Gestão de Arquivos, não foram encontradas grandes diferenças, praticamente estão no mesmo nível de aplicação em relação a esses itens. Talvez os resultados estejam ancorados nas mudanças econômicas, políticas e sociais, como consequência da globalização, que tem influenciado o comportamento dos profissionais do setor público e privado, exigindo quebra de paradigmas em suas habilidades.

Em soma, verifica-se que alguns órgãos da administração pública estadual são menos favorecidos, demandando a falta de modernização do Estado. Consequentemente, essas organizações sentem dificuldade de implementar modelos de gestão que alavanquem o conhecimento por meio da captação, estruturação, manutenção e aprimoramento do conhecimento organizacional.

Percebe-se ainda, que é preciso repensar um novo modelo de gestão na atual sociedade do conhecimento, em especial nas organizações públicas, pois os profissionais que trabalham com a Gestão do Conhecimento, precisam acompanhar as mudanças aceleradas das Tecnologias da Informação relacionadas a inovação vinculadas ao conceito de gestão.

É necessário que os os órgãos públicos percebam a importância de estabelecer investimentos na ferramentas de gestão que possam viabilizar o crescimento e desenvolvimento do Estado em prol do cidadão.

REFERÊNCIAS

Batista, S. *Elaboração do planejamento estratégico* (2014). São Paulo, Quanta. Disponível em: <<http://paraiba.pb.gov.br/sites/nead/wp-content/uploads/2015/02/2-PLANEJAMENTO-ESTRATEGICO.pdf>> Acesso em 10.03.14.

Bukowitz, W.R., Williams, R. L. (2002). *Manual de gestão do conhecimento: ferramentas e técnicas que criam valor para a empresa*. Porto Alegre: Bookman.

Costa, I. D. (2008). *Administração pública no século XXI: foco no cidadão*. Rio de Janeiro, Qualitymark.

GIL, A. C. (1999). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 5. ed. São Paulo, Atlas, 1999.

Lima, P. D. (2007). *A excelência em gestão pública: a trajetória e a estratégia da Gespública*. Rio de Janeiro: Qualitymark.

Longo, R.M., Queiroz, C., Santos, P.D., Camacho, F., Fedele, D. (2014). *Gestão do conhecimento: a mudanças de paradigmas no século XXI*. São Paulo: Senac.

Nogueira, G. M. F. (2014, 10 de novembro). *Planejamento estratégico*. Disponível em: <<http://paraiba.pb.gov.br/sites/nead/wp-content/uploads/2015/02/2-PLANEJAMENTO-ESTRATEGICO.pdf>>

Richardson, R. J. (2008). *Pesquisa social: métodos e técnicas*. 3. ed. – 8. Reimpr. São Paulo: Atlas.

Silva, A., Ribeiro, A., Rodrigues, L. (2004). *Sistemas de informação na administração pública*. Rio de Janeiro, Revan.

DISCURSO CIRCULANTE E MERCANTILIZAÇÃO DA FELICIDADE: COMUNICADOR E TRABALHO EM UM MUNDO DE CONSUMIDORES

Data de aceite: 27/01/2020

Ana Maria Dantas de Maio

Doutora em Comunicação. Jornalista do Núcleo de Comunicação Organizacional (NCO) da Embrapa Pecuária Sudeste em São Carlos (SP).

Marcelo Pereira da Silva

Pós-doutor em Comunicação. Docente do Mestrado profissional em Comunicação e do Mestrado em Cultura e Sociedade da UFMA.

RESUMO: Na sociedade contemporânea, o sujeito-comunicador assume distintas identidades em diferentes momentos de seu trabalho, caracterizado pelas pressões do *deadline*, pelos imperativos da sociedade de consumidores e pela necessidade de “convencer”, intrínseca à comunicação organizacional. Por meio da ACD (Análise Crítica de Discurso) e da AD (Análise de Discurso), depreendemos sentidos da produção discursiva organizacional para compreender o que leva esse sujeito-comunicador a reproduzir a ideologia dominante impressa na busca da eterna felicidade. Estudamos discursos de duas empresas, a Telefônica-Vivo e a Coca-Cola, e constatamos que esses profissionais não se apropriaram da autonomia vicejada

1 Ao utilizarmos a noção de sujeito, não nos referimos ao sujeito gramatical, nem ao sujeito empírico, mas a um lugar social, uma posição da qual o comunicador enuncia e se torna “dono” do seu dizer, é uma posição entre muitas que existem num mesmo indivíduo no processo de enunciação.

por Morin; ao contrário, cederam à relação de dependência que os interpela em sua forma de sujeito na cotidianidade.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação organizacional; consumo; felicidade. Análise de discurso.

1 | INTRODUÇÃO

Não é a primeira vez que pesquisadores em comunicação se sentem instigados a compreender melhor a mercantilização da felicidade construída em distintas formas de discurso. Diversos autores já exploraram o tema, dentro e fora do ambiente da comunicação organizacional. O que nos levou a mergulhar nessa seara foi o profundo interesse pelo trabalho e pelas ideologias que envolvem e norteiam o sujeito-comunicador¹, pois sabemos que ele integra a polifonia dos discursos organizacionais e detém certo poder sobre a fala dos agentes institucionais.

O objetivo deste artigo é contribuir para o entendimento das razões que levam esses profissionais da comunicação a reproduzirem os discursos da conquista da eterna felicidade, do otimismo sem precedentes, do bem-estar

inesgotável. Para tanto, buscamos em Morin as explicações sobre os graus de dependência e autonomia que interpelam o sujeito contemporâneo. Em Baudrillard, Bauman e Wolton encontramos respaldo para compreender as relações entre consumo, felicidade e comunicação. Van Dijk, um dos precursores da ACD (Análise Crítica do Discurso), e outros autores da AD (Análise de Discurso) nos auxiliam com a abordagem crítica e suas ponderações sobre os efeitos sociais, cognitivos e ideológicos de um texto.

Assim, analisamos duas manifestações empresariais: uma matéria divulgada pela assessoria de comunicação da empresa Telefónica-Vivo e uma campanha publicitária, em forma de vídeo, da Coca-Cola. Nesses dois casos, constatamos as intensas pressões mercadológicas que induzem o profissional de comunicação a reproduzir em seus discursos os padrões da busca da felicidade por meio do consumo. Esses mesmos profissionais disseminam as ideologias que interessam a suas organizações, muitas vezes de forma acrítica, pois são coagidos a agir desse modo. Poucas são as organizações que proporcionam espaços elásticos para uma atuação mais crítica.

2 | A RIQUEZA DOS GÊNEROS COMUNICACIONAIS

AAD e a ACD fundamentam teórica e metodologicamente este artigo. As técnicas para nossas análises foram aplicadas à luz das teorias cognitivas e da ideologia para a apreensão de alguns sentidos nos discursos estudados. Optamos por avaliar dois gêneros de discursos organizacionais: um jornalístico, produzido pela assessoria de imprensa da empresa Telefónica-Vivo, e outro publicitário, elaborado pela equipe de comunicação que atende à Coca-Cola.

Por meio da AD e da ACD, verificamos que é possível compreender as restrições e dificuldades que impedem a atuação crítica dos sujeitos-comunicadores em sua rotina de trabalho, pois temos acesso às falas por eles produzidas e ao contexto que envolve a análise de discurso.

Selecionamos o material intencionalmente por abordar o tema da felicidade e do otimismo ligados ao consumo, pois entendemos que as pressões mercadológicas e profissionais levam os comunicadores a construir discursos que reproduzem a ideologia capitalista dominante. A busca da matéria jornalística foi realizada em diversas salas de imprensa de *sites* de organizações, nas quais tivemos acesso a produtos institucionais. A campanha da Coca-Cola foi localizada pelo *site* de busca *Google*, equacionando as palavras “campanha”, “lança” e “felicidade”: surgiu o vídeo “Coca-Cola *sharing can*”, ainda na versão em inglês.

Os resultados das análises são apresentados logo após a fundamentação teórica, que ilumina nosso entendimento a respeito da construção e reprodução do

pseudomundo da felicidade por meio da linguagem.

3 | SOBRE A NOÇÃO DE SUJEITO NO MUNDO CONTEMPORÂNEO

À medida que as pesquisas na contemporaneidade avançam na compreensão da relação entre cultura e comunicação, de uma saída teórica e política para os problemas na América Latina que perpassam a questão da hibridação, da mestiçagem cultural, tal intento, afirma Jacks (1995), contempla o reconhecimento do sujeito e da pertinência de uma teoria que parta das percepções deste sujeito e de sua subjetividade.

Não se trata aqui de traçar uma trajetória histórica totalizante do sujeito, senão conceber o que se quer revelar dele em meio à singularidade das culturas, às diversas formas de materialidade discursiva e ideológica, a um mundo que perpassa o planeta global, “pretensamente” unificado e ao universo do trabalho em comunicação em distintos contextos organizacionais.

Nessa busca temos a subjetividade não como espaço que se desloca somente para o ponto psicológico/individual, nem se sintetiza ao reflexo do mundo social/sistêmico, mas o que queremos é investigar o lugar social da subjetividade, definida como sendo “[...] a vida interior, as opções mais íntimas marcadas por um *ethos* em que a sociabilidade assume um tom caracteristicamente marcante”, constituinte do sujeito (VELHO, 1991, apud SOUSA, 1995, p. 33).

Parece-nos complicado dimensionar as porções individual e social na formação da subjetividade. O fato é que à medida que novas formas de subjetivação são descobertas no meio social, surgem novos prismas de estudos: como, na prática cotidiana, as pessoas encontram elos para relacionar-se consigo mesmas; como se veem a si mesmas e como constroem sua identidade de sujeito na complexidade do “caldo social contemporâneo”.

A própria Comunicação Social como processo, ou os veículos que ela utiliza, participa da construção da subjetividade. Daí porque, diz Sousa (1995), a relação entre subjetividade e mundo simbólico² faz desse último uma ponte para a própria construção do imaginário.

Segundo Fígaro-Paulino (2001), o homem é individual/social porque tem na constituição de sua subjetividade, a subjetividade de um corpo social, histórico, cultural, marcado e distinto de outras sociedades, que foi apropriada de forma particular e pessoal; é um indivíduo/sujeito universal, fruto das relações sociais e da luta de classes e, ao mesmo tempo, absolutamente único e particular, apto a compreender e ser compreendido nos sentidos básicos e próprios do humano. É

² Se só conhecemos o real através do simbólico, só temos acesso ao simbólico através do imaginário. O simbólico em si mesmo não nos é dado... é o processo subjetivo pelo qual os homens se apoiam no real e tentam imaginariamente resolver suas contradições (SILVEIRA; DOARY apud SOUSA, 1995, p. 34).

um indivíduo que trava consigo mesmo uma batalha, luta por ser sujeito do seu dizer, da sua existência e não apenas assujeitado pela língua e pelo sistema social, econômico, político e cultural no qual está imerso.

O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um “eu” coerente. Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas. (HALL, 2011, p. 13).

Esse sujeito insere-se numa determinada época histórica, num determinado espaço, num determinado conjunto de relações sociais e contexto cultural. Os sujeitos são plurais na medida em que atuam na cotidianidade e vão se constituindo da polifonia dos discursos que circulam na sociedade.

Sousa (1995) argumenta que, muito embora esse sujeito da comunicação na contemporaneidade não esteja configurado teoricamente, sabe-se que ocupa um espaço contraditório: o da negociação, o da busca de significações e de produções incessantes de sentido na vida cotidiana. “O receptor deixa de ser visto, mesmo empiricamente, como consumidor necessário de supérfluos culturais ou produto massificado apenas porque consome, mas resgata-se nele também um espaço de produção cultural” (SOUSA, 1995, p. 26-27).

É um enunciatório mais bem percebido no universo da cultura em produção, da cultura popular, em que a própria comunicação encontra-se, surgindo da observação dessas novas situações empíricas, dando chance para o encontro do sujeito.

Destaca-se que essa mudança metodológica, donde o sujeito é inserido, que dos meios passa às mediações, à trama cultural, aos modos de ver, é resultado de uma lógica menos ligada à razão e mais sensível ao mundo social plural, à percepção da pluralidade dos atores sociais.

Tal pluralidade possibilita outras costuras explicativas na identificação do lugar da comunicação na contemporaneidade. Costuras estas que preveem levar em conta os processos políticos, econômicos, envolvendo inclusive esferas ideológico-culturais, já que essas esferas fazem morada no plano discursivo.

Conforme Thompson (1998, p. 152), muitas das formas culturais do mundo de hoje, em vários graus de extensão, são culturas híbridas em que diferentes valores, crenças e práticas se entrelaçam profundamente. Isso não implica que a globalização da comunicação através da mídia eletrônica não tenha produzido novas formas de dominação e de dependência culturais. Mas isto também não quer dizer que não possamos entender estas novas formas, suas consequências e como os sujeitos se apropriam disso.

O reinado da comunicação também tem seu revés. Se o homem moderno é livre, ele se encontra frequentemente sozinho, ou até mesmo dessocializado. Livre, mas

Temos que o sujeito é dialético e dialógico, conflui na contradição própria do seu existir uno e social. Dialógico por apenas ser sujeito quando capaz de constituir-se também do outro, e dos outros que constituem sua história pessoal de vida; dialético porque se constitui nesse ir e vir uno e social. Estamos falando de um sujeito heterogêneo, com esperança de encontrar a fonte restauradora da totalidade nunca alcançada, que se constrói nas relações sociais, entendidas como espaço de imposições, confrontos, desejos, paixões, retornos, imaginação e construções (GERALDI, 1996).

Morin (2009) diz que, se pensarmos no fato de que somos seres ao mesmo tempo físicos, biológicos, sociais e culturais, psíquicos e espirituais, torna-se evidente que a complexidade é aquilo que tenta conceber a articulação, a identidade e a diferença de todos estes aspectos. O sujeito é compreendido então, como um organismo complexo capaz de pensamento. Morin (1997) define sujeito como o indivíduo considerado em duas dimensões: a autonomia e a dependência. Com efeito, o sujeito é autônomo e tem consciência de que é um indivíduo único, dotado de identidade própria. Todavia, esse indivíduo está ciente, ademais, de que depende de outros seres (da mesma ou de outra espécie) para construir a própria individualidade³. Assim, asseveramos que fora da relação com a alteridade, não pode haver sentido:

Mesmo que os outros sejam o inferno, o homem está inelutavelmente preso ao outro naquilo que há de mais caracteristicamente humano, a linguagem. A alteridade é uma dimensão constitutiva do sentido. Não há identidade discursiva sem a presença do outro. (FIORIN, 2003, p. 36).

