

ISSN 2525-2828

Diálogo

COM A ECONOMIA CRIATIVA

v.4, n.12, set./dez. 2019

Dossiê Comunicação e Cultura

Aproximações
com memória e
história oral

+ artigos de
Visulização da Informação

ESPM

Editora Responsável: Veranise Jacobowski Correia Dubeux
Editores Associados: Eduardo Ariel de Souza Teixeira;
Isabella Vicente Perrotta;
Lucia Maria Marcellino de Santa Cruz;

Editora Gerente: Mirella De Menezes Migliari
Assistentes Editoriais: Marcus Tadeu de Souza Tavares
Daniel Kamlot

Organizadoras do Dossiê

Comunicação e Cultura: Lucia Maria Marcellino de Santa Cruz
Priscila Ferreira Perazzo
Rebeca Nunes Guedes
Karla Yolanda Covarrubias Cuèllas

Organizadora do Dossiê Visualização

da Informação: Isabella Vicente Perrotta
Editora de Layout: Vera Alice Rebelo Vianna
Diagramação: Vera Alice Rebelo Vianna
Desenho da Capa: Isabella Vicente Perrotta

Diálogo com a economia criativa [recurso eletrônico] / Escola Superior de Propaganda e Marketing, v. 4, n. 12 (set./dez. 2019) – Rio de Janeiro: ESPM, 2019.

Quadrimestral.

Modo de acesso: <<http://dialogo.espm.br>>

eISSN: 2525-2828

1. Economia da cultura. 2. Indústria criativa. 3. Criatividade nos negócios. I. Escola Superior de Propaganda e Marketing (Rio de Janeiro). II. Programa de Mestrado Profissional em Gestão de Economia Criativa.

CDU 330:316.7

e-ISSN 2525-2828

Revista do Programa Mestrado Profissional
em Gestão da Economia Criativa ESPM

Ficha catalográfica elaborada na Biblioteca ESPM Rio.

ESPM Rio

Rua do Rosário, 111 – Centro. Rio de Janeiro, RJ.

Telefone: +55 (21) 2216-2066

revistadcec-rj@espm.br

SUMÁRIO

A imagem da capa	3
Editorial 1 - Dossiê Comunicação e Cultura	4
Editorial 2 - Dossiê Visualização da Informação	7

DOSSIÊ COMUNICAÇÃO E CULTURA

1- Cultura y comunicación: una aproximación a la danza como forma de comunicación en Bolivia	8
---	----------

Aline Wendpap Nunes de Siqueira y Karla Andrea Terán Machicado

2- A memória das canções francesas no Brasil a partir da minissérie Presença de Anita	25
--	-----------

Raphael Fernandes Lopes Farias

3- Patrimonio para la humanidad: Colima destino turístico desde su patrimonio cultural y natural	40
---	-----------

Irma Magaña Carrillo, Carlos Mario Amaya Molinar y Ileana Ochoa Llamas

4- Vai garota: o empreendedorismo feminino na construção da marca Itaú	57
---	-----------

Carolina Fabris Ferreira e Bruno Vasconcelos

5- A memória discursiva na construção do sujeito neoliberal feminino: ditos e não ditos da campanha “Silicone Seguro”	72
--	-----------

Sabina Lovato

6- Ciberativismo em diabetes e a participação social na saúde através das mídias digitais	88
--	-----------

Débora Aligieri, Eduardo Alves Silva e Marília Cristina Prado Louvison

7- A escrita intermediária web documentária: um dispositivo metodológico para a produção do saber	106
--	------------

Elaine Carneiro Brito Fichfeux

8- Visualização de coleção de imagens	122
--	------------

Luiz Carlos Pacheco Rodrigues Velho e Júlia Rabetti Giannella

9- Inclusivity for visualization education: a brief history, investigation, and guidelines	146
---	------------

Elif Emel Firat and Robert Steven Laramée

10- Dos dados à matéria: experiências em esculturas de dados	161
---	------------

Doris Kosminsky, Douglas Thomaz de Oliveira, Luana Carolina da Silva e Eduarda Alves Isiris

RESENHA

11- Existência Numérica	181
--------------------------------	------------

Irene Mendonça Peixoto

A IMAGEM DA CAPA

Círculos, não exatamente concêntricos, eram a imagem do simpósio internacional que deu origem ao dossiê deste número 12 da *Diálogo com a Economia Criativa*. A imagem nos remete a ondas de comunicação. Não necessariamente às ondas de transmissão – no sentido da física –, mas ao efeito multiplicador, propagador, da comunicação. Tal como a onda gerada por uma pedra atirada na água – justamente um círculo –, que gera um efeito de mais outras ondas – outros círculos – em cadeia. A imagem do evento nos fez vislumbrar ainda um túnel da memória... E assim, os círculos foram também o mote da composição gráfica dessa capa.

As capas da *Diálogo* têm sido criadas por professores da ESPM-Rio, designers, fotógrafos, ilustradores, artistas. Como essa designer é professora de História do Design e de Estética, as referências históricas germinam facilmente. Brincar com círculos nos remeteu, então, às composições daquele que foi o pai do abstracionismo – Wassily Kandinsky. “Círculos em um Círculo”, quase integralmente reproduzido nessa capa, é de 1923.

O artista russo foi também professor e teórico, autor de *Ponto e linha sobre o plano*, opúsculo que analisa os elementos fundamentais da forma. Para ele, a curva seria uma linha reta desviada do seu trajeto por uma pressão lateral contínua; e o círculo, a síntese das grandes oposições, a combinação perfeita e equilibrada entre o concêntrico e o excêntrico. Das três formas primárias, o círculo seria a que se direciona claramente para a quarta dimensão.

Por fim, considerando a temática do outro conjunto de textos dessa revista (a visualização da informação), intencionalmente exageramos a superposição de círculos que, inclusive, interferem na imagem de Kandinsky. O propósito era representar o *big data* visual, a efervescência de imagens que são geradas em grande escala, em novas e novas mídias. Aparece ainda na composição um detalhe de uma antiga gravura de um olho, fazendo referência ao tema. Não à toa, o globo ocular, a pupila, a íris, a córnea são formas circulares. De sua forma fechada, o círculo se expande e se propaga, abrindo novos caminhos, novas possibilidades, novos saberes.

Isabella Perrotta

EDITORIAL 1 - DOSSIÊ COMUNICAÇÃO E CULTURA

A Comunicação desempenha um papel relevante no âmbito da Economia Criativa. Além de práticas como publicidade, jornalismo, mercado editorial, cinema, dentre outras, serem consideradas atividades de Economia Criativa, podemos entender a Comunicação como uma atividade transversal às indústrias criativas. O fenômeno comunicacional atravessa todas as demais instâncias de produção e de sentido que operam com a criatividade como recurso básico para a geração de valor.

Compreendemos comunicação aqui de uma forma mais ampla, e não apenas como produções geradas por veículos como televisão, jornais, revistas, internet. Estamos falando especialmente das dinâmicas de interação na contemporaneidade, marcadas por novas concepções do que é a vida em sociedade, pela interligação entre interlocutores, pelo questionamento dos intermediários na diversidade de construção de sentido, pela convergência e pela conexão entre real e virtual.

É assim que a comunicação se aproxima da abordagem antropológica de cultura como um sistema de valores, símbolos, imagens e mitos. Um sistema que convive com tantos outros sistemas e os influencia, na linha do que propôs Edgard Morin, quando, na década de 1960, levou para a França o conceito de indústria cultural, criado no pós-guerra pela Escola de Frankfurt. Morin reconheceu a cultura de massas, mas refletiu sobre a importância que assume a mídia e sua atuação como produtora de mudanças culturais.

Trabalhar com a noção de comunicação nessa visão cultural também nos leva a investigar os modos como são formados os repertórios nos quais os produtos comunicacionais são forjados. Os conteúdos veiculados nesses produtos refletem questões como identidade, pertencimento a grupos, disputas simbólicas, discursos de poder e significados em circulação na sociedade. Ao mesmo tempo, apontam para a necessidade de identificar que práticas ou sentidos são valorizados ou descartados nesses fluxos comunicacionais.

É neste momento que se torna relevante discutir as práticas de memória envolvidas nesses processos. Toda sociedade constrói coletivamente o que deseja reter como memorável, digno de recordação – e que aspectos irá “esquecer”. Esta construção se reflete nas diversas camadas que compõem o tecido social e das atividades culturais, e é capilarizada por meio dos produtos comunicacionais e das indústrias criativas, o que nos leva a afirmar que também se espraia pela Economia Criativa.

Tomando a importância das práticas de memória na comunicação e nos processos da indústria criativa, este dossiê reúne alguns artigos apresentados no III Simpósio Internacional Comunicação e Cultura: Aproximações com Memória e História Oral - Diálogos entre Brasil e México, que aconteceu de 6 a 8 de maio de 2019, no campus da Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS). Organizado pela USCS em conjunto com a Universidad de Colima, México (UdeC), Universidade Paulista (Unip) e Fundação Pró-Memória de São Caetano do Sul (FPM), reuniu pesquisadores das

principais universidades brasileiras e latino-americanas em três eixos de discussão: Comunicação e Cultura, Cultura e Memória, História Oral e Interdisciplinaridade.

Abrindo este dossiê, Aline Wendpap Nunes de Siqueira y Karla Andrea Terán Machicado, da Universidade Federal do Mato Grosso, refletem em seu artigo “Cultura y comunicación: Una aproximación a la danza como forma de comunicación en Bolivia” sobre de que modo expressões culturais folclóricas podem ser consideradas um processo de comunicação e aprendizagem, baseando-se para isso em autores como Bateson, Schutz e Luckmann.

Da dança, seguimos pela música. Raphael Fernandes Lopes Farias, da Universidade Paulista (Unip) aborda no artigo “A memória das canções francesas no Brasil a partir da minissérie Presença de Anita” como o imaginário brasileiro a respeito da música francófona foi formado pelas canções dos anos 1950-1960 e como estes exemplos permaneceram pelo menos até os anos 2000 como símbolos de música francesa. Ao analisar o uso de das canções francesas presentes na minissérie televisiva brasileira Presença de Anita, da Rede Globo, Farias identifica a cantora Maysa como ponte entre música popular brasileira e a francesa.

O projeto que busca determinar se o Estado de Colima, no México, reúne condições para se candidatar a Patrimônio Cultural e Natural da Humanidade, título atribuído pela Unesco, é descrito no artigo de Irma Magaña Carrillo, Carlos Mario Amaya Molinar e Ileana Ochoa Llamas, da Universidade de Colima, no México, “Patrimonio para la humanidad: Colima destino turístico desde su patrimonio cultural y natural”. A obtenção do título, além de atrair visitantes, terá efeitos na conservação dos sítios naturais.

Carolina Fabris Ferreira e Bruno Vasconcelos, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo (PPGCOM) da ESPM, discutem em “Vai garota: o empreendedorismo feminino na construção da imagem da marca Itaú” como empresas adotam temas acerca da responsabilidade social, cidadania e ativismos como estratégia mercadológica de branding. O artigo aborda a mudança da construção da marca Itaú, que se afastou de um discurso focado em tecnologia para se aproximar de causas reivindicadas por movimentos sociais.

O feminino está presente ainda no artigo de Sabina Lovato, também do PPGCOM ESPM, “A memória discursiva na construção do sujeito neoliberal feminino: ditos e não ditos da campanha “Silicone Seguro”. Fragmento da pesquisa de mestrado da autora, o artigo trata de que forma a memória discursiva é mobilizada em discursos midiáticos sobre beleza e saúde. Para isso, analisa textos verbais e não verbais do discurso da campanha “Silicone Seguro”, da Johnson & Johnson.

“Ciberativismo em diabetes e a participação social na saúde através das mídias digitais” é o artigo que Débora Aligieri e Marília Cristina Prado Louvison, Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo (FSP/USP), e Eduardo Alves Silva, da Universidade Nova de Lisboa, trazem para este dossiê. Sua contribuição é analisar as narrativas produzidas na rede social Facebook por portadores de diabetes (doença crônica com prevalência crescente no mundo) brasileiros, buscando entender como articulam suas experiências de convívio com a doença na luta política por direitos

relacionados à saúde e como se constituem enquanto atores sociais da saúde. Foram encontrados como tipos de atores sociais do diabetes: cidadãos em geral, organizações de saúde, mídia, profissionais de saúde, indústria farmacêutica e academia.

Encerrando este dossiê, Elaine Carneiro Brito Fichfeux, do Centre Norbert Elias da Université d'Avignon et des pays de Vaucluse, propõe a utilização científica de uma ferramenta hipermediática web documentária como dispositivo metodológico de análise dos discursos: "A escrita intermediária web documentária: um dispositivo metodológico para a produção do saber". Fichfeux analisou uma série de documentos (audiovisual, fotográfico, sonoro, cartográfico) para a elaboração da metodologia proposta.

Acreditamos que os artigos selecionados para compor este dossiê apresentam um panorama dos estudos de Comunicação e Cultura, sua vinculação com os Estudos da Memória e sua inserção no campo da Economia Criativa.

Lucia Santa Cruz (MPGEC/ESPM)

Priscila Ferreira Perazzo e Rebeca Nunes Guedes (PPGCOM/USCS)

Karla Yolanda Covarrubias Cuèllas (UdeC/Mexico)

Organizadoras do Dossiê Comunicação e Cultura - aproximações com Memória e História Oral

EDITORIAL 2 - DOSSIÊ VISUALIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO

Esse número da *Diálogo* também reúne textos (três artigos e uma resenha) em torno da visualização de dados. Uma área em constante evolução, que se manifesta em interfaces diversas tais como as com a estatística, a computação gráfica, o design, a ergonomia, entre outras; contudo ainda relativamente pouco estudada do ponto de vista acadêmico no Brasil.

O artigo “Visualização de coleção de imagens” se insere numa pesquisa que, a partir do contexto de produção e circulação de grandes volumes de conteúdos digitais – principalmente nas redes sociais –, procura desenvolver soluções para aproveitar a escala do *big image data*, presente em diferentes sistemas de mídia. Luiz Velho e Julia Giannella, consideraram a coleção de imagens como “um objeto de mídia, de natureza intermediária entre a imagem individual e um vídeo”, e apresentam como estudos de caso a visualização das imagens dos jogos olímpicos Rio 2016, e a visualização do acervo fotográfico do Instituto Moreira Salles.

O artigo ainda destaca que imagens podem ser analisadas pelo ponto de vista cognitivo, informacional, cultural ou quanto ao seu suporte/mídia. A questão cognitiva está diretamente relacionada com o trabalho “Inclusivity for visualization education: a brief history, investigation and guidelines” apresentado pelos pesquisadores Elif E. Forat e Robert S. Laramie da Swansea University (Reino Unido). O trabalho aborda as questões de gênero e diversidade em relação à cognição espacial, apresentando um histórico das pesquisas na área – anteriores ao nascimento da comunidade de visualização.

“Dos dados à matéria: experiências em esculturas de dados” relata os resultados dos três melhores projetos de uma disciplina experimental, ministrada por Doris Kosminsky, no curso de graduação em Comunicação Visual da UFRJ, ao longo do primeiro semestre de 2019. Sem descartar as óbvias qualidades das telas para apresentar informação, o trabalho destaca que os artefatos físicos têm sido também muito usados, pois criam sensações físicas que levam o observador a “sentir os dados”.

É a diversidade de linguagens passíveis de serem usadas para representar dados que nos é apresentada na resenha que Irene Peixoto faz da exposição “Existência Numérica”, concebida por Barbara Castro e Luiz Ludwig, com curadoria de Doris Kosminsky, que esteve na Oi Futuro entre 18 de setembro e 18 de novembro de 2018. Aqui a visualização dos dados gerados em diversos campos ou situações – como o tráfego de carros em Lisboa ou os ciclos migratórios para os Estados Unidos e para o Estado do Rio de Janeiro, entre outras informações – transpassam hibridamente o design, apresentando-se como poéticas artísticas.

Com o desenvolvimento cada vez mais acelerado de computadores, internet das coisas e inteligência artificial, estaremos, cada vez mais, gerando mais e mais dados informacionais. Assim, o campo de visualização dessas informações será também mais e mais falado daqui para frente.

Isabella Perrotta
Organizadora do Dossiê Visualização da Informação

Aline Wendpap Nunes de Siqueira¹

Karla Andrea Terán Machicado²

Cultura y comunicación: una aproximación a la danza
como forma de comunicación en Bolivia

*Cultura e comunicação: uma abordagem para a dança
como forma de comunicação na Bolívia*

RESUMEN

Desde diferentes puntos de vista teóricos, la presente obra busca llevar a cabo un proyecto analítico que, desde el folclore (danza), abre un conjunto de reflexiones y debates sobre cómo desarrollan procesos de comunicación y aprendizaje, en el momento en que individuos y grupos humanos interactúan emitiendo y recibiendo mensajes, información, cultura, entre otros. Basado en construcciones teóricas de Bateson et al. (1994), Schutz y Luckmann (2001) y otros autores, el análisis del folclore y sus expresiones culturales vinculadas a la danza, serán necesarios para la comprensión del contexto, la historia, sus personajes, significados y muchos otros elementos que componen eventos folklóricos en Bolivia.

Palabras clave: folclore; cultura; comunicación; folkcomunicación.

RESUMO

Sob diferentes pontos de vista teóricos, o presente trabalho busca realizar um projeto analítico que, a partir do folclore (dança), abre um conjunto de reflexões e debates sobre como se desenvolvem os processos de comunicação e aprendizagem, no momento em que indivíduos e grupos humanos interagem enviando e recebendo mensagens, informações, cultura, entre outros. Baseado nas construções teóricas de Bateson et al. (1994), Schutz e Luckmann (2001) e outros autores, a análise do folclore e suas expressões culturais ligadas à dança, serão necessárias para a compreensão do contexto, história, seus personagens, significados e muitos outros elementos que compõem eventos sociais particularmente associados a eventos folclóricos na Bolívia.

Palavras-chave: folclore; cultura; comunicação; folkcomunicação.

1 Doutora em Estudos de Cultura Contemporânea pela Universidade Federal de Mato Grosso. Mestre em Educação pela Universidade Federal de Mato Grosso. Atualmente desenvolve estágio Pós-Doutoral em Comunicação Organizacional, pelo PPGECO UFMT. E-mail: alinewendpap@gmail.com

2 Graduada em Sociología pela Universidad Mayor de San Andrés. E-mail: andy_teran30@hotmail.com

1 INTRODUCCIÓN

En este último tiempo, el individuo de hoy pasa mucho tiempo frente a Massmedia, pero no se instala en espectáculos de cultura clásica (ballet, danza contemporánea, música académica, cine de arte y ensayo, etc.). Hablar del tema de la cultura, y de connotaciones y significados muy amplios y al mismo tiempo ambiguos. Hay amplitud y ambigüedad en el tratamiento y la consideración de estas dos palabras como realidades, pero con todo el riesgo que ello implica tenemos que empezar a asumir un concepto desde el cual elevarnos y avanzar. Por lo tanto, la comunicación determina decisivamente la cultura.

Hablar de folklore, en el contexto de las teorías de la comunicación, es tener en cuenta que cada hecho social contiene procesos de comunicación y aprendizaje que ocurren en las interacciones humanas que dan vida. El folclore, así como la sociedad en su conjunto, genera espacios culturales en los que los sujetos actúan y modifican su mundo, a partir de su experiencia, sus conocimientos, sus prácticas y, por qué no, incluso su lengua y la forma en que se comunican y transmiten los códigos, tanto en lo verbal; y no verbal.