Para Morin, citado por Galembeck e Veasey (2002), ser sujeito não é ser consciente nem ter afetividade, mas tão somente colocar-se no centro de seu próprio mundo. É ocupar-se de si: "*Computo ergo sum*". Esclarece dizendo que todo mundo pode dizer "eu", contudo, cada um de nós, só pode ser "eu" por si próprio (autonomia). Ninguém pode dizer "eu" pelo outro. Ser sujeito é colocar-se no centro do seu próprio mundo; é ao mesmo tempo, ser autônomo e dependente. Dependente do meio, que é anterior e autônomo, enquanto ocupa-se de si. Ser consciente é ter a capacidade

³ A noção de sujeito, em Morin, fundamenta-se em dois princípios, inseparáveis e associados, o princípio da exclusão e o da inclusão. O princípio da exclusão baseia-se na instituição do "eu" como elemento único e central: é a consciência da individualidade e da subjetividade. Mas a exclusão pressupõe a inclusão, pois o "eu" só existe em função do outro com o qual mantemos relações ("você") e de outros seres com os quais nos integramos ("nós"). Em outros termos, pode-se admitir que o ser humano - dotado de linguagem e cultura - institui-se a si mesmo como um ser único [o "eu", seguramente, não tem plural, mas, do mesmo modo, ele não pode deixar de levar em consideração o interlocutor ("você") e o grupo no qual ele se insere ("nós")]. O "eu" isolado não existe, porque o sujeito e o outro se complementam e é nessa complementaridade que o ser humano pode exercer a sua liberdade, como tal entendida a capacidade de escolha. (GALEMBECK; VEASEY, 2002).

de sair de si, de transcender a centralidade da subjetividade, percebendo, ao mesmo tempo, que nosso modo de ser é ser o centro de nosso mundo.

O sujeito se constitui em todas as formas de discurso. Sabemos que o pensamento humano é expresso na sua gênese por meio de imagens. A tesoura do sujeito comunicador em sua rotina de trabalho marca uma forma peculiar de ver a realidade, de representá-la por meio de valores emergentes: felicidade, bem-estar, amor, paz, otimismo e confiança. A representação da felicidade nas ações de comunicação é objeto de reflexão deste artigo, considerando que agora já compreendemos que o sujeito comunicador age a interage no mundo do trabalho com dependência – e suas eventuais pressões – e certo grau de autonomia.

3.1 Discurso, ideologia e felicidade

O que leva, então, esse sujeito a persistir na reprodução do pseudomundo da felicidade através do estímulo ao consumo? Para Bauman (2008, p. 60), “o valor mais característico da sociedade de consumidores, na verdade seu valor supremo, em relação ao qual todos os outros são instados a justificar seu mérito, é uma vida feliz”. É inimaginável, na sociedade ocidental contemporânea, que uma organização busque associar sua marca ou imagem a aspectos cotidianos não ligados à felicidade, ao otimismo e ao bem-estar.

Podemos inferir, a partir desta constatação, que o comunicador que atua em organizações – seja nas áreas de relações públicas, publicidade e propaganda ou jornalismo – vai buscar sempre um *link* da empresa com algumas proposições positivas de existência. Até porque, “na sociedade de consumidores a infelicidade é crime passível de punição, ou no mínimo um desvio pecaminoso que desqualifica seu portador como membro autêntico da sociedade” (BAUMAN, 2008, p. 61).

Outro autor que se debruça sobre a questão da felicidade e do bem-estar nos discursos é Baudrillard. Para ele, “a felicidade constitui a referência absoluta da sociedade de consumo” (BAUDRILLARD, 2010, p. 47) e, em função disso, torna-se um mito perseguido pelos indivíduos que convivem nessa sociedade. O comunicador é, por essência, um potencial fabricante de mitos, já que, no lugar de enunciador, tem acesso aos instrumentos de comunicação dirigidos e massivos, ainda relevantes na atualidade para o processo de disseminação de símbolos.

A força ideológica da noção de felicidade não deriva da inclinação natural de cada indivíduo para a realizar por si mesmo. Advém-lhe, socio-historicamente, do facto de que o mito da felicidade é aquele que recolhe e encarna, nas sociedades modernas, *o mito da Igualdade*. (BAUDRILLARD, 2010, p. 47, grifo do autor).

Estaria, portanto, o sujeito-comunicador imbuído das melhores intenções ao perseguir a fabricação do discurso a respeito do pseudomundo da felicidade? Rejeitar

ou seguir na contramão desta tendência parece uma hipótese tão despropositada que nem deveria ser cogitada. Todavia, o comunicador raramente reflete sobre as consequências que seu trabalho provoca nesta sociedade. Um dos pensadores que se preocupa com os rumos que a comunicação segue e com a retomada de seus valores é Wolton (2004, p. 267), segundo o qual

A questão é saber como salvar os valores de liberdade e emancipação que sustentaram a história da luta pela informação e pela comunicação. A solução consistiria em fazer o contrário do que geralmente se empreende. Diminuir a velocidade em vez de acelerar, organizar e racionalizar em vez de aumentar os volumes de informação, reintroduzir intermediários em vez de suprimi-los, regulamentar em vez de desregulamentar.

A proposta de Wolton é um caminho na direção de uma comunicação mais humanizada, menos mecânica e pragmática. Resta saber se o comunicador tem a suficiente autonomia para controlar o conteúdo, os efeitos de sentidos que seus discursos provocam e o processo da comunicação na organização em que atua, para que possa agir com responsabilidade, especialmente em relação às expectativas e frustrações que cria no receptor.

Para Van Dijk (2005, p. 24), “aqueles que têm maior controlo sobre mais – e mais influente – discurso (e mais características do discurso) são por definição também mais poderosos”. Poder, autonomia e imaginário são instâncias inter-relacionadas, na medida em que a própria noção de poder é posta em xeque por Baudrillard (1991, p. 34): “também o poder desde há muito que não produz senão os signos da sua semelhança”. Para ele, o poder deixou de ser efetivo/real para se tornar simulacro da realidade, esvaziando o conceito e a autoridade de quem se pretendia poderoso.

Além disso, no que tange ao poder, à autonomia e ao imaginário, concordamos que “as relações de poder são discursivas” (Van DIJK, 2005, p. 20), ou seja, integram o mundo simbólico construído por meio do imaginário, dos simulacros e das simulações.

O mundo dos signos – expresso pelos discursos – revela ainda os confrontos ideológicos que envolvem as relações de grupos – e, conseqüentemente, de poder. “As ideologias são definidas como sistemas básicos de cognições sociais fundamentais e como princípios organizadores das atitudes e das representações sociais comuns a membros de grupos particulares” (Van DIJK, 2005, p. 135).

A opção por enunciados que fidelizam o pensamento do receptor à ideia da felicidade constante se dá, portanto, por pressões mercadológicas, mas também por decisão autônoma do comunicador, baseado nos modelos mentais, como veremos adiante. É possível que este profissional sequer questione os porquês que o levam a produzir e reproduzir tais discursos, de tão automatizadas que são suas elaborações discursivas.

Neste caso, cabe ao comunicador uma postura mais crítica em relação aos impactos sociais e cognitivos que seus enunciados podem provocar. Sem essa reflexão, os mesmos modelos mentais continuarão reproduzidos e multiplicados na sociedade de consumo, ratificando a busca pelos ideais de felicidade, do amor e do compartilhamento a qualquer custo, secundarizando as agruras e depressões vivenciadas pelos sujeitos que não se sentem permanentemente felizes. Lembramos que os discursos ganham materialidade de exclusão: quem não consome não pode ter acesso à felicidade roteirizada no discurso organizacional, seja publicitário ou jornalístico.

4 | A GERAÇÃO DO MILÊNIO E A LATINHA DIVIDIDA⁴

A Análise Crítica de Discurso, preconizada por Van Dijk, dá conta de avaliar os enunciados, seus contextos e as relações que se estabelecem entre as estruturas cognitivas dos participantes, os discursos e as ideologias. Essa modalidade de investigação da linguagem se preocupa com relevantes problemas sociais e consideramos que, ao escolhê-la para fundamentar a análise da matéria jornalística, podemos colocar o consumo excessivo de bens materiais (incluindo as tecnologias) e simbólicos em um patamar de descontrole do equilíbrio social.

A Análise Crítica do Discurso (ACD) é um tipo de investigação de análise do discurso que estuda, em primeiro lugar, o modo como o abuso do poder social, a dominância e a desigualdade são postos em prática, e igualmente o modo como são reproduzidos e o modo como se lhes resiste, pelo texto e pela fala, no contexto social e político. (Van DIJK, 2005, p. 19).

Essa visão crítica será aplicada na análise da matéria “Pesquisa da Telefônica revela que geração do milênio brasileira está confiante no futuro do país, preocupada com mudanças climáticas, desigualdade social e educação”, localizada entre os *press-releases* divulgados pela empresa de telefonia Telefônica-Vivo, produto da comunicação organizacional da empresa.

Assim, pensamos que o sujeito-enunciador e sujeito-enunciatório inscrevem-se em lugares determinados na estrutura de uma formação social que, atreladas às condições de produção de discursos, representam “uma série de formações imaginárias que designam o lugar que A e B (sujeito-enunciador e sujeito-enunciatório) se atribuem cada um a si e ao Outro, a imagem que eles se fazem de seu próprio lugar e do lugar do Outro” (PÊCHEUX; FUCKS, 1997, p. 82).

Conforme veremos adiante, a matéria institucional encaixa-se no perfil de enunciador totalmente dependente da lógica e das pressões do mercado. Nem

⁴ A campanha da Coca-Cola traz o lançamento da latinha de refrigerante que se divide em duas miniembalagens, para que o consumidor compartilhe metade da bebida com outra pessoa (Cf. referência COCA-COLA, 2013).

mesmo o autor do texto é nominalmente identificado. A relação entre consumo de tecnologia e otimismo faz-se presente ao imprimirmos um olhar para as vicissitudes do discurso que se materializa num funcionamento que privilegia uma ideologia.

No caso da campanha da Coca-Cola, observamos que o discurso constrói-se sob o arquétipo da felicidade, vinculado à ideia do compartilhamento e de imagens que tratam da cotidianidade do indivíduo na interação com o outro; característica própria da sociedade atual, esses elementos apresentados no discurso mercadológico da Coca-Cola interpelam o consumidor em um quadro de trocas cotidianizadas em cenas universais.

4.1 Tecnologia e otimismo: o discurso da Telefónica

Quando Van Dijk se dispõe a realizar análises críticas de discurso, ele inclui nos estudos a avaliação dos contextos global e local, das ideologias dos endogrupos (a polifonia do grupo que fala) e dos exogrupos (os outros, geralmente desqualificados pelos primeiros), de várias categorias que envolvem a construção do texto (lexicais, semânticas, sintáticas, retóricas, entre outras), dos tópicos e, baseado em teorias cognitivas, dos modelos mentais dos enunciadores.

Os modelos são representações mentais de acontecimentos, acções ou situações vividas pelas pessoas, ou sobre os quais elas lêem. O conjunto destes modelos representa as crenças (conhecimento e opiniões) que as pessoas têm sobre as suas vidas quotidianas e define aquilo a que usualmente chamamos de 'experiências' pessoais. (Van DIJK, 2005, p. 119).

São esses modelos mentais que fundamentam, orientam e influenciam os pensamentos do enunciador e do enunciatário. Envolvidos pela ideologia dominante, os autores do discurso polifônico e os receptores – igualmente participantes do processo comunicativo – podem associar, cognitivamente, consumo à felicidade, desde que essa seja a tônica da enunciação.

No caso da empresa de telefonia, a matéria sobre a geração do milênio brasileira (Cf. TELEFÓNICA, 2013) apresenta os resultados de uma pesquisa realizada pela Telefónica e pelo *Financial Times* a respeito da relação entre a chamada geração Y⁵ – jovens com idades entre 18 e 30 anos – e a tecnologia. O endogrupo, composto pelas empresas promotoras do levantamento, pelo presidente da Telefónica (representante do gênero masculino), pelo mercado, pela tecnologia, pelos comunicadores que escreveram o enunciado, pela geração do milênio e seus líderes, esforça-se para estabelecer uma relação concreta entre essa geração que exalta a tecnologia com um perfil de jovens que se preocupa com questões sociais e ambientais.

O tópico do enunciado demonstra essa tendência: “Pesquisa da Telefónica revela que geração do milênio brasileira está confiante no futuro do país, preocupada

5 No texto, a assessoria esclarece que a geração do milênio também é conhecida como geração Y.

com mudanças climáticas, desigualdade social e educação”. E mais: “Brasil tem uma das maiores concentrações globais de líderes da geração do milênio otimistas e entusiastas da tecnologia”. Segundo Van Dijk (2005, p. 182), “em termos intuitivos, os tópicos exprimem aquela que é considerada a informação ‘mais importante’ de um discurso”.

Avaliamos como “esforço” a tentativa da organização de associar os jovens a esse perfil porque os dados da pesquisa apresentados no texto são frágeis, induzindo a uma aparente contradição. A preocupação com educação e desigualdade social que consta no item topicalizado foi citada por 24% dos entrevistados, sugerindo que a grande maioria, 76% deles, não mencionou tais inquietações (dado intencionalmente não dito). A preocupação com a saúde foi apontada por 17% dos jovens e com a pobreza, por 11%. O pseudoengajamento que a empresa propõe se dilui na leitura crítica dos sentidos que ficam apensos no discurso.

A presença do nome da organização como sujeito de fala no título (“Pesquisa da Telefónica revela”) cria um elo com os temas sociais e ambientais enumerados, como se a companhia estivesse, igualmente, preocupada com tais assuntos, postura que se apresenta como politico-institucionalmente correta no quadro significativo de um discurso que se quer e se mostra outorgado pela sociedade.

Em relação a “uma das maiores concentrações globais de líderes”, identificada no Brasil, os números indicam que chegam a 18%, embora a construção textual com uso de comparativo sugira um volume mais expressivo. A estratégia de se trabalhar com a inversão de dados pode ser uma forma de manipular a mensagem, como outras que localizamos no texto. A escolha lexical do verbo “acreditar” é um exemplo. Ele aparece na matéria 17 vezes, sempre acompanhado do sujeito “os jovens” ou “os entrevistados”. O discurso da organização quer fazer crer que essa geração tem como verdade as proposições que seguem o verbo, quando o “acreditar” é uma ação totalmente subjetiva e inapropriável.

Outra escolha lexical marcante e que estabelece limites do endogrupo é o verbo “trazer”, na seguinte construção: “os líderes da geração do milênio são os entrevistados que acreditam estar na vanguarda de tecnologia, [...] e ter a oportunidade de tornarem-se empreendedores ou desenvolver e trazer uma ideia para o mercado”. Este fragmento do discurso denota posicionamentos: o endogrupo representa o mercado e busca aproximá-lo da geração Y ou, ao menos, de suas lideranças. Ao mesmo tempo, o uso da expressão “da geração do milênio” lhe outorga toda e qualquer capacidade de transformar o mundo e as relações por meio da tecnologia e do empreendedorismo, escamoteando questões típicas da contemporaneidade e de tal geração, marcada pela superficialidade, dificuldade de relacionamento, individualismo, identidade lábil e exageradamente pragmática e tecnicista.

Van Dijk (2005) acrescenta que nas construções discursivas, o endogrupo

procura com frequência realçar suas qualidades e as fraquezas alheias, estabelecendo polarizações acentuadas, sempre que possível. É o que encontramos em citações como “nosso compromisso com a educação e as atividades sustentáveis”, “a Telefónica [...] está envolvida em várias atividades importantes que causam real impacto na vida das pessoas e na sociedade”, ou ainda, “a Telefónica é uma das maiores empresas de telecomunicação do mundo”, apenas para selecionar algumas passagens. Um exemplo da tentativa de desqualificar o exogrupo é quando a organização anuncia servir “mais do que o total dos municípios atendidos pelas demais operadoras”.

O exogrupo seria composto pela concorrência e pelas mulheres. O texto apresenta dados da pesquisa que sustentam uma lacuna de gênero em relação ao uso da tecnologia, ficando o público feminino em situação inferior, sem destaque no discurso apológico à tecnologia. Um exemplo: “os homens brasileiros da geração do milênio têm duas vezes mais probabilidade de tornarem-se líderes da geração do milênio do que as mulheres desta mesma geração (22% comparado a 13%)”. A ideologia sexista com dominância masculina se faz presente e evidencia uma posição que constrói a imagem do sujeito-enunciador investida de sentidos que corroboram outros discursos que colocam a mulher em lugares desprivilegiados ou na posição de incapacidade.

Van Dijk (2005), ademais, coloca que o uso da voz passiva é uma possibilidade de esconder o sujeito da ação ou manter a dúvida sobre o agente. No enunciado, a voz passiva está ausente porque persistem a vontade e a necessidade de exibir o sujeito da fala. Os autores optam por verbos na voz ativa, no tempo presente do modo indicativo: afirma, acredita, concorda, entre outros, buscando a ideia de atualidade e assertividade.

O contexto global que envolve essa produção é representado pelo mercado mundial de alto desenvolvimento tecnológico e poucas ações efetivas contra a desigualdade social e a pobreza e a favor de uma educação de qualidade.

O aumento da desigualdade raras vezes é considerado sinal de alguma coisa além de um problema financeiro; nos casos relativamente raros, em que há um debate sobre os perigos que essa desigualdade representa para a sociedade como um todo, em geral ele se dá em termos de ameaças à “lei e ordem”; quase nunca dos riscos para os ingredientes fundamentais do bem estar geral da sociedade, como, por exemplo, a saúde física e mental da população, a qualidade de sua vida cotidiana, o sentido de seu engajamento político e a força dos vínculos que a integram à sociedade. (BAUMAN, 2013, p. 9).

Localmente, o discurso foi construído a partir de uma conferência realizada em São Paulo, no dia 6 de junho de 2013, intitulada “*Millennials Summit: The Interactive Generation*”. Aqui também notamos o esforço das organizações em relacionar a geração Y ao perfil interativo, embora saibamos que tecnologia não garante, por si

só, interatividade.

O enunciado faz alusão direta à felicidade, ao divulgar outro item da pesquisa: “70% da geração do milênio [essa, que é fã e consome tecnologia] brasileira escolheu que ser feliz é mais importante do que ser rico, bem sucedido ou famoso”. Mais uma vez, esse sentimento é alçado à cúpula dos ideais humanos por meio da fala do outro, que serve como argumento para legitimar a ordem desse discurso da felicidade acima de tudo, uma contradição em uma sociedade que prima pelo parecer-ser, calcada na fruição do poder e na parca ética nas relações cotidianas das organizações.

Por fim, o discurso da Telefónica confirma a ideologia consumista e tecnológica, consoante com o capitalismo, atestando que, quanto mais conectado, mais facilidades o jovem terá. Na enunciação, a tecnologia apresenta-se indissociável do sucesso, bem-estar, liderança, engajamento, otimismo, segurança e outras proposições positivas. O modelo mental do “quanto mais tecnologia, melhor” é reforçado no e pelo endogrupo, numa tentativa de influenciar a persuadir o receptor. Qualquer posicionamento crítico do sujeito comunicador está ausente, compondo o não dito desta ação discursiva, que apologiza a tecnologia e a põe como uma panaceia para as “grandes” questões da sociabilidade, olvidando-se de que todo aparato tecnológico e as mudanças que redundam dele não impedem o fracasso, a solidão e a incomunicação, pois ser livre e tecnológico não garante, necessariamente, o encontro de si e da alteridade.

4.2 Coca-Cola e o encantado discurso da felicidade

A Coca-Cola é uma das empresas que mais investem em publicidade no mundo e uma das poucas que a realiza com primazia. Há 127 anos, a comunicação da empresa tem evoluído e se valido de “novas” formas de construir seu discurso publicitário, ancorando-o em algo caracteristicamente humano: a cotidianidade. Nesse contexto, compreendemos que o discurso publicitário da Coca-Cola está intrinsecamente ligado a um produto visto como símbolo do capitalismo e do imperialismo da cultura estadunidense, como também de um paradigma da globalização e do consumo, inscrevendo-se em determinada ordem de discurso, “[...] na totalidade de práticas discursivas dentro de uma instituição ou sociedade e o relacionamento entre elas” (FAIRCLOUGH, 1989 apud RAMALHO; RESENDE, 2013, p. 19).

A cena erigida no discurso que analisamos ocorreu em Singapura – tal desenho da lata ainda não está disponível em nossos mercados – e carrega consigo elementos fundamentais: pessoas, interação, paisagem, urbanização, objetos e Coca-Cola, que é responsável por atribuir sentido aos actantes em movimento na publicidade. Nessa ambiência, a Coca-Cola, que é global, também quer ser local. É um produto

internacional e de múltiplas nações, porém, quer parecer nativa nos locais em que se mostra presente, alimentando-se de “ingredientes” que constituem o homem como ser genérico na cotidianidade, haja vista que

Na vida cotidiana, a esmagadora maioria da humanidade jamais deixa de ser, ainda que nem sempre na mesma proporção, nem tampouco com a mesma extensão, muda unidade vital de particularidade e genericidade [...] O fato de se nascer já lançado na cotidianidade continua significando que os homens assumem como dadas as funções da vida cotidiana e as exercem paralelamente. (HELLER, 2000, p. 38).

Nesse sentido, o discurso analisado promove a ideia de partilha e compartilhamento no seio da cotidianidade, vindo ao encontro do espectro de uma sociedade que pode ser construída sob a égide dos relacionamentos, não mais e apenas no individualismo exagerado – como propõe Bauman – propriedade inerente à sociedade coeva; a narrativa mercadológica da Coca-Cola faz funcionar seu discurso permeado pela ideologia do consumo, que é o realizador de atividades humanas universais: pessoas ávidas pela felicidade em uma sociedade infeliz, depressiva e individual, rindo, passeando, se divertindo em restaurantes, ruas, jardins, seja com amigos, família, namorados, conhecidos etc.

A alegria que investe o discurso e se materializa nas ações dos sujeitos da publicidade evidencia, não exatamente o produto, mas a concretização de um sonho possível por meio do consumo: mesmo diante de um sujeito clivado, de identidade instável, frente à avassaladora realidade que solapa os sonhos e o ideário da vida em harmonia – tão difundidos pelas religiões e outras filosofias de vida – Coca-Cola possibilita uma vida distante da “dureza” e desesperança: “Nós podemos e merecemos ser felizes, desde que partilhemos, dividamos e contribuamos com uma sociedade que prime pelos relacionamentos que podem ser construídos via consumo do refrigerante”, o qual promove genuína felicidade, estimula a solidariedade e o viver dialógico e comunitário.

O discurso da Coca-Cola faz circular uma série de posições que lhe outorga à marca a capacidade única de engendrar a felicidade; todavia, essa apenas pode ser desfrutada no consumo da bebida e inexistente fora dele. No afã de informar, o discurso da Coca-Cola faz parecer que não apresenta uma “identidade definida”, o que possibilita a identificação de todos, de diferentes lugares, etnias, raças, idades e tempos.

Entretanto, os valores de onipotência e onipresença que se assemelham a categorias divinas, caracterizam sua identidade. Seu discurso, por ser constituído “ao sabor da hora”, veicula valores positivos à marca e debela/oculta⁶ textos que a

6 Como ocorreu recentemente no Brasil por conta da denúncia de um consumidor sobre o suposto encontro de um rato dentro de uma garrafa de Coca-Cola; em seu posicionamento, a empresa deixa entrever no discurso certo teor de arrogância ao afirmar que seus processos produtivos são realizados com tamanha excelência e um

contradizem. Isto faz da Coca-Cola um instrumento para a produção da felicidade, calcada em imagens arquetípicas de felicidade, refletindo a expressão de emoções, de valores axiológicos e de ideologias, pois, para Bakhtin (1999, p. 41), “o signo reflete e refrata a realidade em transformação”.

As organizações, ao prestarem conta de suas práticas, do *modus operandi* de seu cotidiano e de suas políticas de comunicação, não têm levado em conta a resistência da alteridade frente a suas estratégias sedutoras de incentivo ao consumo, que estão no campo da informação e muito pouco – ou nada – na perspectiva da comunicação, a qual Wolton (2011) acredita ser urgente em uma sociedade cada vez mais conectada: a comunicação é cada vez menos transmissão, pouco compartilhamento, essencialmente negociação e convivência com as diferenças e o contraditório.

Se o discurso compreende a produção de sentido entre interlocutores, entendemos que a ideia de um sujeito passivo e entregue aos mandos e desmandos da comunicação mercadológica e das estratégias comunicativas das organizações, cada vez mais rumamos a uma concepção de consumidor ativo, que se informa e é capaz de ressemantizar as mensagens que são produzidas pelas organizações de diferentes campos de atuação.

Isto posto, as organizações têm investido maciçamente em publicidade, em *marketing*, promoções e adaptam-se às novas demandas da sociedade; com quase metade da população acima do peso⁷, investir em narrativas roteirizadoras da felicidade e do compartilhamento urge como uma tendência, porém, carrega no seu bojo graves antinomias, principalmente no que tange ao discurso que apregoam. Convém ressaltar que na cotidianidade os sujeitos ressignificam determinadas posições corporativas e o eco que as múltiplas “vozes consumidoras” produzem em diferentes suportes midiático-comunicativos.

Baudrillard (1981) afirma que essa força de manipulação oriunda das campanhas publicitárias e propagandísticas não ocorre de modo direto, pois as necessidades não são produzidas “uma a uma” em relação aos respectivos objetos. Não se pode dizer que a publicidade, por exemplo, seja, sozinha, capaz de condicionar um indivíduo ao consumo de um objeto específico, até porque, no caso da Coca-Cola, o consumo é apenas mais um elemento da narrativa, que se ancora no que redundo do produto: felicidade, alegria, paz, diversão, partilha, alteridade e identidade.

A defesa do autor reside na existência de um sistema de necessidades, uma força consumptiva de natureza globalizante que envolve perspectivas psicológicas, sociais, culturais e estruturais mais abrangentes; cabe destacar, na coxia de Fígaro-Paulino (2001), que o sujeito-publicitário não pode ser encarado como um eu rigoroso processo de qualidade e que cada detalhe é analisado com muito cuidado e primazia, deixando as portas abertas para que os consumidores visitem suas fábricas.

7 Consideramos que a ingestão de refrigerantes pode contribuir para esse quadro.

autônomo e autômato, livre no sentido de estar desligado, desprendido do conjunto que é a sociedade.

O sujeito-comunicador não é uma fonte absoluta de significação, capaz de criar e tirar de si mesmo todos os sentidos, pois também é produto da sociedade, das condições, das contradições e pulsões sociais, fato que corrobora nosso pensamento. Notamos que certas produções de comunicação são como são em virtude dos imperativos da sociedade capitalista de consumo, que atua em estruturas inconscientes, levando a publicidade mais à esfera do espírito – característica do chamado *Marketing 3.0* – que de sua essência, que é o consumo: a roteirização da felicidade que ignora os paradoxos de uma sociedade que viceja cada vez mais o “bem”, mas o confunde com o desejo de consumir mais e mais.

4.3 Considerações finais

Os discursos avaliados na matéria institucional e na campanha da Coca-Cola refletem a intensa pressão mercadológica exercida sobre a atuação dos sujeitos-comunicadores. Por mais que eles tentem atuar como profissionais críticos – e recebam essa formação nas instituições de ensino –, acabam envolvidos pela lógica e pela dinâmica do mercado e entram na roda-viva da produção do discurso que prega a eterna felicidade e o otimismo infinito. Por vezes, a criação dos enunciados perpassa coações tão sutis que o profissional sequer percebe o círculo vicioso estabelecido pelo padrão discursivo.