Uno de los grandes canales de la comunicación colectiva es sin duda el folclore. Si empezamos desde la perspectiva de la cultura popular, la gente se comunica en diferentes formas cotidianas, locales y privadas, dentro de un entorno social y cultural en particular. En este caso, el escenario de análisis de esta obra es la paz en Bolivia, un lugar desde el que se pretende realizar una construcción social, desde la historia oral, en la fiesta del 'Señor Jesús de *Gran Poder*', enfatizando sus orígenes, continuidad y transformaciones en el tiempo. Según el autor Aldrete (2003, p. 22), menciona que:

*El folklore ocupa un lugar dentro de las Ciencias Antropológico-culturales. Es una ciencia con materiales concretos, con un método propio, con una finalidad conocida. Pero, así como Folklore se llama a la Ciencia, se ha convenido también en llamar folklore a los materiales que estudia esa Ciencia. Siendo el mismo caso de la historia que significa un conjunto de hechos del pasado e Historia, Ciencia que en el presente estudia hechos del pasado y trata de sacar enseñanzas para el porvenir. El folklore o hecho, dato o fenómeno folklórico para convertirse en material de estudio de la Ciencia del Folklore debe reunir ciertas características sustantivas que han sido señaladas por diversos autores de varias épocas, con algunas diferencias que serán señaladas en seguida. El hecho folklórico debe ser *tradicional*, es decir, debe transmitirse de generación en generación, de padres a hijos por la noticia hablada o el ejemplo, sin el auxilio de formas sistemáticas de enseñanza o adiestramiento; es decir, sin el auxilio de libros, catecismos, reglamentos, códigos, etc. Debe ser *anónimo*, es decir, debe haber perdido, a lo largo de los tiempos, el autor individual que toda creación supone. (énfasis del autor).*

Por otro lado, el autor Poviña (1943, p. 10) menciona lo siguiente:

El vocablo inglés Folklore está compuesto de dos sustantivos: 'folk': gente, pueblo, y 'lore': conocimiento, saber. Conviene destacar que esta segunda expresión inglesa lore, tiene un matiz especial, porque designa el saber no científico, particular, tradicional, equivalente para nosotros al saber vulgar; se distingue del 'leaving', que también significa saber, pero ya referido a la cultura, a la erudición, al saber culto, en definitiva. (énfasis del autor).

En ese sentido, de acuerdo con su origen etimológico, la palabra folklóre signifi- caría ‘el saber del pueblo’. De esta manera, con la ayuda de algunos de los autores antes mencionados, buscamos entender el sentido crítico de los lectores, ciertos temas que ya no deberían asumidos, si pretendemos abrir aún más el horizonte de visibilidad con aquellos que han trabajado en temas relacionados con el folklóre en Bolivia. Por lo tanto, el desafío reflexivo de este texto apunta a la inclusión de otras categorías teóricas que, al menos en trabajos anteriores sobre el folklóre boliviano, han estado ausentes.

En consecuencia, las reflexiones que siguen tratarán de enfatizar el detalle de lo microscópico (una intención, una actitud, un comportamiento etc.) que está presente en la vida cotidiana y, por lo tanto, en un hecho social; esto puede contribuir no sólo a la comprensión de una danza, al estudio del folklóre nacional, sino también a la comprensión de una sociedad que en sí misma se autoconstruye y explica a partir de ciertos procesos de comunicación y aprendizaje.

2 HABLEMOS DE FOLKLORE Y COMUNICACIÓN

Un país, una región, una ciudad, incluso una comunidad o la gente más pequeña y distante puede ser entendida desde su folklóre. Ciertas costumbres, tradiciones y prácticas vinculadas al folklóre, pero casi todas, están intrínse- camente relacionadas con los ciclos históricos, políticos, productivos y reproductivos, o con la organización social local y, por supuesto, con la cultura y sus expresiones.

En este sentido, es importante redimir la idea de que la sociedad es una forma de comunicación desde la que se describe, comparte, modifica y preserva la expe- riencia. Y si asociamos esto con el folklóre, lógicamente en un festival folclórico los procesos de comunicación también contienen una serie de experiencias que reflejan cambios y continuidades, por ejemplo, bailarines o todos los que participan de cual- quier manera en un evento de estas características.

Subtil (2014) analiza el enfoque cultural de la comunicación de Carey (1975), para la comprensión de la comunicación como un ritual de participación en el que, y a través del cual, las personas generan, mantienen y transforman la cultura en la que viven. De acuerdo con lo Subtil (2014, p. 21), Carey puede ser considerado un pensa- dor que refleja la noción de que las sociedades están constituidas por “Compartir, intercambiar y entrar en conflicto de símbolos, significados y formas de cultura.”

Para o autor Carey, un currículo ritual de comunicación resulta de una con- cepción de la religión, y decir que el problema o el papel del sermón, instrucción y advertencia, y que se destaca como pequeñas actividades de día a día, fiesta, canto y oración. En otras palabras, la comunicación es en la construcción y el mantenimien- to en el tiempo de un mundo cultural significativo y ordenado, que sirven como un marco para la acción humana, y no en la transmisión de la información, que la comunicación, no su comprensión, encontrar su más alto y Manifestación original. (SUBTIL, 2014).

Sobre la base de las contribuciones conceptuales de Carey en los años 1960 y 1970, la idea de conceptualizar la comunicación como una forma de interacción e

intercambio de significados producidos colectivamente a través de la simbolización puede ser redimida. Sólo el conjunto de símbolos y significados atribuidos a ciertas prácticas culturales y rituales folclóricos son aquellos que estarán interesados en estudiar en la Folkcomunicación.

En ese sentido, y de acuerdo con Beltrão (2001, p. 180-181), existen agentes folkcomunicacionales que:

[...] trabajan en los grupos sociales de barrios de la periferia, en zonas rurales o en las ciudades del campo. Estos líderes, verdaderos agentes de comunicación populares (o agentes folkcomunicacionales) reinterpretan y recodificado los mensajes, traducen los mensajes de la sociedad globalizada por los medios de comunicación para los grupos populares.

Por lo tanto, el folclore también significa hablar sobre la comunicación y los procesos de comunicación. Es evidente que el desafío científico de las ciencias sociales radica en la comprensión de ciertas teorías o suposiciones sobre lo que realmente sucede cuando dos o más personas interactúan (BATESON et al., 1994, p. 123). Y en el folclore, por ejemplo, en una danza o en una danza, hay múltiples interacciones que ocurren en el momento en que el cuerpo expresa un conjunto de sensaciones y emociones que encuentran su significado cuando entran en contacto con el otro.

La comunicación popular es una teoría que busca reflexionar sobre los flujos dinámicos de las manifestaciones locales y los agentes de la comunicación y que hoy en día es vital y de gran importancia dentro de un contexto social donde la economía neoliberal parece permear los diferentes aspectos de la vida social, sin embargo, la profundidad de las manifestaciones culturales como reivindicaciones políticas que siguen construyéndose como un espacio desde el cual resiste.

En este sentido, teniendo en cuenta la contribución teórica de Beltrão (2001), el autor Breguez (2001, p. 180) señala la fundación de la comunicación popular:

No hay omnipotencia de la comunicación en la sociedad de clases. En otras palabras, en la misma sociedad encontramos diferentes formas de cultura (cultura popular y cultura erudita), pero también formas de comunicación. Mientras las clases dominantes aprenden la cultura y la comunicación oficial en las escuelas, las clases populares, marginadas del proceso educativo y cultural, aprenden en su propio grupo las formas de comunicación a través del proceso de la oralidad (escuchar la boca), la proximidad y la convivencia. (traducción nuestra).

El público, si es una entrada folklórica, reaccionará de una manera particular cuando aprecie numerosos grupos de danza; cada uno de los miembros que componen un conjunto folklórico se comunicará de maneras diferentes y similares al mismo tiempo para coordinar ciertos movimientos, pasos, figuras, etc. Sin embargo, como señala Bateson et al. (1994, p. 125), es importante reconocer "qué señales llegan al receptor y qué señales ha recibido".

Con esto quiero ampliar la mirada con la que se ha visto el folclore, porque creo que sería más que interesante e innovador, introducir en su análisis, la profundidad de cada comprensión de detalle - es esta una palabra, una entonación o un movimiento del cuerpo. En este sentido, hablar de folclore significaría reconocer que

existe un determinismo interpersonal, es decir, un flujo continuo de palabras y movimientos corporales que constituyen el intercambio entre las personas (BATESON et al., 1994).

Por lo tanto, alrededor de la fiesta y el folclore, las ideas y creencias, incluso religiosas y morales, surgen de las prácticas sociales, particularmente las prácticas rituales. En este punto, es necesario la importancia del proceso de creación de un orden ritual y simbólico muy típico de la fiesta del "Señor Jesús de *Gran Poder*" que actúa para representar un orden básico de las cosas y manifestar comportamientos y procesos sociales en curso y en Cambio (SUBTIL, 2014, p. 29).

¿De qué tipo de intercambio estamos hablando? En principio, reconocer que el folclore es hablar de comunicación. Hay un emisor y un receptor, individualmente (se dice algo a B) o como grupo (la interacción entre conjuntos de folclore y el público o la comunidad, etc.). Reconozca también que, consciente e inconscientemente, hay un conjunto de procesos mentales que comunican algo. Esto puede traducirse en signos, símbolos, significados, que tienen sentido en la interrelación entre A y B o viceversa.

En relación a esto, Bateson et al. (1994) rescató entre las contribuciones de Freud, que los mensajes verbales y no verbales contienen múltiples características que corresponden a lo imaginario. En este sentido, el folclore se desarrolla dentro de un imaginario colectivo y, al mismo tiempo, puede crear otro. Recopilando las aportaciones teóricas de Schutz y Luckmann (2001), se puede decir que la recreación de este imaginario se produce si, desde la actitud natural, se asume que hay otros hombres dotados de una conciencia igual a la de uno.

3 SOBRE LAS DANZAS

En Bolivia (lógicamente también en todos los rincones del planeta), cada danza folclórica tiene elementos históricos, culturales, sociales y/o incluso económicos y políticos, que sólo se entenderían a través del estudio de cada "detalle" presente en los trajes. Típico, los signos y simbología incorporados en el vestido; La música, el ritmo, incluso las letras de las canciones, etc.; Las formas de bailar, su origen histórico y los cambios que han surgido en el tiempo, y lo que están expresando; entre muchos otros elementos. Según los autores Copparoni et al. (2012), mencionan que:

Se entiende a la danza social como una práctica corporal, estética y expresiva, con contenido significativo en lo cultural vinculado a la identidad, e investida de una función social que facilita instancias de relación comunitaria. Esta forma de danza surge de una profunda necesidad de crear un lenguaje a través del cual los sujetos puedan comunicarse sin palabras. Se encuadra dentro de las danzas de ocio y se adapta a la música de cada época. Esta práctica pretende **recuperar a la danza como una experiencia lúdica y sana, alejada de etiquetas y rigurosidades.** (énfasis de los autores).

A modo de ejemplo, hablar de la Diablada, una danza boliviana muy conocida y de fama mundial gracias al Carnaval de Oruro, tiene su origen en el siglo XVI en

Oruro como un ritual coreográfico que representaba la danza de los demonios, aludiendo a una construcción fantástica y mítica sobre el surgimiento de los infiernos de los demonios (tíos) de los mineros del túnel. Sus orígenes comienzan con la conocida leyenda de un personaje Chiru Chiru que, según los informes, era un joven cuya apariencia infundió temor a los habitantes de la Aldea de San Felipe, especialmente a los ricos potentados de la época, quienes lo veían como una amenaza por su fama, ya que estaba acostumbrado a robarlos.

Un día, el ladrón desapareció de la vista de los habitantes de la aldea y todos se preguntaron por el motivo de su ausencia, hasta que descubrieron que Chiru Chiru estaba herido con una puñalada en el corazón, mientras cometía uno de sus crímenes, pero logró escapar, con sus últimas fuerzas se tumbó en el suelo y pidió a la Virgen que se ocupara de él. Los aldeanos lo encontraron muerto con una imagen de la Virgen cerca de él. Tiempo después fue llamada la Virgen de Socavón, porque estaba cerca de la colina de Pie de Gallo. Pero también hay otras teorías de origen que hablan de la historia de la lucha del bien y del mal, desde un punto de vista religioso, del cielo y del infierno. Su coreografía representa esta lucha y la derrota de los siete pecados capitales.



Figura 1 - Danza Diablada

Fuente: Terán, Karla. 2019.

Liderados por el Arcángel Miguel, una figura religiosa icónica de la Biblia, con un traje que simula una armadura de batalla y protección, los demonios que representan pecados mortales, bailan en su tenaz lucha entre el bien y el mal. Las figuras femeninas (Chinas Supay), símbolo de sensualidad y gracia, bailan con cadencia al ritmo de la música. Tanto Diablos como Diablos de acuerdo a una jerarquía de seres malvados como Lucifer (el maestro) y Satanás. Para la Diablada se añaden osos que dan el toque divertido y se abren a través de la multitud haciendo bailar a los espectadores. El cóndor, un animal típico de la región andina, también parece estar acompañado por el baile del oso.

En resumen, la Diablada, así como muchas otras danzas que una visita a Bolivia puede tener la oportunidad de conocer, activan en las terminaciones nerviosas de los espectadores, la construcción de imágenes de ciertos elementos identificables (colores, gestos, sonidos, movimientos etc.) Esto hace que un pasaje se realice para comunicar algo. La reacción de los que reciben este grupo de mensajes es percibida por los que inicialmente comienzan como emisores (los bailarines).

Es sabido que los festivales folclóricos o las inscripciones son eventos que tienen lugar en determinadas fechas festivas. En países como Bolivia, sin embargo, el folclore es parte de la vida cotidiana. Es posible decir cómo Schutz y Luckmann (2001) que en el mundo de la vida cotidiana pueden constituir un mundo circundante, común y comunicativo; y precisamente en torno al folclore pueden transformar estos elementos.

Sin tratar de forzar el análisis, como dice Bateson et al. (1994, p. 128) "nunca pasa nada". Tratando de entender esto, Schutz y Luckmann (2001) señalan que, en la actitud natural, un mundo social y cultural estratificado se da históricamente como referencia para uno y sus pares. Esto significa, por ejemplo, que cuando bailas entras en múltiples relaciones sociales con los demás. Y a través de sus reacciones, uno puede hacerse entender por ellos (SCHUTZ; LUCKMANN, 2001).

Y también rescatar la referencia a lo kinestésico como "Estudio de gestos, actitudes y actividad corporal como modalidades de comunicación" (BATESON et al., 1994, p. 130). Este autor abre claramente el horizonte de la comprensión de lo que se comunica, que va mucho más allá de lo meramente lingüístico. Es sumamente importante señalar que la comunicación es una gran variedad de formas de expresar y transmitir algo, y por lo tanto también significa que hay varias formas de entender los mensajes que se transmiten.

Sin embargo, aquí se plantea una cuestión que el investigador social debe afrontar para encontrar formas de comprensión con eminente profundidad, el proceso de comunicación que surge en su interior y el folclore. Mucho más si, cuando se está en el trabajo de campo, quien investigará o hará etnografía, recopilará muchos datos producidos por entrevistas, historias, historia de vida, anécdotas etc.

Bateson et al. (1994), en este sentido, complementa esta situación reconociendo el resto que implica cubrir todos los elementos que forman parte de lo que se comunica. Es decir, si se traduce o transcribe una entrevista grabada en audio, su transcripción literaria carecerá de tonos, de énfasis, de silencios, de emociones, de tonos que forman parte del lenguaje, y que mucho dicen y hasta dicen más, que el estrictamente verbal.

Por lo tanto, si uno interactúa con los demás (bailarines, espectadores, muchos otros), necesariamente debe prestar atención a estos detalles. Decir que una danza y siente una miríada de emociones o probablemente alguna, o alguna, irá acompañada de una forma de expresarse. Explicar cómo el informante dice algo sobre algo, quizás entre lágrimas y/o nostalgia o, por el contrario, manifestando orgullo, satisfacción o felicidad, dará verdadero sentido a una acción o práctica determinada.

Las emociones son una forma de conocimiento, porque dentro de un contexto dado, dan sentido a las estructuras mentales individuales y sociales. Por eso Schutz y Luckmann (2001) afirmaron que el mundo de la vida es una realidad que modificamos a través de nuestras acciones y que, por otro lado, modifica nuestra acción. La multiplicidad de significados que pueden tener una palabra, una expresión, una práctica concreta, una danza o un folclore en sí mismo, hacen que, de manera permanente, consciente o inconsciente, los individuos entiendan ciertos mensajes y los decodifiquen de manera infinita.

Dentro del folclore, tanto los bailarines como los espectadores poseen una riqueza de conocimientos, es decir, toda una “evidencia” que cambia de una situación a otra (SCHUTZ; LUCKMANN, 2001, p. 30). Así, “el concepto de comunicación se vuelve interactivo” (BATESON et al., 1994, p. 136). Por lo tanto, la comprensión del mundo se basa en la experiencia previa: a partir de sus propias experiencias y de las experiencias transmitidas por sus compañeros, dando lugar a un esquema de referencia para la explicación del mundo (SCHUTZ; LUCKMANN, 2001).

Lógicamente, estamos un poco lejos de preocuparnos por una gran teoría, por ejemplo, del folclore, como explicación sistémica conceptual de la sociedad, y por extensión del mundo en su conjunto; así como para Luhmann (1927-1998) era una preocupación según la lectura de Moeller (2015). Creo que la motivación científica podría estar más cerca de un intento de hablar de esta necesidad que todos tenemos que ver cómo se reciben los mensajes para saber qué eran (BATESON et al., 1994), esto en el caso de lo que las expresiones folklóricas toman de la interacción social.

Y precisamente en este encuentro, el investigador social necesita enfatizar la interpretación del significado. Su comprensión es un principio fundamental de la actitud natural hacia estos seres. Por lo tanto, es esencial añadir a esto, el reconocimiento de ciertos “Los objetos establecen reglas comunes para la creación y comprensión de los mensajes” (BATESON et al., 1994, p. 135).

Por ejemplo, si continuamos con la danza de la Diablada, situándola en el contexto del Carnaval de Oruro, la Diablada como expresión folclórica puede entenderse como una forma de comunicación artística de un grupo, que necesariamente encuentra respuesta en otro (en este caso los espectadores). Ilustrando una escena: al atardecer, un deslumbrante juego de fuegos artificiales amplifica la majestuosa entrada de los demonios, quienes, ante la visión de todos, se presentan como verdaderos demonios que emiten luces, fuego y colores animados.

Es el público que, entre silbatos, coros y casi preparando la voz para cantar ciertas melodías, espera ansiosamente la entrada de la Diablada. Entre los espectadores destacan los grupos notoriamente jóvenes, muy entusiasmados tras horas de consumo, sobre todo de cerveza. Sin embargo, los niños, los adultos y los ancianos presentes en la multitud reaccionan de diferentes maneras a este espectáculo.

Entrando en detalles, algunos estarán grabando los datos de la cámara desde sus teléfonos móviles, otros se sorprenderán si es su primera experiencia en el Carnaval, algunos serán animados a seguir los pasos de los demonios y difundir la alegría del entretenimiento de los osos. Casi todos estarán silbando y cantando, y en

algún momento, todos harán un poco de todo. Así es como se vive el folclore. Algo similar sucede a la entrada del *Señor Jesús de Gran Poder* en la ciudad de La Paz.

Los bailarines encuentran en este ambiente de bullicio una motivación adicional sabiendo que sus actos, sus expresiones, sus manifestaciones corporales danzando, generan este clima de celebración y desbordamiento. Ahora bien, ¿es posible decir que, en un momento dado, ciertas expresiones folclóricas generan otros tipos de comportamiento que no son exactamente los habituales? De hecho, el universo de lo posible es extenso en este sentido.

En relación a esto, Bateson et al. (1994) habla de la distorsión del código como un proceso en el que las señales o mensajes emitidos por el transmisor son registrados por el receptor como una deformación del original. Aunque existen ciertas reglas de la comunicación, como Bateson et al. (1994), Moeller (2015) enfatiza a partir de su lectura sobre Niklas Luhmann, que la comunicación y la sociedad misma se construyen sobre la base de paradojas.

Moeller (2015) en este sentido, que el propio código verdadero/falso está presente en toda comunicación. Si está en juego la transmisión de prácticas y costumbres relacionadas con el folclore, Bateson et al. (1994) señala que, cuando los mensajes no se reciben como se esperaba, la preocupación puede resolverse teniendo en cuenta que los códigos y mensajes son sistemas de modificación de la Convención.