Quando consciente das consequências que a oferta da felicidade inatingível pode causar, por vezes este comunicador tem sua autonomia limitada para amenizar o efeito de certos enunciados. Sabemos, no entanto, que é possível encontrar brechas e circunstâncias que permitam uma atuação crítica do comunicador, explorando a autonomia citada por Morin.

A felicidade e o bem-estar são materializados pelos comunicadores como mercadorias que ganham dimensões próprias e podem ser abertas, divididas, compartilhadas, como se fossem um pedaço de bolo. Seu oposto, a tristeza e o desconforto, fazem parte do não dito nos discursos organizacionais aqui analisados, são obliterados, apagados, relegados à inexistência. Aliás, é improvável localizar enunciados que façam apologia à tristeza, pois esta não interessa à ideologia capitalista e consumista dominante.

No caso da matéria da Telefônica, notamos a forma e a força com que a tecnoideologia é abarcada pelo discurso empresarial. Por mais que o comunicador tente destacar a ideia de que a geração do milênio no Brasil anda preocupada com questões relevantes, as escolhas lexicais, semânticas, retóricas, estilísticas, tópicas e sintáticas revelam o quanto o consumo da tecnologia é importante para manter

essa geração feliz e otimista, ideologia que interessa sobremaneira ao mercado e disfarça os sinais da contradição derivados dos avanços tecnológicos.

Interessante também é observar, na reportagem, a contraposição de interesses entre endogrupos e exogrupos, conforme elucida Van Dijk (2005). As qualidades dos endogrupos são destacadas (e seus defeitos omitidos) e as fraquezas dos exogrupos são expostas (e suas fortalezas, secundarizadas ou escondidas). Destaquemos também a diversidade de vozes que se materializam no discurso do sujeito-jornalista, que traz à arena diferentes posições – polifonia – que dialogam, produzem sentido e constroem um percurso de intencionalidade e de possibilidade de apreensão.

Em relação à análise da campanha do refrigerante, consideramos que a narratividade publicitária da felicidade na peça da Coca-Cola nos leva a uma reflexão acerca da cotidianidade que alimenta o trabalho da comunicação mercadológica, já que constrói o homem naquilo que lhe é mais comum: o cotidiano e os relacionamentos. Destarte, compreender essa produção discursiva não envolve somente “o processamento e a interpretação de informações exteriores, mas também a ativação e uso de informações internas e cognitivas” (Van DIJK, 1999, p. 15).

Entre otimismo, felicidade, comunhão e sorrisos, mais cedo ou mais tarde, o que foi ouvido e compreendido de forma ativa, conforme Bakhtin (1997), encontrará eco em diferentes discursos ou no comportamento ulterior do ouvinte. Este eco estará igualmente na interação polifônica de diferentes produções, de vozes que muitas vezes não falam uma “verdade”, mas servem para enganar, ludibriar, escamotear e seduzir, a partir de um sujeito que acolhe as múltiplas vacilações da significação, já que possui identidades que não são unificadas ao redor de um “eu” coerente – como afirma Hall – senão de identidades contraditórias, empurradas em diferentes direções, de maneira que nossas identificações permaneçam continuamente deslocadas.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

_____. **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. Tradução de Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira. 9. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

FIORIN, José Luiz. Polifonia textual e discursiva. In: BARROS, Diana Luz Pessoa; FIORIN, José Luiz. (Orgs). **Dialogismo, polifonia, intertextualidade**: em torno de Bakhtin. São Paulo: Edusp, 2003.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. São Paulo: Martins Fontes, 1981.

_____. **Simulacros e simulação**. São Paulo: Relógio d'Água, 1991.

_____. A lógica social do consumo. In: _____. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2010. p. 47-99.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

- _____. **Danos colaterais:** desigualdades sociais numa era global. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- COCA-COLA. **Coca-Cola sharing can.** Singapura, 2013. Disponível em: <http://comunicadores.info/2013/08/01/lata-da-coca-cola-que-se-divide-para-compartilhar-felicidade/>. Acesso em: 10 set. 2013.
- FÍGARO-PAULINO, Roseli. **Comunicação e trabalho: estudo de recepção:** o mundo do trabalho como mediação da comunicação. São Paulo: Anita Garibaldi, 2001.
- GALEMBECK, Paulo de Tarso; VEASEY, Camila Bambozzi. O “eu” e o “outro” em diálogos simétricos - projetos Nunc/SP e Nunc/RJ - Parte I e Parte II. **Revista Philologus**, ano 8, n. 24, set/dez 2002. Disponível em: [http://www.filologia.org.br/revista/artigo/8\(24\)12.htm](http://www.filologia.org.br/revista/artigo/8(24)12.htm). Acesso: 25 jun. 2008.
- GERALDI, João Vanderley. **Linguagem e ensino:** exercícios de militância e divulgação. Campinas: ALB/Mercado de Letras, 1996.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2011.
- HELLER, Agnes. **O cotidiano e a história.** 8. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- JACKS, Nilda. Pesquisa de recepção e cultura regional. In: SOUSA, Mauro Wilton (Org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor.** São Paulo: Brasiliense, 1995.
- MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX:** espírito do tempo, neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.
- _____. **A cabeça bem-feita:** repensar a reforma, reformar o pensamento. Tradução de Eloá Jacobina. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2009.
- SOUSA, Mauro Wilton (Org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor.** São Paulo: Brasiliense, 1995.
- PÊCHEUX, Michel; FUCKS, Catharine. **Por uma análise automática do discurso:** introdução à obra de Michel Pêcheux. (Orgs.). Campinas: Ed. Unicamp, 1997.
- RAMALHO, Viviane de Melo; RESENDE, Viviane. **Análise de Discurso crítica.** São Paulo: Contexto, 2013.
- TELEFÓNICA. **Pesquisa da Telefônica revela que geração do milênio brasileira está confiante no futuro do país, preocupada com mudanças climáticas, desigualdade social e educação,** 6 jun. 2013. São Paulo, 2013. 4. p. Disponível em: http://saladeprensa.telefonica.com/documentos/nprensa/0606_Millennials_-_vfinal.pdf. Acesso em: 24 set. 2013.
- THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade:** uma teoria social da mídia. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.
- Van DIJK, Teun A. **Cognição, discurso e interação.** São Paulo: Contexto, 1999.
- _____. **Discurso, notícia e ideologia:** estudos na análise crítica do discurso. Famicção: Campo das Letras, 2005.
- WOLTON, Dominique. **Pensar a comunicação.** Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2004.
- _____. **É preciso salvar a comunicação.** São Paulo: Paulus, 2006.
- _____. **Informar não é comunicar.** Porto Alegre: Sulina, 2011.

UM ESTUDO BIBLIOGRÁFICO SOBRE AS FAKE NEWS NO ÂMBITO DA SAÚDE

Data de aceite: 27/01/2020

Cristina de Fátima de Oliveira Brum Augusto de Souza

Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy
Ribeiro
(UENF)

Lucas Capita Quarto

Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy
Ribeiro
(UENF)

Ademir Hilário de Souza

Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy
Ribeiro
(UENF)

Fábio Luiz Fully Teixeira

Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy
Ribeiro
(UENF)

Fernanda Castro Manhães

Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy
Ribeiro
(UENF)

Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy
Ribeiro

José Fernandes Vilas Netto Tiradentes

UNIG = Universidade Iguazu

RESUMO: O presente estudo tem como objetivo discutir sobre as *fake news* no âmbito da saúde,

por intermédio de uma revisão de literatura. Após a revisão de literatura foi realizado um mapeamento das pesquisas científicas sobre as fake news no âmbito da saúde. A ferramenta utilizada para coleta e análise dos dados foi a bibliometria aplicada na base de dados da Scopus. As informações falsas no contexto da saúde, denominadas *fake news*, representam obstáculos que a sociedade moderna precisa enfrentar, tanto por meio do fortalecimento da relação médico-paciente, quanto pela melhor orientação dos profissionais da saúde no que diz respeito a existências dessas informações.

PALAVRAS-CHAVE: fake news, saúde, bibliografia.

ABSTRACT: The present study aims to discuss false health news through a literature review. After a literature review, a mapping of scientific research on false health news was carried out. One tool used for data collection and analysis was bibliometrics applied to the Scopus database. False information in the health context, called false news, represents the risks that modern society needs, both in strengthening the doctor-patient relationship and in better guiding health professionals regarding the existence of this information.

KEYWORDS: false news, health, bibliography.

1 | INTRODUÇÃO

O termo *fake news* tornou-se evidente com o advento da *internet* sobressaindo sobre as mídias tradicionais, onde no mesmo espaço em que o receptor recebe as informações, este possui a liberdade de produzir e compartilhar as mesmas. Muitos receptores publicam informações verídicas que contribuem com a sociedade, embora outros compartilham informações não fidedignas, denominadas *fake news*, ou seja, informações falsas. As informações são divulgadas de duas formas, diretamente e indiretamente. As informações diretamente divulgadas são aquelas produzidas e publicadas pelo autor principal e as demais por um segundo autor. Quem recebe as informações e compartilha em suas redes sociais, muitas vezes, acredita que esteja compartilhando informações precisas que poderiam estar contribuindo com os amigos virtuais, embora há quem compartilhe informações inverídicas denominadas *fake news*.

As mídias que mais divulgam a *fake news* são o *Facebook* e o *WhatsApp*, pois estão sobre o domínio do próprio autor e são redes sociais digitais mais acessadas atualmente. O termo *fake news* se tornou meramente conhecido no ano de 2016, mediante a campanha presidencial de Donald Trump e Hilary Clinton, pois os eleitores de Donald Trump corroboraram em sua campanha eleitoral produzindo notícias falsas sobre a candidata rival Hilary Clinton, desde então, esse termo é um dos mais conhecidos, tornando-se cada vez mais popular.

Nota-se que os conteúdos contidos nas *fake news* têm influenciado alguns grupos no que diz respeito as questões de saúde no país, como por exemplo: a necessidade de vacinação, uso de medicamentos, procedimentos cirúrgicos etc. O compartilhamento de *fake news* relacionadas a área da saúde, por intermédio de redes sociais, *blogs*, *sites* ou aplicativos de mensagens podem gerar sérias consequências à saúde coletiva e individual. Com isso, a sociedade deve aprender a filtrar as informações, saber identificar a veracidade das informações, principalmente antes de compartilhá-las e denunciar os casos de informações falsas.

Frente a esta realidade, a presente pesquisa tem como objetivo discutir sobre as *fake news* no âmbito da saúde, por intermédio de uma revisão de literatura. A revisão de literatura, por sua vez, é uma metodologia de pesquisa baseada em consulta em materiais relacionados ao assunto publicados em livros, artigos, dissertações ou teses. A revisão de literatura permite que o autor tenha contato com o tema sem a necessidade de realizar uma pesquisa de campo. Após a revisão de literatura foi realizado um mapeamento das pesquisas científicas sobre as *fake news* no âmbito da saúde. A ferramenta utilizada para coleta e análise dos dados foi a bibliometria. A bibliometria foi aplicada na base de dados da Scopus com os seguintes termos de busca: “*Fake AND News AND Health*”.

2 | FAKE NEWS

Sabe-se que os internautas se envolvem em grupos com o mesmo intuito, formando comunidades virtuais. Desse relacionamento virtual surgem as trocas de informações relacionadas a pesquisas na *web*. As informações compartilhadas em meio a esse ambiente virtual nem sempre são verídicas. Vale mencionar que identificar a veracidade de uma informação não é uma tarefa fácil. Os autores Bounegru *et al.* (2017) dizem que para uma informação falsa se tornar uma *fake news* ela precisa mobilizar um grande quantitativo de pessoas, incluindo aliados, reações, testemunhas e partilhas, bem como oponentes para sinalizar, contestar e desmenti-los.

É importante entender o poder influenciador da *fake news* em relação ao internauta. Uma *fake news* interfere no emocional do internauta. O internauta toma uma notícia falsa como verdade, colaborando com a disseminação da mesma (NAZARETH, 2018). É evidente que o internauta procura informações relacionadas a sua área de interesse e quando o mesmo se depara com uma notícia de seu agrado, ele compartilha em suas páginas compactuando com mais informações inverídicas.

As notícias falsas rapidamente se espalham, pois de acordo com Novo (DAVENPORT, 2018, p. 17) “elas são geralmente apelativas emocionalmente, ou reforçam algum ideal político ajudando a reforçar crenças e por isso são amplamente compartilhadas e comentadas antes mesmo que os usuários chequem as fontes das notícias”. Desse modo, pessoas que acreditaram que a notícia seja verdadeira, passam a colaborar com sua disseminação.

É necessário compreender que existem nas redes sociais diversos públicos, de todas as faixas etárias, e que alguns desses públicos são mais propensos as *fakes news*, devido ao seu grau de imaturidade, carências e até pela falta de conhecimento e discernimento (DAVENPORT, 2018). O universo digital é composto por duas tribos: os nativos digitais e os imigrantes digitais. Os nativos digitais são aqueles que nasceram e escreverem em meio aos avanços tecnológicos. De outro lado, os imigrantes digitais são aqueles que não nasceram na era digital. Os nativos digitais possuem mais facilidade em analisar a veracidade das informações, tarefa mais difícil para os imigrantes digitais.

3 | FAKE NEWS E SAÚDE

As pesquisas *online* relacionadas à saúde vem aumentando progressivamente. Muitos pacientes ao receberem um diagnóstico referente a sua saúde ou de seus familiares, ou até mesmo amigos, recorrem ao *google*, *facebook* e grupos de *WhatsApp*, sendo estes apontados os doutores especialistas mais procurados para

consulta *online* (NAZARETH, 2018).

Quando se fala em relação a saúde é evidente que cada indivíduo procura informações que possam contribuir para uma cura ou para manter um corpo saudável, entretanto a *internet* contribui para que haja uma independência em adquirir tais informações, contribuindo para que o internauta torne-se independente da própria medicina e tornando-se gerenciador do seu próprio tratamento, pois muitos usuários da *internet* relatam que em consultório as informações recebidas são muitas vezes insuficientes para os mesmos (MANSO, 2015; MANSO e LOPES, 2017).