“Cualquier signo que informe una nueva premisa o una nueva Convención de que más de una persona o que busque mayor libertad puede ser una fuente de alegría” (BATESON et al., 1994, p.140). Desde la perspectiva de Schutz y Luckmann (2001), la recopilación de experiencias sirve para resolver problemas prácticos, en este caso a favor de la comunicación; pues la realidad del mundo de la vida requiere la re-explicación de la experiencia.

Específicamente, en un determinado contexto y proceso histórico, ciertas prácticas folclóricas (danzas, cómo bailarlas, cuándo, por qué, qué elementos culturales contienen, etc.) pueden ser transmitidas a las generaciones siguientes, teniendo en cuenta quizás que un proceso de aprendizaje es necesario (I) lo que implica un cambio en la capacidad de aprender y, un aprendizaje (II) lo que significa “aprender la manera de aprender a recibir señales” (BATESON et al., 1994, p.142).

Naturalmente, este proceso, si ocurre, se volvería consciente e inconsciente al mismo tiempo. Como individuos (emisores y receptores) en todos los niveles posibles de interacción y comunicación, actúan con una actitud más práctica, casi natural y espontánea que no responde necesariamente a las reglas de la comunicación. El mundo de la vida es ante todo el ámbito de la práctica de la acción (SCHUTZ; LUCKMANN, 2001).

Sin embargo, no hay que olvidar que una premisa importante de la comunicación tiene que ver con la aceptación de un papel. Precisamente este papel, que implica un cambio duradero o temporal de hábitos y carácter, se produce en el contexto del aprendizaje dentro de la comunicación entre las personas. Por lo tanto, si el investigador social quiere trabajar en el folclore, por ejemplo, desde la transmisión de prácticas y costumbres, es necesario buscar en las secuencias de datos y

“segmentos del flujo comunicacional que constituyen los contextos de aprendizaje” (BATESON et al., 1994, p. 145).

Una vez más, el énfasis en el detalle superaría un problema que Schutz y Luckmann (2001) identificaron como ‘el presupuesto’, es decir, lo que está rodeado de incertidumbre y es susceptible de ser cuestionado. En consecuencia, no es posible asumir que la comunicación entre sujetos no enfrenta problemas que se acumulan en una distorsión del aprendizaje, como señaló Bateson et al. (1994).

Por lo tanto, analizando los procesos de comunicación y aprendizaje dentro del folclore, se puede dar paso a la construcción de una teoría que va incluso más allá de esa observación institucionalizada y privilegiada, en la que está presente la paradoja. Entonces, pensar en esta nueva teoría será ver en ella el aprendizaje del error (BATESON et al., 1994). Para ello, se añade que, en la Teoría de Luhmann, todas las comunicaciones y construcciones sociales son inherentemente paradójicas (MOELLER, 2015).

También, dentro de un contexto de aprendizaje, hablando, por ejemplo, de la herencia de prácticas y mensajes asociados al folclore, se puede decir que lo que está por venir (llamado futuro) es ajeno a la influencia de los sujetos, pero también es modificable por sus posibles actos (SCHUTZ; LUCKMANN, 2001). Esto puede significar que ciertos patrones de comportamiento, significados, significados y otros, cambiarán a lo largo de generaciones basándose en reglas específicas de comunicación para un país, región, ciudad etc.

Respecto a esto, Bateson et al. (1994) dijo que, aunque las unidades de intercambio que son producto de la forma en que los individuos perciben lo que sucede, “Su percepción está guiada ineluctablemente por la cultura y la arbitrariedad social” (BATESON et al., 1994, p. 148). Combinando esto con la teoría de Luhmann, Moeller (2015) en sus palabras enfatiza el hecho de que la teoría de la comunicación es en sí misma comunicación.

Si queremos estudiar y entender el folclore como comunicación, es evidente que debemos reconocer en la sociedad dos procesos que lo constituyen: “la autoconstrucción y la retroalimentación” (Moeller, 2015, p. 176-177). Ambos son fundamentales para que una sociedad sea descrita y explicada a sí misma. En otras palabras, ambas dan lugar a una explicación teórica objetiva (como si fuera una mirada externa), que es en sí misma una operación social interna de una sociedad (MOELLER, 2015).

Sin embargo, en el trabajo se trató de recoger algunos elementos que dan lugar a la construcción de nuevas formas de ver el folclore, al menos en el contexto boliviano, enfatizando los procesos de interacción y profundización en los procesos de emisión y recepción de información (Mensajes, códigos, unidades de intercambio etc.) que permitan y/o faciliten la comprensión de la construcción de significados de prácticas vinculadas al folclore, en particular mediante la recolección de todos los elementos que interactúan alrededor de la danza. Según Subtil (2014, p. 37), que menciona lo siguiente:

La existencia de una sociedad presupone o proceso de comunicación, de interacción simbólicamente mediada, generación de creencias y representaciones, porque los individuos, viviendo cerca de un par de otros, a través de rituales y ceremoniales, tienen la capacidad de reproducción o sagrada. En otras palabras: la pulsión de lo sagrado instigó la sociedad de las cáscaras y el ritual consagrado pelo de la sociedad.

Si enfatiza la resistencia de los comportamientos y el comportamiento existente en este contexto, en torno a las prácticas populares, es fundamental reflexionar desde la visión ritual de la comunicación enfatizando las pequeñas actividades del día a día, la fiesta, la danza, e incluso Oración. Es en la construcción y el mantenimiento en el momento de un mundo cultural significativo y ordenado (por ejemplo, el pacaña o el boliviano), que sirve como el encuadre de la acción humana, y no en la mera transmisión de información, que la comunicación encuentra su más alto y manifestación original.

Otro aspecto interesante, según Carey (1975), es que la visión transmisiva enfatiza el lenguaje como un instrumento de acción práctica y de la razón discursiva, de pensamiento esencialmente conceptual e individual o reflexivo (simbolismo analítico). Por otro lado, la vista ritual ve el lenguaje como un instrumento de pensamiento como esencialmente situacional y social (simbolismo hereditario). A continuación, el Festival implicará procesos de comunicación en los que el lenguaje desempeña un papel decisivo en la construcción de sentidos y sentidos en torno a las prácticas producidas y reproducidas por las personas.

Finalmente, para entender el contexto, es necesario mencionar que a lo largo de la historia del folclore boliviano se han incorporado diversos elementos que han hecho más rica la diversidad cultural del país. Como es el caso específico de la *Fiesta del Señor de Gran Poder* enfatizando sus orígenes, continuidades y transformaciones en el tiempo, más conocida como la fiesta de *Gran Poder*, es una celebración religiosa que tiene lugar en la ciudad de La Paz, en la meseta de los Andes en Bolivia. Se celebra anualmente, un sábado a finales de mayo o principios de junio. Un gran desfile de bailarines tiene lugar en un recorrido de varios kilómetros en el centro de la ciudad. Esta fiesta es un homenaje a la representación del Señor Jesús, a quien se rinde culto en la entrada de la iglesia de San Antonio Gallardo.

Esta fiesta nació en la zona de Chijini en 1923. Un pequeño barrio que, con el paso de los años, ha logrado convertirse en el evento folclórico más importante de la ciudad de La Paz, expandiéndose en varios conjuntos folclóricos. El festival principal se celebra cada año, a finales de mayo o a mediados de junio.

El área del *Gran Poder*, que es donde empieza el recorrido de los bailarines, es una clara expresión de las diversas facetas sociales y culturales de la ciudad de La Paz, así como una muestra ilustrativa del conjunto de problemas que caracterizan a la sociedad boliviana. Independientemente de las diferencias socioculturales, esta área resume, a su manera, el complicado e innovador paisaje social de la ciudad de La Paz.

Una de las características relevantes de este paisaje sociocultural de la *Gran Poder* es la fragmentación sociocultural, que se expresa en la presencia de suntuosas

galerías donde se venden equipos de última generación y una próspera élite socio-cultural llamada por la 'burguesía chola' de Toranzo (1991). El festival *Gran Poder* es considerado uno de los principales impulsores del prestigio de la región, no sólo comercial, sino también folclórico y de gran atractivo turístico.

Esta fiesta es un símbolo del sincretismo religioso que mezcla las tradiciones católicas y las costumbres aymaras. Por ejemplo, en la víspera del desfile o entrada, los participantes le hicieron su promesa, comprometiéndose a bailar durante tres años consecutivos para que sus deseos se cumplan. Esta promesa se acompaña de una ceremonia para la Pachamama (madre tierra), en la que se quema un conjunto de objetos de azúcar como regalo, para pedir protección durante la celebración del *Gran Poder* y también para la vida cotidiana.



Figura 2 - Altar en honor al Señor Jesús del Gran Poder

Fuente: Terán, Karla. 2019.

Con varios meses de anticipación, el área de la Gran Potencia se moviliza con intensidad debido a la fecha de la fiesta de su santo patrón, conocida nacional e incluso internacionalmente como la Fiesta del Señor Jesús de la *Gran Poder*. Este año la fiesta comenzó el sábado 15 de junio en la ciudad de La Paz, con una muestra de color, lujo y ritmo por parte de decenas de bailarines y músicos que brillan en una de las tradiciones más concurridas de Bolivia que busca ser reconocida como Patrimonio de la Humanidad. El desfile folklórico, que comenzó temprano por la mañana, fue precedido por un grupo de sabios andinos, seguidos por algunas cofradías o fraternidades.

La Avenida Baptista es el punto de partida para los bailarines, donde se reúnen y se organizan antes de empezar a bailar. El desfile comienza en la Plaza Garita de Lima y continuará por las avenidas Tumusla y Buenos Aires, continuando por las calles hasta llegar al centro de la ciudad de La Paz. El palco oficial se encuentra en la Avenida Camacho, donde cada fraternidad exhibirá coreografías especiales en un intento de ganarse la simpatía de un comité de evaluación elegido para designar a la cofradía ganadora desde la entrada folklórica.

Para Blázquez y Nusenovich, en *El poder en el Gran Poder* (1993), la fiesta pone en circulación el capital expresivo de una sociedad. Lo estético puede explicarse desde “la construcción de un clima que sirva de escenario para la discusión simbólica de los conflictos del imaginario” (BLÁZQUEZ; NUSENOVICH, 1993, p. 313). La fiesta como un hecho social total incluye aspectos estéticos, económicos afectivos, religiosos etc.

Cada uno de estos aspectos aparece mediatizado por todos y cada uno de los demás, y en la historia de sus relaciones. En efecto, para Blázquez y Nusenovich (1993), existen poderes que juegan y efectúan manipulaciones simbólicas y reales en la fiesta paceña. Y si se trata de poderes, algunos resisten y se fortalecen más que otros por efecto de la globalización.

Entonces, desde sus orígenes religiosos, la fiesta de *Gran Poder* se ha visto influida por valores culturales externos que poco a poco se fueron fusionando con la cultura local, ya que entre los años 40' y 50' se organizaban dos fiestas, una en cada templo, pero la violencia persistía entre los vecinos. De hecho, las autoridades eclesiásticas decidieron en 1960 realizar una procesión a mediodía y otra en la noche, hasta que fueron unificadas 10 años después, tal y como se viene efectuando hasta el día de hoy.

En las expresiones folklóricas y populares se encuentra gran parte de la personalidad de un pueblo, una ciudad, una nación, etc. En todo proceso cultural, la tradición representa la raíz de la actividad cultural de un determinado lugar, siendo la tradición en donde se asientan los valores que caracterizan la cultura de un pueblo. De ahí surge la resistencia y respuestas autóctonas y nacionalistas que valoran o revaloran la cultura local.

Esta reacción es producto del impacto de la globalización, sobre todo después de la segunda mitad del siglo XX, que tiende a ‘borrar’ estas expresiones populares principalmente en las grandes ciudades donde se tiene mayor acceso a las nue-

vas tecnologías. En esta línea, las ciudades globalizadas se constituyen en grandes espacios con una cultura dominante que se impone sobre subculturas de carácter popular tradicional de origen rural y con rostro migrante. Es decir, que son fiestas que han tenido un realce mayor gracias al apoyo de estado y eso se vincula con la construcción y afirmación de la identidad nacional.

No obstante, las culturas populares tradicionales de cada nación no desaparecen totalmente, sino que se producen diversas adaptaciones, hibridaciones y transformaciones, de acuerdo con los cambios sociales particulares que están ocurriendo en un determinado contexto. Otro de los aspectos fundamentales radica en la sujeción de la cultura a la lógica economicista, la cual influye directamente en la evolución de la esencia misma de las culturas. Hablar de lo económico en el *Gran Poder* o en el carnaval de Oruro. Que la implicancia no solamente significa lo que generan de manera interna, sino del potencial de la promoción del folklore para el turismo del país.

En gran medida, la generalización y popularización de los valores de la sociedad de consumo provocan un verdadero cambio de mentalidades, de costumbres y de ética tanto en las élites sociales como en las clases desfavorecidas. Esta situación puede observarse en la fiesta de *Gran Poder* en La Paz, considerando que en el último tiempo el movimiento económico se ha incrementado.

Estimaciones de la Alcaldía de La Paz calculan que en 2019 la fiesta de *Gran Poder* generó aproximadamente 120 millones de dólares, significando un incremento del 130% con relación a los 52 millones de dólares generados en 2012 (SÁNCHEZ, 2019). Los rubros y categorías de gastos que se realizan contemplan el comercio de bebidas (con y sin alcohol) que supone el 43% del total, siendo la cerveza la bebida más consumida no sólo en la entrada, sino en las diferentes actividades previas y que son parte de la festividad.

De esta manera, la fiesta se convierte en un juego de poderes en el que primó el poder económico de los conjuntos folklóricos, se observa lo Blázquez y Nusenovich (1993) expresan como el poder del *Gran Poder*. Desde que la fiesta tomó las principales calles del centro paceño, se habla de la fiesta poco después de Navidad cuando “se piensa en los trajes y los bordadores, los músicos y los lugares de ensayo” (BLÁZQUEZ; NUSENOVICH, 1993, p. 315) que mueven millones de dólares.

En los últimos años, la difusión del evento en las redes sociales ha ido tomando mayor importancia al comunicarse a través de la página de Facebook toda la actividad relacionada con la *Asociación de Conjuntos Folklóricos Del Gran Poder* y de algunas fraternidades que cuentan con su propia página y extienden invitaciones, horarios de ensayo y otros.

En todo este proceso que poco a poco va incorporando elementos comunicacionales, la fiesta va ocupando las plataformas digitales en los que suma elementos simbólicos y estéticos en torno a lo que se ve y se conoce acerca de la misma. Con el tiempo, la mirada estética de la élite ‘chola paceña’ de origen migrante y aymara, va cambiando con las nuevas generaciones urbanas que añaden también su forma de ver el mundo.

Luego de la revolución de 1952, el Estado boliviano impulsó el mestizaje cultural que fue la base para la construcción de la identidad nacional, por lo que no es casual el crecimiento que tuvo la fiesta de *Gran Poder* a partir de los años 60' como un evento cultural que promueve precisamente ese mestizaje cultural que caracteriza a la sociedad boliviana y paceña. Entonces, es este mestizaje cultural que traducido en folklore resiste a un proceso globalizador que más bien busca homogeneizar bajo una sola cultura a la diversidad cultural de un determinado lugar. Como señala ROMÁN (2007, p. 59), "Tampoco es casual, que entre los primeros bailes que formaron parte de la entrada del *Gran Poder* estuviese la diablada, expresión máxima del Carnaval de Oruro; y, que a medida que la festividad fue creciendo se fueron apropiando de los bailes del carnaval orureño."

Claro que la gran diferencia con el *Carnaval de Oruro* recae en que en la fiesta de *Gran Poder* 'el cholaje paceño' reinterpreta las danzas desde su propia estética, con sus propios códigos, produciendo un mestizaje plural simultáneo al promovido por el Estado que muestra diferencias entre los mestizos, una idea que expresa muy bien lo que refleja esta fiesta culturalmente hablando.

Surge entonces la idea de que lo que ofrece resistencia al mundo globalizado es ese mestizaje plural boliviano presente en las tradiciones, costumbres y prácticas vinculadas al folklore. Ahora bien, al interior de la organización y de las fraternidades, este mestizaje plural se manifiesta en la procesión-desfile del sábado de la entrada encabezada por la imagen principal y seguida por las autoridades de la ciudad, de los barrios y por los presidentes de la Asociación y de las diferentes fraternidades, acompañados por sus señoras (BLÁZQUEZ; NUSENOVICH, 1993).

Por eso que es tan significativo el paso dado por la festividad de *Gran Poder* cuando esta tomó las principales calles de la ciudad de La Paz, involucrando a más sectores y grupos sociales que enriquecen la diversidad cultural de las manifestaciones folklóricas y van creando otros imaginarios de la fiesta y sus significados. En consecuencia, la resistencia se potencia precisamente con este proceso y expresa la estética visual de lo cholo paceño como una aproximación de mundos mezclados que asocian u oponen elementos que dan lugar a una amalgama de lo mestizo en Bolivia.

Para cerrar, se puede decir que este proceso de autoafirmación positiva de la identidad chola paceña ha dado lugar a una consecuente revalorización de la cultura popular y se expresa en aspectos tan simbólicos y significativos de esta fiesta en particular como son el poder, la ostentación, el derroche, etc., pero también en la riqueza del folklore puesto de manifiesto con las danzas que incluso han localizado a la fiesta de *Gran Poder* en los ojos del mundo a través del turismo y la promoción del Estado boliviano para lograr pronto su declaratoria por parte de la UNESCO como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad.

4 CONCLUSIONES

Me concretaré en afirmar que el folklore entendido de la comunicación puede generar un debate muy interesante en las ciencias sociales si se toman en cuenta los procesos de interacción y aprendizaje, en el desarrollo y dinámica en que se desenvuelven las relaciones humanas. Por lo tanto, reconozco de las contribuciones teóricas de los autores citados en el texto, lo nuevo y lo diferente que puede ser el análisis microscópico o detallado de las relaciones interpersonales, sociales y humanas.

Esto significa que a partir de este análisis que recoge y pone de relieve pequeños datos, que no son insignificantes, se hace un esfuerzo crítico y de reconstrucción de prácticas, hábitos y transmisión del conocimiento y la conciencia, para generar valoraciones clave de las relaciones humanas, de cómo se producen los procesos de comunicación en un contexto y una sociedad específicos, que sólo se podrían haber obtenido con una observación a largo plazo.

No se trata de hacer generalizaciones, ni de caer en definiciones teóricas ortodoxas ni de construir que los hechos sociales en competencia. Ni de pretensiones analíticas que revelen los más profundos 'secretos' de un hecho, de un objeto, de un contexto, etc. Se trata de agudizar el sentido reflexivo y crítico del investigador para explicar los 'detalles' que marcan la diferencia.

Se sabe que, en torno al folclore, por ejemplo, la danza, los escenarios socioculturales en los que se originan y desarrollan, modifican o trascienden, desde sus expresiones culturales y artísticas, etc., son múltiples las apreciaciones que se pueden hacer de la investigación social. Sin embargo, quiero tener la audacia de saber que hay algo más que se puede decir sobre todo esto.

En este sentido, pensar a las danzas como contenido, es visualizarlas como creación sociocultural, es decir que estas son para la comunidad, que a su vez son portadoras de valor cultural y simbólico, estético y expresivo de su realidad y su identidad colectiva. Conocerlas y comprenderlas es una forma de conocer y comprender la sociedad, así como practicarlas es una herramienta de integración y participación en lo comunitario.

Por ello, festividades importantes y de renombre como la fiesta del *Gran Poder* en La Paz (Bolivia), la danza puede sintetizar ciertos aspectos centrales de la sociedad. Así, bailar puede significar: prestigio, reivindicación social, poder económico, cohesión social, sincretismo, multiculturalidad, etc. Y en conjunto estos elementos caracterizan a una determinada sociedad.