As investigações sobre diagnósticos e tratamentos tomaram um novo rumo, surgiu outro caminho para sanar as dúvidas relacionadas a saúde. Sabe-se que com o advento da *internet* as dúvidas tomaram um novo rumo, pesquisas podem ser sanadas por intermédio das tecnologias sobre o adoecimento, entretanto por este fato está modificando a maneira de adoecer, que por consequência, ocasionará certamente mudanças relacionadas aos padrões culturais de adoecimento, destarte mediante ao exposto, as informações tornam-se preocupante (THOMPSON, 1998).

Entretendo podemos afirmar que as redes sociais são de grande valia para população, mas é necessário se atentar que a mesma possui a possibilidade de ser usada tanto para o bem e tanto para o mal (MANSO *et al.*, 2019.) Esse fator é preocupante mediante a possibilidade de haver tratamento específico e com o surgimento da *fake news* cresce o aumento do autodiagnóstico com possibilidades de tratamentos alternativos exposto na web, que nem sempre são para beneficiar o indivíduo. A saúde tornou-se um estado de alerta com a *fake news*. Vieira (2019, p. 3) relata que:

No Brasil, durante o terceiro trimestre de 2018, de acordo com PSafe (2018), no 5º Relatório de Segurança Digital, relativo ao terceiro trimestre de 2018, 46,3% das *fake news* detectadas abordaram o tema política, seguido pelo tema saúde, em segundo lugar, com 41,6% das identificações realizadas.

O uso da *internet* no âmbito da saúde está se tornando uma tendência mundial. Diversos cidadãos pesquisam informações diariamente sobre saúde *on-line* e também publicando conteúdo sobre o tema (NAZARETH, 2018). Os pacientes se envolvem com outros pacientes em comunidades *on-line* nos diversos tipos de mídia social. Quando recebemos um diagnóstico, queremos saber duas coisas: o tratamento e cura. O problema é que as mídias sociais ainda não conseguiram enfrentar as *fake news*.

4 | A EVOLUÇÃO DAS PESQUISAS

Na análise bibliométrica sobre as *fake news* na base de dados da Scopus

encontram-se 3.589 documentos. O primeiro documentado apontado é no ano de 1.976. Nota-se que as pesquisas ganham mais ênfase a partir dos anos 2.000. A Figura 1 apresenta a evolução das pesquisas sobre o assunto no decorrer dos anos.

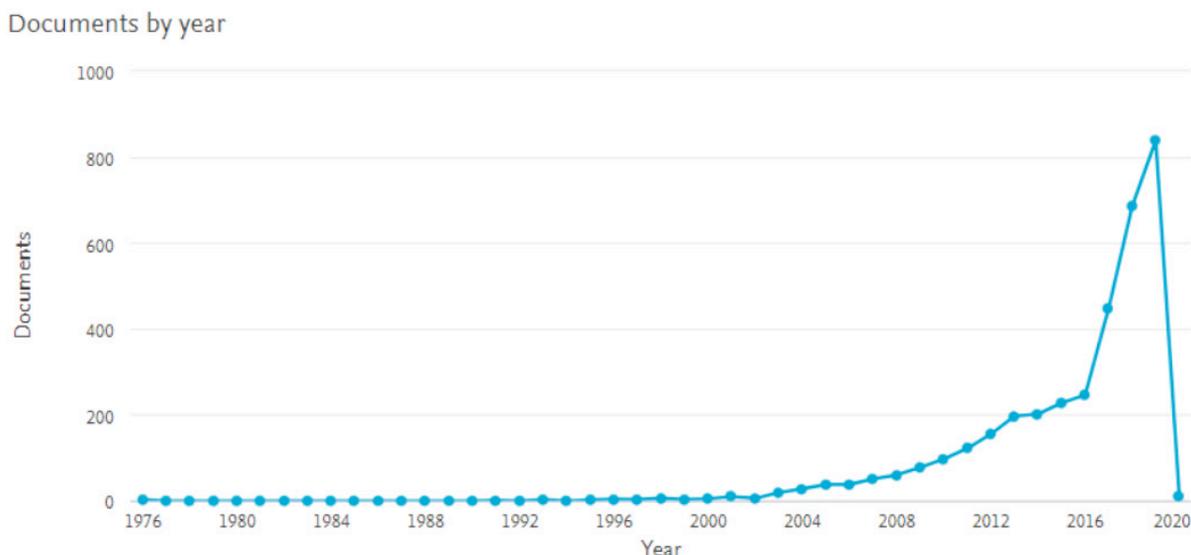


Figura 1 – Documentos por ano

Fonte: Scopus (2019)

A Figura 2 apresenta os países com maior número de pesquisas acerca do assunto. Os Estados Unidos da América é o primeiro do *ranking* com aproximadamente 1.600 publicações. Os Estados Unidos é a maior potência mundial em pesquisas. Salienta-se que o desenvolvimento científico de um país está diretamente relacionado com o seu desenvolvimento econômico.

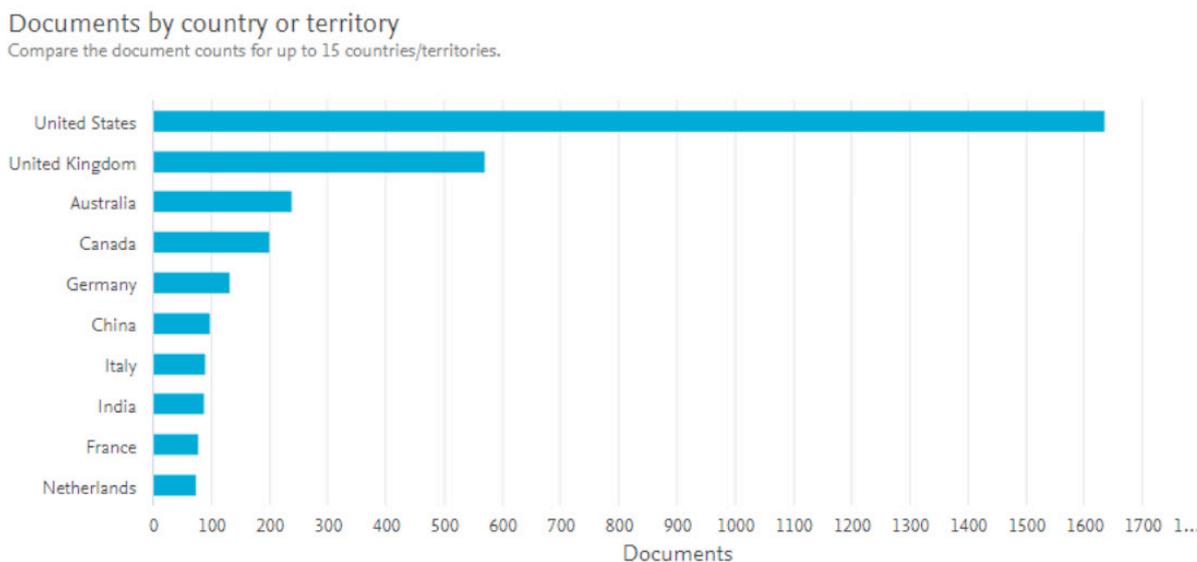


Figura 2 – Documentos por países

Fonte: Scopus (2019)

De acordo com a Figura 3, a área de Ciências Sociais é responsável por 29,8% das produções científicas acerca das *fake news* no âmbito da saúde. Diante do

contexto contemporâneo, em que o conhecimento se tornou um eixo para os poderes econômicos, político e social, o estudo do tema “excelência científica” assumiu suma importância no desenvolvimento de políticas de pesquisa científica em diversos países.

Documents by subject area

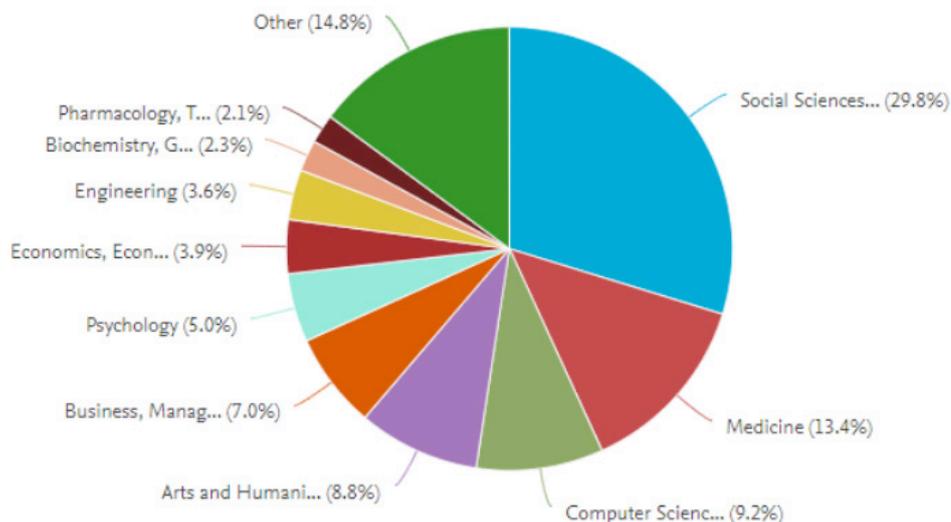


Figura 3 – Documentos por área

Fonte: Scopus (2019)

Menezes (1993, p. 40) a define como: “O conjunto de estudos realizados por pesquisadores de diversas áreas, gerando conhecimento, sendo este aceito pela comunidade científica, e os resultados dos estudos divulgados em veículos de comunicação formal, informal e não convencional”. Segundo Romero e Pastor (2012), a alta intensidade de publicações e a disseminação de novos conhecimentos são umas das características mais relevantes da sociedade moderna. Essa nova fase de desenvolvimento é definida por Santos (2015), como a “sociedade do conhecimento”. As produções científicas permitem o esclarecimento sobre diversas áreas de estudo e pesquisa.

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

A falta de conhecimento de alguns indivíduos sobre o uso de mídias sociais digitais pode afetar drasticamente a veracidade de informações, sobretudo no contexto da saúde. As redes sociais digitais são de grande valia para o compartilhamento de informações, podendo auxiliar no tratamento de algumas patologias e na recuperação de indivíduos, mas, como discutido no trabalho, se as informações não forem checadas podem gerar problemas de ordem social e cultural.

Assim, conclui-se que as informações falsas no contexto da saúde, denominadas

fake news, representam obstáculos que a sociedade moderna precisa enfrentar, tanto por meio do fortalecimento da relação médico-paciente, quanto pela melhor orientação dos profissionais da saúde no que diz respeito a existências dessas informações. Para combater as *fake news*, a sociedade deve se manter atenta, buscando verificar a autoria das informações, a competência do redator da mensagem e data e, sempre que surgir dúvidas em relação à veracidade do conteúdo, os profissionais de saúde devem ser consultados.

REFERÊNCIAS

BOUNEGRU, L.; GRAY, J.; VENTURINI, T.; MAURI, M. A Field Guide to Fake news. **Public ARTIGOS I** 167, 2017.

DAVENPORT, L. Aumento das fake news põe em risco os pacientes com câncer. **Lancet Oncology**, Medscape, Estados Unidos da América (EUA), Nova York (NY), p. 19-1135, 10 out. 2018.

MANSO, M.E.G. **Saúde e doença**. São Paulo, Max Limonad, 2015.

MANSO, M.E.G, LOPES, R.G.C. Idosos vivenciando o diabetes nas redes sociais. **Revista Portal de Divulgação**, v.53, p. 63-68, 2017.

MANSO, M. E. G.; VALLADA, I. B. P.; HLUCHAN, K.; OSHIRO, L.V. S. Fake News e Saúde da Pessoa Idosa. **Rev. Longeviver**, Ano I, n. 2, Abr/Maio/Jun, São Paulo, 2019.

MENEZES, E. M. **Produção científica dos docentes da Universidade Federal de Santa Catarina: análise quantitativa dos anos de 1989 e 1990**. 1993, 122 p. Dissertação (Mestrado). Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Departamento de Pós-Graduação em Biblioteconomia. Campinas, 1993.

NAZARETH, R. T. Saúde e mídia social: As fake news que matam. **UNISANTA LAW AND SOCIAL SCIENCE**; VOL. 7, No 3, pp. 593 - 604, 2018.

ROMERO, J.; PASTOR, J. M. Las Universidades Espanolas Bajo La Influencia De Los Rankings. **Regional and Sectorial Economic Studies**, v. 12, n. 3, 2012.

SANTOS, G. C. Análise Bibliométrica dos Artigos Publicados como Estudos Bibliométricos na História do Congresso Brasileiro de Custos. **Pensar Contábil**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 62, p. 4 – 13, 2015.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 5 ed. Petrópolis: Vozes, 1998.

VIEIRA, L. M. V.; SILVA, N. R.; CORDEIRO, D. F. Análise descritiva das fake news da saúde através de mineração de textos no Portal da Saúde. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. **Anais.. XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste**, Goiânia, 2019.

FINANCIAMENTO COLETIVO ONLINE PARA POTENCIALIZAR AS LEIS DE INCENTIVO FISCAL: UM MODELO DE CULTURA PARTICIPATIVA

Data de aceite: 27/01/2020

Data de submissão: 10/12/2019

Larissa Gaspar Coelho Pinto

Faculdade CesusC

Florianópolis – Santa Catarina

<http://lattes.cnpq.br/2515662958996609>

Maria José Baldessar

UFSC

Florianópolis – Santa Catarina

<http://lattes.cnpq.br/4838614492836820>

RESUMO: Este artigo investiga a prática do financiamento coletivo por meio das leis de incentivo fiscal federais em ambientes digitais e tem como referencial teórico conceitos de Pierre Lévy e Henry Jenkins como cibercultura, cultura participativa e inteligência coletiva. O objetivo é comparar os dois mecanismos e demonstrar como podem operar em sinergia na captação de recursos para projetos que resolvem problemas coletivos. O artigo também levanta questionamentos quanto à cultura da doação no Brasil, aponta as principais dificuldades e, a partir disso, sugere um modelo ideal de plataforma colaborativa que possa atuar como ferramenta para conscientizar os cidadãos sobre as leis de incentivo fiscal e promover o empoderamento social.