Creo que, en la medida de mis posibilidades, así como los que tienen a todos los que están interesados en aprovechar estos insumos teóricos para hablar de folklore y otros temas culturales, es posible construir o intentar, al menos, a partir de ciertos aportes que motiven la reflexión, la curiosidad y la actitud etnográfica y analítica, más adelante, un cuerpo teórico basado en la comunicación, el aprendizaje y las relaciones humanas (todas combinadas y en constante interacción), a través del cual se pueden conocer todos los significados, significados, signos, códigos y otras unidades semánticas que conforman un hecho social, para su comprensión y,

por lo tanto, la propia sociedad en su conjunto como lo que a los sujetos se presenta como el mundo de la vida cotidiana.

Para cerrar toda esta reflexión, creo que es posible desde el campo del folklóre, es necesario dar cuenta de una manera de explicar una sociedad en sus propios términos y dinámicas. Hemos visto de todos los autores citados que el folklóre puede ser analizado como un proceso de comunicación y aprendizaje. Ciertamente se puede expandir y profundizar mucho más en su enfoque, apoyando otras contribuciones teóricas y herramientas metodológicas.

REFERENCIAS

ALDRETE MERCADO, G. M. A. Abstracción coreográfica sobre el rol femenino dentro del folklór mexicano. Tesis Licenciatura. Danza. Departamento de Música y Danza, Escuela de Artes y Humanidades, Universidad de las Américas Puebla. Mayo, 2003.

BATESON, G. et al. La Nueva Comunicación. Barcelona-EP, 1994.

BELTRÃO, L. Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

BLÁZQUEZ, G.; NUSENOVICH, M. El poder en el Gran Poder. Centro Argentino de Investigadores de Arte, Jornadas de Teoría e Historia de las Artes (p. 313-325). Buenos Aires, Argentina: Facultad de Filosofía y Letras UBA. 1993. Disponible en: http://www.caia.org.ar/docs/32_Blazquez-Nusenovich.pdf. Acceso en: 15 may. 2019.

BREGUEZ, S. Folkcomunicação: a comunicação das classes subalternas. Comunicação e sociedade, (38). 2001. Disponible en: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/download/4172/3925>. Acceso en: 15 may. 2019.

COPPARONI, Luli et al. Danzas sociales. 2012. Disponible en: <https://tododanzassociales.blogspot.com/search?q=danzas>. Acceso en: 15 may. 2019.

MOELLER, H-G. O paradoxo da teoria. Tempo social. Revista de Sociología da USP, v 27. n. 2. p. 167-179. 2015.

POVIÑA, A. Sociología del Folklóre. Universidad Nacional de Córdoba Publicaciones. Instituto de Arqueología, Lingüística y Folklóre "Dr. Pablo Cabrera". Argentina, 1943.

ROMÁN, A. O. Tantas idas y venidas. Resistencia: revista de los estudiantes de la Universidad Andina Simón Bolívar. Sede Ecuador. 2007 (p. 59-62). Disponible en: <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/4328/1/15-OT-Roman.pdf>. Acceso en: 15 may. 2019.

SÁNCHEZ, C. En siete años, el movimiento económico del *Gran Poder* creció en 130% [versión electrónica]. Oxígeno.bo. (12/06/2019).

SCHUTZ, Alfred; LUCKMANN, Thomas. Las Estructuras del Mundo de la Vida. Buenos Aires: Amorrortu, 2001.

SUBTIL, Filipa. A abordagem cultural da Comunicação de James W. Carey. Intercom – RBCC. São Paulo, v.37, n. 1. jan./jun. p. 19-44. 2014.

TORANZO, R. C. Burguesía chola y señorialismo conflictuado. En: F. Mayorga, Max Fernández: la política del silencio. Facultad de Economía, UMSS y FES-ILDIS: La Paz, 1991.

Raphael Fernandes Lopes Farias ¹

A memória das canções francesas no Brasil
a partir da minissérie Presença de Anita

*Memory of French Songs in Brazil
from the minissérie Presença de Anita*

RESUMO

Esse artigo analisa o uso das canções francesas como trilha musical presentes na minissérie televisiva brasileira *Presença de Anita* (GLOBO, 2001). Como parte da pesquisa de doutorado do autor a respeito do cancionário francês no Brasil, a presente obra audiovisual despontou como rico material para debater as hipóteses de como esse repertório se consolidou na memória e no imaginário brasileiro. Notou-se que as canções dos anos 1950-1960 ainda predominavam pelo menos até os anos 2000 como símbolos de música francesa. A cantora Maysa, intérprete da canção de abertura da minissérie ora abordada, por sua vez, se destaca como ponte entre a música popular brasileira e a francesa do período citado, criando um possível modelo performático para cantores nacionais que desejam visitar esse repertório.

Palavras-chave: canção francesa; mídias; memória; minissérie televisiva; trilha musical.

ABSTRACT

*This article analyzes the use of French songs as soundtrack present in the Brazilian television miniseries *Presença de Anita* (GLOBO, 2001). As part of the author's doctoral research on the French songbook in Brazil, the present audiovisual work emerged as rich material to debate the hypotheses of how this repertoire was consolidated in Brazilian memory and imaginary. It was noted that the songs of the 1950-1960s still predominated at least until the 2000s as symbols of French music. The singer Maysa, opening song interpreter for the miniseries or approached, in turn, stands out as a bridge between Brazilian and French popular music of the period mentioned, creating a possible performance model for national singers who wish to visit this repertoire.*

Keywords: french song; media; memory; television miniseries; soundtrack.

¹ Doutorando e Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Midiática da Universidade Paulista (UNIP). Bacharel em Comunicação Social e Licenciado em Música. Membro do Centro de Estudos em Música e Mídia – MusiMid. Bolsista CAPES PROSUP. E-mail: rapharias20@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

Nosso estudo se circunscreve à canção das mídias (VALENTE, 2003), aquela composta especificamente para as mídias audiovisuais ou tenha sido adaptada a elas. Este traço implica em características particulares na composição e performance da obra (duração da obra, arranjo, forma etc.), bem como na sua transmissão – que, por sua vez, depende das tecnologias da comunicação que variam a cada época.

Este trabalho se apresenta como um recorte da pesquisa de doutorado ora desenvolvida pelo autor, que se enquadra no projeto *Sous le ciel de Paris*, desenvolvido pelo Centro de Estudos em Música e Mídia. Como o título sugere, tal pesquisa versa sobre a produção e circulação de canções francesas no Brasil, de forma mais ampla. Nesse sentido, levam-se em conta intérpretes, versões, gravações, ícones imagéticos e usos midiáticos diversos.

É pertinente colocar a produção canônica da música popular brasileira em questionamento e apontar suas relações com o cancionero estrangeiro. O compositor Carlos Lyra, em sua canção *Criticando*, de 1956, regravada pelo grupo Os Cariocas (1994) faz referência direta a tais fenômenos, citando as influências hispânica, estadunidense, francesa, italiana e portuguesa. Destaque-se o trecho alusivo à canção francesa:

[...]
Quand tu m'invite à danser
Le ciel s'approche de nous
Nous dansons toute la nuit
Sous le beau ciel de Paris

O francês passa o dia inteiro
Dedilhando o acordeon
Quando o samba no terreiro
Dá de dez numa "chanson"
[...]

O cancionero francês consta ainda como um dos principais produtos musicais no mercado fonográfico brasileiro em seu auge (décadas de 1960 e 1970). Conforme pesquisa de Eduardo Vicente:

Entre 1965 e 1967, as gravações em inglês foram menos decisivas: apareceram com frequência artistas que cantavam em italiano, francês e espanhol, como Sergio Endrigo, Alain Barriere, Rita Pavonni, Trini Lopes, Trio Los Panchos, Charles Aznavour e Carmelo Pagamo. (VICENTE, 2008, p. 108)

Em busca de pontos de referência desse cancionero francês no Brasil, chegou-se também em produtos audiovisuais como as telenovelas, grandes difusoras de repertórios variados, receptáculos de memórias e criadoras de imaginários e ressignificações, conforme será explicado mais adiante. A minissérie *Presença de Anita* (2001), então, pareceu um exemplo *sui generis* para o estudo da canção francesa no país, uma vez que sua trilha sonora é composta basicamente por canções naquele idioma e país.

Tal fato serve como pista para indicar quais canções e quais cantores ficaram marcados na memória nacional, tendo em vista que a minissérie é de 2001, mas a trilha de canções usada está situada por volta dos anos 1960. Além do mais, busca-se explicitar canções francesas que ficaram marcadas no gosto musical nacional no âmbito das produções audiovisuais, levando em conta que situações, sentimentos, personas, lugares etc. evocam? São essas questões que o presente trabalho pretende abordar, ainda que fornecendo mais indícios do que conclusões definitivas.

2 TELENOVELA, POÉTICAS E MEMÓRIA: BREVES CONSIDERAÇÕES

A televisão no Brasil carrega significados que no imaginário dos Estados Unidos e da Europa ocorreram no começo do século XX com o cinema. (HAMBURGER, 2005.) Progresso, velocidade, transmissão em tempo real, novas tecnologias e, no campo social, a situação da mulher, divórcio, dilemas familiares, sexualidade, moda são temas frequentes nas telenovelas brasileiras, sendo estas um produto que reflete as dinâmicas e os dilemas sociais de sua época.

Fruto da consolidação da mídia televisiva, a telenovela se constitui como gênero midiático muito forte na América Latina e no Brasil, permitindo “mesclar os avanços tecnológicos da mídia com as velharias e anacronismos narrativos, que fazem parte da vida cultural” dos latino-americanos (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 115). Martín-Barbero ressalta ainda a capacidade da televisão de “juntar o saber fazer contas com a arte de contar histórias, conectando com as novas sensibilidades populares para revitalizar narrativas midiáticas gastas” (2004, p. 115).

Constata-se, então, a capacidade da telenovela de traduzir culturas e épocas, exercendo uma mediação entre repertórios, não estando a serviço de folclorismos congelados, justamente pela ocorrência de processos de hibridação (GARCÍA-CANCLINI, 1997), através do cruzamento entre televisão e outros campos culturais como a literatura, as artes plásticas, o cinema, o teatro, o circo, as festas populares, a música em seus múltiplos gêneros e formas.