PALAVRAS-CHAVE: cultura participativa;

financiamento coletivo; cibercultura; leis de incentivo fiscal

ONLINE CROWDFUNDING TO ENHANCE TAX INCENTIVE LAWS: A PARTICIPATIVE CULTURE MODEL

ABSTRACT: This paper investigates the crowdfunding practice through federal tax incentive laws in digital environments and has as theoretical framework Pierre Lévy and Henry Jenkins concepts such as cyberculture, participative culture and collective intelligence. The goal is to compare these two mechanisms and demonstrate how they can operate in synergy in fundraising for projects that solve collective problems. The article also raises questions about the culture of giving in Brazil, points out the main difficulties and suggests an ideal model of collaborative platform that can act as a tool to make citizens aware of tax incentive laws and promote social empowerment.

KEYWORDS: participative culture; crowdfunding; cyberculture; tax incentive laws

1 | INTRODUÇÃO

A internet e a tecnologia oportunizam um ambiente de comunicação diferenciado e vêm transformando as formas de produção,

consumo, compartilhamento e relacionamento da sociedade. A expansão das funcionalidades do ciberespaço com a Web 2.0 - como os blogs, redes sociais e ferramentas colaborativas -, tornou possível a configuração de um novo padrão de consumo e de uma produção cultural baseada na participação do consumidor, algo que já é característico do mundo atual.

Castells (1999) afirma que o processo de formação e difusão da internet moldou de forma definitiva a cultura de seus usuários e os padrões de comunicação. De acordo com ele, o que caracteriza o novo sistema de comunicação é sua capacidade de inclusão e abrangência de todas as expressões culturais.

O ciberespaço permite a emergência de diversos tipos de comunidades, que interagem e articulam-se de acordo com os seus interesses, transformando seus territórios em uma poderosa ferramenta para diferentes fins. Lévy (2000) define a internet como parte da cibercultura, a qual pode ser compreendida como as técnicas materiais e intelectuais, as atitudes, os pensamentos e valores que se desenvolvem conjuntamente no crescimento do ciberespaço. É no ciberespaço onde se reúnem os instrumentos da inteligência coletiva; eles funcionam como suportes desta.

Cunhada pelo ciberteórico Pierre Lévy, a expressão inteligência coletiva caracteriza uma inteligência distribuída por toda parte, que visa ao reconhecimento das habilidades que se distribuem nos indivíduos, a fim de coordená-las para serem usadas em prol da coletividade. Ela é apresentada como um dos principais motores da cibercultura e pode ser observada como uma maneira de produção da humanidade, que atua favorecendo a rede digital universal. (LÉVY, 2000).

Ainda de acordo com Lévy (2012), à medida que as funções que compõem a cognição humana são potencializadas pelos sistemas técnicos, elas podem ser melhor compartilhadas. Por isso, a evolução cultural do homem pode ser entendida como um processo de crescimento da inteligência coletiva, e a Web pode ser mais uma etapa dessa evolução.

Jenkins (2009) demonstra que o consumo tornou-se um processo coletivo – e é isso o que se entende por inteligência coletiva: “Nenhum de nós pode saber tudo; cada um de nós sabe alguma coisa; e podemos juntar as peças, se associarmos nossos recursos e unirmos nossas habilidades” (JENKINS, 2009, p.30).

Jenkins, Green e Ford (2014) reforçam que a sociedade vive um modelo híbrido de circulação da informação com forças tanto de cima para baixo quanto de baixo para cima, que determinam como um material é compartilhado pelas culturas e entre elas, de maneira cada vez mais “participativa” e através de uma vasta variedade de ferramentas de comunicação online para facilitar o compartilhamento informal e instantâneo.

Esta nova característica do consumo e produção facilita a geração de um capital social, no qual os membros sentem algum grau de ligação mútua e contrasta

com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação - é a cultura participativa.

Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. (JENKINS, 2009, p.30)

Como uma manifestação típica da cibercultura, potencializada pela cultura participativa e que aproveita da inteligência coletiva dos indivíduos para gerar um capital social, o *crowdfunding* ou financiamento coletivo, tema deste artigo, é impulsionado pelas novas tecnologias do ciberespaço e tido como uma possibilidade de concentrar a força da multidão numa causa comum: a realização de projetos de cunho social.

Além disso, o financiamento coletivo pode ser considerado uma ferramenta de empoderamento social, sobretudo no campo das leis de incentivo fiscal, já que estas são uma forma de o cidadão gerir recursos públicos, por meio do redirecionamento de impostos.

2 | FINANCIAMENTO COLETIVO E CULTURA PARTICIPATIVA

A cibercultura é o que permite a criação e existência de modos de fazer como o *crowdfunding*. (LÉVY, 2000). A internet, há tempo, tem sido um lugar para a cultura participativa prosperar, mas no começo dos anos 2000, pela primeira vez, viu-se uma onda de interesse por parte das organizações para alavancar a inteligência coletiva das comunidades online, para atender às metas de negócios, melhorar a participação pública na governança, desenvolver produtos e resolver problemas coletivos.

O *crowdfunding* ou financiamento coletivo só é possível devido ao poder colaborativo da internet, fortalecido pela Web 2.0 e suas tecnologias. Este mecanismo faz parte de um sistema mais amplo, denominado *crowdsourcing*. Brabham (2013) considera *crowdsourcing* toda história de cooperação, agregação, trabalho em equipe, consenso e criatividade.

É um novo arranjo para fazer o trabalho, mas também é um fenômeno onde, quando as condições são certas, grupos de pessoas podem superar especialistas individuais, pessoas de fora podem trazer novos *insights* para problemas internos e pessoas geograficamente distantes podem trabalhar juntas para produzir políticas e projetos que são importantes para a maioria. (BRABHAM, 2013. p.1, tradução nossa)¹

¹ “It is a new arrangement for doing work, but it also is a phenomenon where, when the conditions are right, groups of people can out-perform individual experts, outsiders can bring fresh insights to internal problems, and geographically dispersed people can work together to produce policies and designs that are agreeable to most.”

Howe (2006) destaca que o *crowdsourcing* depende da contribuição do público para acontecer, pois promove um ambiente de tomada de decisão coletiva, permitindo que as empresas se conectem com seu público e com clientes em potencial, e possibilita a criação de uma relação direta e até uma ligação sentimental com os usuários dessa rede colaborativa. De acordo com ele, existem quatro categorias básicas de *crowdsourcing*: a inteligência coletiva, a criação pelo público, preferências do público e o financiamento coletivo ou *crowdfunding*.

O financiamento coletivo pode ser entendido como um modelo de criação e/ou produção baseado em redes de conhecimento coletivo na internet, que se manifesta em pequenas contribuições financeiras de um grande número de pessoas para pequenos empreendimentos. O termo surge da fusão da expressão “*crowd*”, grupo, multidão, e “*funding*”, financiamento - uma forma de financiamento que se origina na multidão.

Essa nova realidade, composta por comunidades e engajamento numa causa comum, é típica da cultura participativa, em que os apoiadores/consumidores se transformam em colaboradores, isto é, pessoas responsáveis por uma parte do processo de produção. Os consumidores que possuem o papel de produtores são conhecidos como *prosumers*.²

Se os antigos consumidores eram tidos como passivos, os novos consumidores são ativos. Se os antigos consumidores eram previsíveis e ficavam onde mandavam que ficassem, os novos consumidores são migratórios, demonstrando uma declinante lealdade a redes ou a meios de comunicação. (JENKINS, 2009, p.46)

Estes novos consumidores não querem consumir de modo passivo, eles preferem participar do desenvolvimento e da criação de produtos que são significativos para eles. Atualmente, os indivíduos têm o poder de se conectar livremente em redes de colaboração para produzir, avaliar e financiar bens de uma maneira mais efetiva.

Para Brabham (2013), os elementos-chave para o *crowdsourcing* são: 1. Uma organização que tem uma tarefa que precisa ser realizada; 2. Uma comunidade (multidão) que esteja disposta a realizar a tarefa voluntariamente; 3. Um ambiente online que permita que o trabalho ocorra e a comunidade interaja com a organização e 4. Benefício mútuo para a organização e a comunidade.

Por meio desta definição, é possível classificar plataformas colaborativas brasileiras como Catarse, Kickante, Benfeitora, Queremos e Juntos.com.vc, entre outras, como plataformas de *crowdfunding*, já que conectam pessoas e organizações num ambiente online, facilitando transações financeiras e gerando benefício mútuo.

De acordo com o levantamento Mapa do *Crowdfunding*, em 2015 o Brasil contava

² O termo cunhado por Toffler (1980) em *The Third Wave* deriva da união de duas palavras que em um primeiro momento são antagônicas, produtor e consumidor (Produtor – Producer; Consumidor – Consumer). Esses consumidores além de interferirem na forma de produção, também poderiam customizar seus produtos.

com mais de 40 sites de financiamento coletivo, com fins diversos e predominância de plataformas multitemáticas. Nestas plataformas, existe um senso de comunidade e de responsabilidade, em que os agentes que contribuíram para o projeto estão focados em sua realização a tal ponto que se tornam multiplicadores daquela causa.

Já os empreendedores de projetos veem as plataformas de financiamento coletivo como uma possibilidade de expandir a captação de recursos, pois elas permitem que pessoas comuns contribuam para a iniciativa. É o poder da multidão refinando e definindo os caminhos de acesso ao mercado. Historicamente, as plataformas de financiamento coletivo surgiram como formas alternativas de captação de recursos, uma vez que as formas tradicionais oferecidas pelo governo, como as leis de incentivo fiscal não englobavam todos os tipos de projeto.

Por vivenciarem problemas como a centralização de aplicação de recursos em algumas regiões e em projetos de artistas renomados, como a perpetuação do monopólio dos grandes proponentes, os empreendedores passaram a utilizar as plataformas colaborativas como alternativa para democratizar o acesso ao capital e financiar suas ideias. No entanto, antes de condenar as leis de incentivo fiscal é necessário entender seu funcionamento, visto que elas possuem grande potencial de manifestação da cultura participativa em ambientes digitais, de engajamento cívico e empoderamento social.

3 | LEIS DE INCENTIVO FISCAL

O incentivo fiscal é um instrumento usado pelo governo para estimular atividades específicas por prazo determinado. Nelson (2018) destaca que os incentivos fiscais podem ser considerados como desonerações tributárias de caráter provisório determinado por lei que podem se manifestar nas dimensões da despesas e/ou receitas públicas.

Na prática, o poder público abre mão de uma parte dos recursos que receberia para incentivar a realização de iniciativas sociais, culturais, educacionais, de saúde e esportivas, em benefício da sociedade. O investidor, seja empresa ou pessoa, pode escolher a destinação de uma parte dos impostos que já seriam pagos para apoiar causas que se identifica, podendo acompanhar sua execução.

Atualmente, pessoas físicas e jurídicas têm à disposição mecanismo de Renúncia fiscal federais, estaduais e municipais com diferentes regras. Em troca do aporte de recursos, as empresas obtêm contrapartidas dos apoiados [como] ganho de imagem, por meio da associação da companhia a projetos positivos e transformadores executados no País. (INTERFARMA, 2014, p.3)

à Cultura, comumente denominada Rouanet, foi criada em 1991. A partir dela, novas leis que permitem a destinação de impostos devidos nas esferas federal, estaduais e municipais foram surgindo. Apesar de existirem diversas leis de incentivo, neste artigo decidiu-se por tratar apenas das leis federais, cujas deduções são feitas a partir do Imposto de Renda (IR).

Atualmente, existem seis leis de incentivo fiscal federais que permitem que empresas tributadas em lucro real destinem até 9% do IR e as pessoas que declaram Imposto de Renda pelo modelo completo destinem até 8% do IR devido para projetos aprovados. A figura abaixo mostra de forma esquemática as leis de incentivo fiscal federais e suas causas.



Figura 1: Leis de incentivo fiscal X Causas

Fonte: Incentiv.me e adaptado pela autora

1) Lei Federal de Incentivo à Cultura – A lei nº 8.313/1991 instituiu o Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC) e estabeleceu as políticas públicas para a cultura nacional.

2) Lei do Audiovisual – A Lei nº 8.685/1993 criou mecanismos de fomento à atividade audiovisual brasileira, permitindo que projetos audiovisuais aprovados pela Agência Nacional do Cinema (Ancine) sejam incentivados por pessoas e empresas. Esse incentivo compete com o incentivo previsto pela Lei Federal de Incentivo à Cultura, ou seja, eles não são acumulativos.

3) Lei de Incentivo ao Esporte – A Lei nº 11.438/2006 estabeleceu incentivos e benefícios para fomentar atividades de caráter desportivo e paradesportivo. Este benefício não compete com outros incentivos fiscais.

4) PRONAS/PCD e PRONON - A Lei nº 12.715/2012 instituiu o Programa Nacional de Apoio à Atenção da Saúde da Pessoa com Deficiência (PRONAS/

PCD) e o Programa Nacional de Apoio à Atenção Oncológica (PRONON) implantados pelo Ministério da Saúde para incentivar ações e serviços desenvolvidos no campo da oncologia e da pessoa com deficiência. Esses incentivos não competem com os outros e nem entre si.

5) Fundo Nacional para a Criança e o Adolescente (FIA) - A Lei nº 8.242/1991 criou o Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda) e instituiu o FIA. Os Conselhos estaduais e municipais são regulados pelos seus respectivos entes, observadas as diretrizes nacionais, contudo, devido ao fato da dedução ocorrer no Imposto de Renda, que é imposto de competência federal, considera-se que os incentivos para os Fundos estaduais e municipais sejam produto de uma lei federal.

6) Fundo Nacional do Idoso - A Lei nº 12.213/2010 instituiu o Fundo Nacional do Idoso, gerido pelo Conselho Nacional dos Direitos da Pessoa Idosa (CNDI). O sistema de deduções é semelhante ao do FIA.

No ciberespaço, as pessoas são membros participativos da esfera pública, engajam-se e multiplicam uma causa em que acreditam, atuando como *prosumers*. Nesse sentido, Pierre Lévy (2011, p. 66) considera as redes como um possível espaço “de uma nova forma de democracia direta em grande escala”.

Contudo, é necessário refletir se a cibercultura sozinha é capaz de formar um indivíduo emancipado e se o ciberespaço é suficiente como instrumento de formação de agentes da transformação social. Apesar de ser possível engajar-se numa causa e os suportes estarem disponíveis para uso da população, quando se fala em leis de incentivo fiscal no Brasil falta conscientização e engajamento cívico.

A cultura de doação de um país é um indício da maturidade e evolução da consciência coletiva de uma sociedade. Entende-se que quanto mais elevada é a cultura de doação de um país, mais pessoas possuem o entendimento de sua responsabilidade na transformação da sociedade. A pesquisa “*Country Giving Report 2017 – Brasil*”, realizada pela *Charities Aid Foundation*, mostrou que a maioria da população gostaria de se engajar em causas sociais, mas não possuem dinheiro extra ou tempo para doar. Além disso, a falta de conhecimento e a burocracia do processo de doação impactam diretamente na pouca utilização das leis de incentivo pelos brasileiros.

A maioria absoluta da população brasileira apta a redirecionar Imposto de Renda desconhece a existência deste benefício, o que se reflete na baixa participação social desse instrumento de política pública. Dos projetos aprovados em leis de incentivo fiscal, mais de 50% não são realizados por falta de captação de recursos. Apenas 3,4% das empresas de lucro real, aptas a utilizarem leis federais, já aportaram na Lei Federal de Incentivo à Cultura. De acordo com o relatório “Grandes Números IRPF – Ano-Calendário 2017, Exercício 2018”, elaborado pela Receita Federal, cerca

de 12,3 milhões de brasileiros declaram Imposto de Renda pelo modelo completo e, portanto, enquadram-se no perfil de utilização das leis de incentivo fiscal - um potencial de arrecadação de R\$ 9,3 bilhões.

No entanto, apenas R\$ 130 milhões deste potencial foi aproveitado naquele ano, ou seja 1,4%, dos quais R\$ 60 milhões foram destinados ao Fundo para Infância e Adolescência, R\$ 40 milhões para a Lei Federal de Incentivo à Cultura, R\$ 10 milhões para o Fundo do Idoso, R\$ 10 milhões para a Lei de Incentivo ao Esporte e R\$ 10 milhões para o PRONON.

Tais dados mostram o imenso potencial inexplorado na captação de recursos via leis de incentivo, com ênfase para a captação com pessoa física, modelo similar ao *crowdfunding* convencional: um grande número de pessoas investem pequenas quantias, que juntas são suficientes para execução de determinado projeto. Contudo, ainda que a burocracia e a falta de informação sejam alguns dos empecilhos para utilização das leis de incentivo, o engajamento com pessoa física vem aumentando no decorrer dos anos, como mostra a figura a seguir.

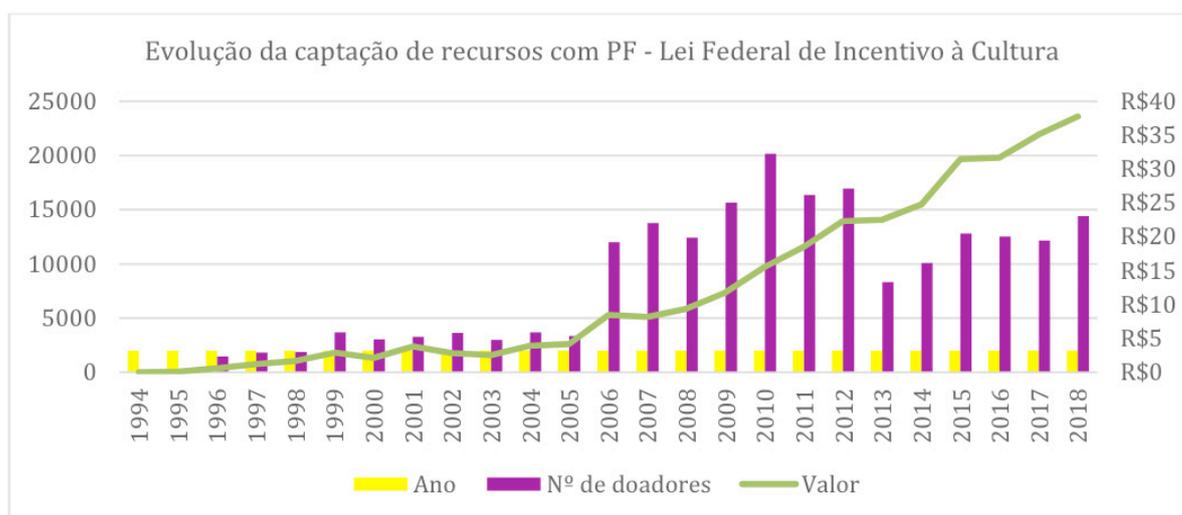


Figura 2: Evolução da captação de recursos com pessoa física via Lei Federal de Incentivo à Cultura entre 1994 e 2018

Fonte: Gráfico elaborado pela autora com dados do Salicnet

Num período de 24 anos, o redirecionamento de impostos por pessoa física passou de R\$ 0 para quase R\$ 40 milhões, mesmo com toda a burocracia envolvida: 1) Declarar IR pelo modelo completo; 2) Simulação do imposto devido e o valor que entraria no limite de dedução, respeitando 8% de redirecionamento; 3) Escolher um projeto aprovado em lei de incentivo fiscal e fazer o incentivo até o último dia do ano fiscal corrente; 4) No ato de preenchimento da declaração do IR, informar o incentivo ao projeto escolhido na ficha “Doações Efetuadas”.

Uma das soluções para que as pessoas se sintam mais engajadas em redirecionar seus impostos seria a educação acerca das leis de incentivo fiscal,

mostrando o processo de ponta a ponta. Henriques e Lima (2014) afirmam que os públicos exercem um papel fundamental ao se sentirem empoderados pelas possibilidades de participação ativa no processo produtivo e ao acionarem seu potencial de compartilhamento (de baixo custo e feito com facilidade pelo ciberespaço). “Os públicos parecem mesmo alçados a um papel protagonista no processo e não mais acessório” (HENRIQUES E LIMA, 2014, p.65)

Tal participação pode ser ainda mais empoderadora no campo das leis de incentivo fiscal, pois além de permitirem a cultura participativa, são uma forma de engajamento cívico. De acordo Depin (2019), o sentimento de pertencimento à comunidade e o estímulo à participação de ações locais, provocados pelas leis de incentivo, estabelecem uma relação de confiança entre as pessoas. Esses laços de confiança, por sua vez, são fatores essenciais para a formação do capital social.

O capital social é o primeiro passo para o engajamento de redes, que resultam na coprodução do bem público, quando diversos atores da sociedade trabalham juntos na produção do bem comum. Onde há coprodução do bem público, há também a participação cidadã e o efetivo exercício da cidadania empodera o indivíduo e suas comunidades: é a manifestação do poder local. (DEPIN, 2019, p.60)

Dessa forma, as leis de incentivo fiscal, ao permitirem a gestão de parte dos impostos feita diretamente pela sociedade, promovem o protagonismo cidadão e conseqüentemente, o empoderamento social – a força da multidão.

4 | A POSSIBILIDADE DE REFORÇO MÚTUO

Lemos e Lévy (2010) destacam que a cibercultura favorece os processos de inteligência e aprendizagem coletivas rumo à ciberdemocracia. A computação social da Web 2.0 reflete esses pressupostos, pois permite a democratização e aproveita da tecnologia para gerar impacto social. É neste espaço público que se faz possível pensar em financiamento coletivo por meio das leis de incentivo fiscal., uma vez que a força motriz de ambos os métodos é idêntica: a produção de iniciativas nacionais.

Bier e Cavalheiro (2015) entendem que ambos os métodos possuem o potencial de reforço mútuo, pois permitem aportes por parte de pessoas e empresas e utilizam de plataformas virtuais capazes de abrigar os diversos tipos de empreendimentos culturais.

Caso houvesse a participação massiva da população brasileira, a utilização da Lei Rouanet se aproximaria sobremaneira da realidade do financiamento do *Crowdfunding*. A diferença residiria na utilização do imposto de renda como origem das pequenas contribuições individuais. (BIER E CAVALHEIRO, 2015, p.40)

Ao mesmo tempo em que as leis de incentivo possuem limitações como

morosidade, burocracia e interferência estatal, as plataformas de *crowdfunding* também possuem deficiências. A maioria delas tem foco em projetos pequenos e culturais, sem apoio gerencial ou controle, em que o suporte se limita à captação de recursos. Contudo, nas leis de incentivo fiscal existe monitoramento do Estado, pois tratam-se de recursos públicos.

Ainda que sejam vistas como formas de captação de recursos distintas, as leis de incentivo e o financiamento coletivo possuem grande potencial de serem canais complementares. Isso porque os dois modelos possuem o mesmo público-alvo e fomentam o financiamento a causas semelhantes.

De acordo com o Retrato Financiamento Coletivo no Brasil, elaborado pelo Catarse em 2014, 74% das pessoas que fizeram uma doação via financiamento coletivo possuem ensino superior completo e renda maior que R\$ 6 mil mensais, 26% é funcionário de empresa privada e 18% é empreendedor/dono de empresa. Este público tem o mesmo perfil de quem faz a declaração do Imposto de Renda pelo modelo completo, e portanto estaria apto a aportar nas leis de incentivo fiscal.

Além disso, os níveis e contextos de participação de proponentes e organizações variam e até mesmo se complementam. Enquanto os primeiros costumam participar mais ativamente em plataformas de *crowdfunding* “tradicionais”, as organizações possuem mais contato com políticas públicas como as leis de incentivo fiscal.

A burocracia envolvida no processo de doação via leis de incentivo fiscal é outro empecilho que poderia ser solucionado – ou pelo menos melhorado – caso o financiamento coletivo incluísse o mecanismo de incentivo fiscal. Isso porque parte dos trâmites burocráticos que são de responsabilidade do contribuinte interessado em redirecionar seu imposto seriam absorvidos pelas plataformas de financiamento coletivo.

Informações como estas mostram que o financiamento coletivo e as leis de incentivo fiscal podem operar em sinergia. Por isso, Bier e Cavalheiro (2015) modelaram uma organização virtual de *crowdfunding* capaz de fomentar a interação dos níveis de participação em prol da melhoria na captação de recursos por leis de incentivo fiscal.



Figura 4: Modelo de Gestor Virtual

Fonte: Bier e Cavalheiro (2015)

De acordo com os autores, o “Gestor Virtual” deveria beneficiar os seus participantes (empreendedores culturais, Estado, organizações e sociedade) de forma ampla, motivá-los a interagir, assim como fomentar a emancipação da sociedade civil tanto na definição dos destinos dos recursos públicos quanto da efetivação das políticas públicas.

Bier e Cavalheiro citam a Lei Federal de Incentivo à Cultura, mas não abordam a captação de recursos via “Gestor Virtual” com outras leis de incentivo, que igualmente à Rouanet utilizam o Imposto de Renda. Vale destacar que, da mesma forma que é possível destinar imposto para um projeto de cultura via renúncia fiscal, também é possível fazê-lo para as outras leis supracitadas, respeitando o potencial de 8% do IR devido.

Até então, o modelo de “Gestor Virtual” de Bier e Cavalheiro não existia, mas num contexto de novas possibilidades de participação ampliadas pelas tecnologias digitais, é tangível transformar os modos de produção e consumo e as interações comunicativas e culturais. Sendo assim, plataformas de financiamento coletivo especializadas em leis de incentivo já são uma realidade no Brasil, inclusive fazendo a gestão de recebimento de propostas de projetos, captação de recursos, execução de projetos e prestação de contas – processos que não fazem parte do modelo convencional de *crowdfunding*.

Como exemplo, é possível citar Simbiose Social, Clube do Patrocínio, Quero Incentivar, Incentiv.me e Patron.art. Da mesma forma que o financiamento coletivo convencional, estas plataformas impulsionam a cultura participativa ao mesmo tempo em que promovem o empoderamento social e a liberdade de escolha com custo zero, por meio do redirecionamento de impostos.

Para Lévy (1996), a virtualização tem ampliado a participação cidadã com a

criação de iniciativas governamentais e autônomas, que incentivam o engajamento do usuário em questões de interesse público. Hoje é possível que os próprios cidadãos assumam problemas de âmbito público, engajando diversos setores da sociedade para alcançar objetivos comuns e compartilhados.

A atuação cidadã em prol de projetos que resolvem problemas coletivos é ampliada e reforçada e essa característica é um dos norteadores do princípio da democracia moderna, a ciberdemocracia. Ou seja, essas pessoas se tornam multiplicadores (quando divulgam para a própria rede) ou padrinhos (quando emprestam sua imagem para potencializar o alcance de uma iniciativa) de uma causa, um campo de atuação que difere de quem cria (proponentes) ou incentiva (patrocinadores) um projeto por meio das leis de incentivo.

Por meio da tecnologia e instrumentos da ciberdemocracia, o “Gestor Virtual” de Bier e Cavaleiro evoluiria para “Plataforma colaborativa de impacto social”, que englobaria todos os agentes do ecossistema das leis de incentivo fiscal, conforme demonstra a figura abaixo.

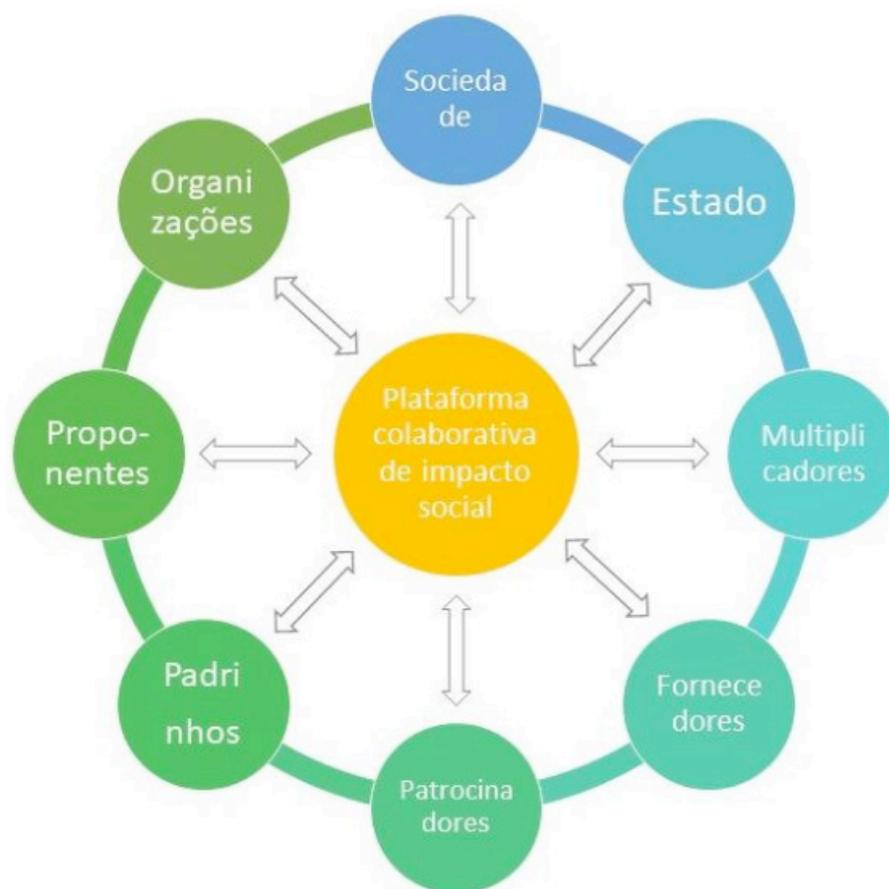


Figura 5: Modelo ideal de plataforma colaborativa

Fonte: Elaborado pela autora

A “Plataforma colaborativa de impacto social” também motivaria os agentes a interagir e fomentaria a emancipação da sociedade. Contudo, ela iria além: integraria

as possibilidades de cultura participativa e inteligência coletiva, fazendo com que as pessoas se sentissem parte da comunidade, estabelecessem uma relação de confiança e promovessem o capital social através do engajamento das redes – a força da multidão.

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atualmente, na era da cibercultura em que se vive, que permite novas formas de colaborar, o *crowdfunding* certamente surge como um modo de fazer que se aproveita do potencial da cultura participativa e da inteligência coletiva. Neste momento, é necessário que a sociedade compreenda que existe uma possibilidade de empoderamento em aberto, de participação e cooperação mútua em processos antes restritos e isolados a determinados agentes.

As plataformas de financiamento coletivo por meio de leis de incentivo fiscal possuem papel fundamental neste contexto, na medida em que estimulam a conexão entre todos os agentes do ecossistema das leis de incentivo: a sociedade civil, organizações sociais, o Estado, os fornecedores, os proponentes, os patrocinadores, os multiplicadores e os padrinhos.

Com foco na dinamização do compromisso conjunto de construção do bem-estar social, estes aparatos tecnológicos, típicos da cibercultura, são capazes de viabilizar a gestão conjunta da aplicação dos recursos públicos e ainda mais: potencializam o poder da multidão na realização de projetos que resolvem problemas coletivos.

Se no modelo de financiamento coletivo a participação ativa dos *prosumers* no processo produtivo já é possível, cabe ao público empoderar-se também pelas possibilidades da cultura participativa na gestão de recursos públicos e tornar-se protagonista do modelo de financiamento coletivo por meio das leis de incentivo fiscal, acompanhando o impacto social gerado pelos projetos que incentiva e monitorando a aplicação do recurso proveniente do imposto que paga.

Torna-se cada vez mais importante aprimorar tais mecanismos para que operem de maneira conjunta em prol da conscientização acerca das leis de incentivo fiscal e do crescimento do protagonismo cidadão – e, por consequência, de uma sociedade mais justa e solidária.

REFERÊNCIAS

BIER, C. A.; CAVALHEIRO, R. A. **Lei Rouanet x Crowdfunding: fomentando os Empreendimentos Culturais**. Revista Pensamento Contemporâneo em Administração, v. 9, n. 2, p. 30-47, 2015. Disponível em <<http://periodicos.uff.br/pca/article/view/11212/pdf>> Acesso em 04 jun. 2019.

BRABHAM, D. C. **Crowdsourcing as a model for problem solving an introduction and cases**. Convergence: the international journal of research into new media technologies 14.1: 75-90, 2008a

BRASIL. LEI Nº 8.313, DE 23 DE DEZEMBRO DE 1991. Lei Rouanet - **Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac)**. Brasília, DF, dez 1991. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8313cons.htm> Acesso em: 20 jun. 2019.

BRASIL. LEI Nº 8.685, DE 20 DE JULHO DE 1993. **Lei do Audiovisual**. Brasília, DF, jul 1993. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8685.htm> Acesso em: 20 jun. 2019.

BRASIL. LEI Nº 11.438, DE 29 DE DEZEMBRO DE 2006. **Lei de Incentivo ao Esporte**. Brasília, DF, dez 2006. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Lei/L11438.htm> Acesso em: 20 jun. 2019.

BRASIL. LEI Nº 12.715, DE 17 DE SETEMBRO DE 2012. **Programa Nacional de Apoio à Atenção Oncológica e o Programa Nacional de Apoio à Atenção da Saúde da Pessoa com Deficiência**. Brasília, DF, set 2012. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2012/Lei/L12715.htm. Acesso em: 20 jun. 2019.

BRASIL. LEI Nº 8.242, DE 12 DE OUTUBRO DE 1991. **Fundo Nacional para a criança e o adolescente (FIA) e Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda)**. Brasília, DF, out 1991. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8242.htm> Acesso em: 20 jun. 2019.

BRASIL. LEI Nº 12.213, DE 20 DE JANEIRO DE 2010. **Fundo Nacional do Idoso**. Brasília, DF, jan 2010. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Lei/L12213.htm> Acesso em: 20 jun. 2019.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. 1

DEPIN, Nadine Mattos. **Leis municipais de incentivo fiscal para projetos socioculturais: uma cartilha para os vereadores**. 2019. 67 f. Monografia (Pós-graduação em Direito Público com ênfase em Gestão Pública) - Faculdade Damásio, 2019.

HENRIQUES M. S.; LIMA, L. A. B. **Os públicos fazem o espetáculo: protagonismo nas práticas de financiamento coletivo através da internet**. Conexão – Comunicação e Cultura, UCS, Caxias do Sul – v. ,13, n. 25, p. 55-75, 2014. Disponível em: <<http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/viewFile/2439/1602>> Acesso em 04 jun. 2019.

HOWE, J. **The Rise of Crowdsourcing**. Wired, June, 2006. Disponível em: <<http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>> . Acesso em: 15 jun. 2019.

INSTITUTO PARA O DESENVOLVIMENTO DO INVESTIMENTO SOCIAL, **Country Giving Report 2017 – Brasil**, 13p. Disponível em: <<http://bit.ly/2GnoXBk>> Acesso em 04 jun. 2019.

INTERFARMA, **Cartilha sobre uso de incentivos fiscais**, 2014, 56p. Disponível em: <<http://bit.ly/2JGP4oY>> Acesso em 10 jun. 2019.

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

JENKINS, Henry. FORD, Sam. GREEN, Joshua. **Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio de mídia propagável; tradução Patrícia Arnaud**. – São Paulo; Aleph, 2014, 403p.)

LEMOS, Andre. LÉVY, Pierre. **O futuro da Internet: Em direção a uma ciberdemocracia planetária**. São Paulo: Paulus, 2010. 258p

LÉVY, P. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. Tradução de Luiz Paulo Rouanet. São Paulo: Loyola, 2011.

LÉVY, P. **Cibercultura**. 2.ed. São Paulo: Editora 34, 2000.

LÉVY, P. **O que é virtual**. São Paulo: Ed, v. 34, 1996.

NELSON, Rocco Antonio Rangel Rosso. **Da questão dos incentivos fiscais na república federativa do Brasil**. México: Revista de la Facultad de Derecho, 2018.

RECEITA FEDERAL, **Grandes Números IRPF – Ano-Calendário 2017, Exercício 2018**, 2019, 36p. Disponível em: <<http://bit.ly/2SsUQ0g>>. Acesso em 23 jun. 2019.

SOBRE O ORGANIZADOR

Marcelo Pereira da Silva - Pós-doutor em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, desenvolvendo o projeto intitulado: “Ecologia da Comunicação Organizacional – consumidores, instituições e públicos de afinidade nas redes sociais virtuais: interatividade, decepção, convivência e conflitualidade” (2018). Doutor em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo na linha de pesquisa Comunicação Institucional e Mercadológica, defendendo a tese: “A comunicação corporativa e o discurso do consumidor contemporâneo nos sites sociais de reclamação: decepção e coabitação na rede – desafios e oportunidades” (2016). Mestre em Comunicação Midiática pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, apresentando a dissertação: “Sentidos de Brasil na imprensa argentina – A teia noticiosa do periódico *Clarín* (2009). Bacharel em Relações Públicas pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (2003). Atualmente, é docente permanente do Mestrado Interdisciplinar em "Cultura e Sociedade", do Mestrado Profissional em Comunicação e do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Maranhão, Campus São Luís. Coordena o Grupo de Pesquisa ECCOM – Ecologia da Comunicação Organizacional na Universidade Federal do Maranhão. É organizador dos e-books: *A Influência da Comunicação, Comunicação, Mídias e Educação 2, Comunicação, Mídias e Educação 3, Impactos comunicacionais da cibercultura na contemporaneidade e Comunicação, redes sociais e a produção jornalística*, todos pela Editora Atena. Também é organizador e coautor do livro *Comunicação de Mercado, Afetividade e práticas de Consumo no Maranhão: Experiência, Identidade, Consumidor, Marcas* pela Editora da Ufma. E-mail: marcelosilva_rp@hotmail.com

ÍNDICE REMISSIVO

A

Administração pública 53, 110, 111, 112, 113, 114, 119, 120, 121

Análise de discurso 122, 123, 138

B

Biblioteca digital brasileira de teses e dissertações 30, 33

Bibliotecário 32, 36, 39, 43, 47, 48, 49

Biblioteconomia 31, 35, 36, 43, 47, 49, 50, 92, 93, 145

Big data 85, 86, 87, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95

C

Cidadania 51, 54, 55, 57, 58, 62, 66, 69, 103, 154

Ciência da informação 25, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 40, 41, 42, 49, 50, 85, 90, 91, 92, 93, 96, 97, 98, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109

Compartilhamento 2, 4, 7, 10, 11, 13, 17, 18, 20, 21, 23, 24, 25, 27, 54, 55, 117, 129, 130, 134, 135, 140, 144, 147, 154

Consumo 3, 14, 122, 123, 127, 129, 130, 133, 134, 135, 136, 137, 147, 156, 161

D

Design thinking 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50

E

Estudo bibliométrico 30, 32

F

Fake news 139, 140, 141, 142, 143, 145

Fãs 1, 2, 3, 4, 5, 8, 9, 12, 13, 14

Felicidade 122, 123, 124, 127, 128, 129, 130, 133, 134, 135, 136, 137, 138

Formação 2, 3, 19, 22, 38, 39, 43, 45, 47, 48, 49, 51, 52, 55, 56, 58, 59, 62, 66, 71, 93, 124, 129, 136, 147, 152, 154

G

Gestão de arquivos 110, 112, 114, 117, 119, 120

Gestão do conhecimento 110, 111, 112, 113, 114, 115, 117, 119, 120, 121

I

Informação contábil 17, 18, 19, 23, 24, 25, 27, 28

Infraestrutura urbana 68

Inovação 15, 43, 45, 48, 49, 50, 120

Internet 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 13, 14, 16, 47, 64, 89, 90, 91, 93, 140, 142, 146, 147, 148, 149, 159

J

João pessoa 15, 110, 112, 113, 114, 119

José Augusto “Sergipano” 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 13

L

Linguagem 96, 97, 98, 99, 100, 101, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 111, 124, 126, 129, 137, 138

M

Mediação 17, 18, 19, 21, 22, 23, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 138

Mediação cultural 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42

Memória 1, 2, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 24, 26, 68, 69, 82, 83, 98, 103, 105

Mobilização social 68

N

Netnografia 1, 2, 4, 7, 15

O

ONGs 51, 52, 53, 54, 58, 59, 61, 63, 64, 65, 66

Ontologia 96, 97, 99, 100, 101, 104, 105, 106, 107, 108, 109

Organizações 18, 19, 20, 21, 24, 26, 28, 51, 52, 54, 55, 57, 66, 71, 89, 92, 106, 107, 108, 110, 111, 117, 119, 120, 123, 127, 132, 133, 135, 148, 149, 155, 156, 158

P

Pensamento crítico 23, 29, 96, 97, 106, 107, 108

Periferia 68

Pesquisa bibliográfica 17, 19, 33, 98

Produção científica 30, 32, 33, 41, 85, 90, 145

R

Rede social 2, 57, 60, 65, 66, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 79, 80, 81, 82, 83

Rio de janeiro 14, 50, 51, 52, 58, 59, 64, 65, 67, 94, 95, 109, 121, 137, 138, 145

S

Saúde 24, 54, 58, 71, 75, 131, 132, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 150, 151, 152, 159

T

Tecnologias da informação 24, 26, 43, 110, 111, 112, 114, 119, 120

Teoria da complexidade 85, 90, 91

Teste kruskal-wallis 116, 117, 118

Teste não paramétrico 110, 113, 115, 116, 117, 118

Trabalho 3, 4, 13, 18, 31, 32, 37, 38, 40, 43, 45, 47, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 59, 60, 64, 66, 68, 71, 73, 75, 79, 81, 82, 85, 86, 88, 106, 111, 113, 120, 122, 123, 124, 127, 128, 137, 138, 144, 148, 149

Transformação social 51, 57, 66, 152

Três carneiros 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 78, 79, 82, 83, 84

U

Unidades de informação 96, 97, 106, 107, 108

Usuário 22, 26, 28, 157

V

Vulnerabilidade social 51, 52, 59, 66

 **Atena**
Editora

2 0 2 0