A obra aqui analisada é uma minissérie, valendo-se de algumas peculiaridades em relação à novela. A minissérie não é tão somente apenas uma novela de curta duração, mas, uma obra fechada e com roteiro previamente definido, levando-se em conta seus cerca de dez capítulos, ao contrário das novelas que possuem centenas deles e têm suas histórias escritas ao longo da exibição, sujeitas, portanto, a mudanças de acordo com as tensões entre os produtores e o público, dentre outros fatores. Esse tipo de produção, que já fora chamado de *teleromance*, normalmente é construído sobre uma obra literária consagrada, sobretudo nacional (RIGHINI, 2004; PALLONTTINI, 1998) - como é o caso de *Presença de Anita*, que será explicado adiante.

3 NE ME QUITTE PAS... JE TE RACONTERAI L'HISTOIRE... ENREDO E CANÇÕES DE PRESENÇA DE ANITA

Sob a direção de Ricardo Waddington, Alexandre Avancini e Edgard Miranda, a minissérie *Presença de Anita* é de autoria de Manoel Carlos e foi produzida pela TV Globo em agosto de 2001. Transmitida no horário das 22h30, após a costureira “novela das oito”, entre os programas que se seguiam à novela e o Jornal da Globo. O horário permitiu a exibição de cenas de sexo, violência, dentre outros temas que seriam vetados mais cedo. Houve reprises em 2002 (TV Globo); 2005 (Canal Multishow); 2012, 2015 (Canal VIVA), as duas últimas, canais de televisão por assinatura pertencentes ao Grupo Globo.



Figura 1: Imagem da abertura da minissérie

Fonte: Memória Globo. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/minisséries/presenca-de-anita.htm>>. Acesso em 23 de novembro de 2019.

É indispensável mencionar que a trama da minissérie é derivada do romance homônimo escrito por Mário Donato, em 1948. No entanto, a obra audiovisual encena somente a primeira parte do livro e faz algumas mudanças no nome das personagens: o protagonista Eduardo, no original, torna-se Fernando na versão de Manoel Carlos. Resumidamente, essa primeira parte do romance trata de um homem casado que conhece Anita, mulher muito mais jovem e solteira, com quem passa a viver um romance. Ambos fazem uma espécie de pacto amoroso pós-morte, e Anita comete suicídio, o que deveria ser feito por Eduardo também. Ele, contudo, rompe o pacto.

Na minissérie, Anita morre primeiro devido a um ataque de punhal desferido por Fernando (Eduardo) e regressa espiritualmente, atraindo-o para a casa aonde viviam como amantes. Ele morre em um incêndio dubiamente acidental na casa. Na obra de Donato, por sua vez, a partir do rompimento do pacto suicida, Eduardo (Fernando) passa a ser atormentado pela “*Presença de Anita*”, que se manifesta pela boneca apelidada de Conchita, que pertencia a Anita. Após a morte de Anita, o protagonista se envolve em outros casos amorosos, mas sofre alucinações com a ex-amante que se matou por ele.

Livros com teor erótico parecem ter sido uma tendência nos meados do século XX. Muito célebre é o romance *Lolita*, do russo Vladimir Nabokov, publicado em

1952 - posterior ao *Presença de Anita*, de Donato. Segundo Sandra Maria Lapeiz e Eliane Robert Moraes (1985), muitos escritores da década de 1950 sofreram preconceitos com as suas publicações. Um deles é Georges Bataille que, para publicar *História do Olho* (1928), teve que usar o pseudônimo de Lord Aush. Esse período, segundo as autoras, é muito rico nesse tipo de literatura, pois, além de obras como as de Bataille, surgem também os polêmicos *História d'O* (1954), de Pauline Réage, e o já citado *Lolita* (1952) (LAPEIZ, MORAES, 1985). No Brasil, sete anos antes, surge *Presença de Anita* (1948) de Mário Donato. Embora todas sejam consideradas obras eróticas, não deixam de possuir traços distintos umas das outras.



Figura 2: diferentes edições do romance *Presença de Anita*

Fonte: Estante virtual.

A respeito da adaptação de obras da literatura para a televisão, até a década de 1970, notava-se uma preocupação com a fidelidade do texto, o que se modificou ao longo dos anos, dando mais liberdade à versão televisiva. A obra sofre atualizações, mudanças na ambientação, estrutura narrativa, dentre outras coisas que podem resultar em um produto totalmente diferente do texto original. (NAGAMINI, 2004). Ressalta-se que esse “novo texto” exige também uma nova leitura, gerando uma nova situação comunicativa que redimensiona as condições de produção e recepção e coloca os envolvidos na adaptação como mediadores.

Na adaptação para a televisão, ou seja, mídia audiovisual, fez-se necessário o uso de uma trilha sonora. A escolha das músicas que ambientam a história é fundamental para dar a tônica do produto audiovisual veiculado e para ambientar o espectador na trama. Essa escolha muitas vezes não passa pelo crivo dos autores da história original, como é o caso ora apresentado. De acordo com o produtor musical Alberto Rosenblit (apud RIGHINI, 2004), esse profissional tem a responsabilidade de “amarrar” a trilha sonora das novelas, que é composta basicamente por três itens: as canções – que normalmente farão parte dos Cds “nacional” e “internacional” da novela; variações dos temas dessas canções; e trechos livres, produzidos para preencher efeitos emocionais de que as canções apenas não dão conta. No entanto, Rosenblit afirma que quem define a escolha das músicas é o diretor. Tem-se,

portanto, um processo de recriação da obra quando transportada de uma mídia/linguagem para outra – livro para televisão; literatura para audiovisual.

A trilha sonora da minissérie *Presença de Anita* é majoritariamente composta por canções francesas.

Canção	Cantor(a)	Ano	Tema da personagem
Ne me quitte pas	Jacques Brel	1972 [1959]	Trilha geral
Ne me quitte pas	Maysa	1966	Abertura
Pigalle	Georges Ulmer	1946	Anita
Hier encore (J'avais 20 ans)	Charles Aznavour	1964	Fernando
Que c'est triste Venise	Charles Aznavour	1964	Lúcia Helena

Tabela 1: Canções francesas presentes na minissérie *Presença de Anita*

Fonte: tabela organizada pelo autor

A canção *Ne me quitte pas*, na versão de Maysa, é a trilha de abertura da minissérie. Enquanto a canção é ouvida, vê-se uma sequência de imagens em que Anita brinca com bonecos que podem ser entendidos como representação das personagens da trama em uma casinha de bonecas, mas, ao mesmo tempo, sugere a manipulação inerente a esse tipo de brincadeira e a aparência pueril da protagonista. Ouve-se Maysa cantando com sua habitual voz soprosa, num arranjo que contém instrumentos de corda, flauta e piano, em andamento lento e predominância de notas longas. Já a versão original de Jacques Brel, voz naturalmente masculina e, por isso, mais grave, de emissão mais clara que a de Maysa, toca durante várias cenas, normalmente quando as personagens principais estão refletindo sobre sentimentos amorosos conflitantes.

Ainda sobre o uso da canção *Ne me quitte pas* é importante destacar que há um arranjo instrumental que permeia cenas da minissérie e atua como espécie de *leitmotif*², não de alguma personagem em particular, mas da trama em si, variando de acordo com a situação. Nota-se a presença de um acordeão tocando trechos do tema, o que remete às ruas de Paris, em Montmartre do final do século XIX, quando este era o instrumento típico de acompanhamento dos *chansonniers* das ruas da capital francesa, algo que simboliza bastante a cultura daquele país³.

A canção *Pigalle*, de Georges Ulmer, 1944, tema da personagem Anita, remonta ao bairro de mesmo nome em Paris. Sua letra descreve a pujança de um lugar em tom de encantamento:

2 Motivo condutor, em português. Atribui-se o desenvolvimento dessa técnica ao compositor Richard Wagner. Consiste em um tema musical atribuído a uma personagem da ópera e que se repete em momentos que aludem àquela personagem, trazendo modificações conforme o estado psicológico da cena.

3 Edith Piaf, por exemplo, começou cantando nas ruas. Para uma descrição detalhada e interessante de cenas e circunstâncias como essas consulte Zumthor (2014, p. 32).

C'est un' rue
 C'est un' place
 C'est mê-me tout un quartier
 On en parle
 On y pase
 On y vient du monde entier
 [...]
 Grands magasins,
 Ateliers de rapins,
 Restaurants pour rupins
 Pigalle
 [...]
 Des visages
 Communs ou sensationnels
 On y parle
 Des langages
 Comme à la tour de Ba-bel
 Et quand vient le crépuscule
 C'est le grand marché d'amour
 [...]

Anita é uma mulher com cerca de 18 anos e aparece em algumas cenas cantando essa canção. Ela relata ter convivido, quando mais nova, com um pintor de nome Armando, que era apreciador de canções francesas e que teria ido embora para Paris. Evidencia-se a vida sexual prematura da personagem e, ao mesmo tempo, seu deslumbramento pela cultura parisiense – e pela possibilidade de ascensão social, tendo em vista os dizeres da letra - através de um “mentor” mais velho. A jovem mulher também menciona muitas vezes a canção *Ne me quitte pas*, traduzindo o título para quem não a conhecia: “não me deixe”.

Hier encore, também conhecida como *J'avais 20 ans*, é uma canção associada na minissérie ao casal Fernando e Lúcia Helena, principalmente a ele. A canção retrata alguém que perdeu tempo na vida com coisas banais e padece de solidão na velhice:

Hier encore, j'avais vingt ans, je caressais le temps
 J'ai joué de la vie
 Comme on joue de l'amour et je vivais la nuit
 Sans compter sur mes jours qui fuyaient dans le temps
 [...]
 Hier encore, j'avais vingt ans mais j'ai perdu mon temps
 À faire des folies
 Qui me laissent au fond rien de vraiment précis
 [...]
 Car mes amours sont mortes avant que d'exister
 Mes amis sont partis et ne reviendront pas
 Par ma faute j'ai fait le vide autour de moi
 Et j'ai gâché ma vie et mes jeunes années
 Du meilleur et do pire en jetant le meilleur

Homem já maduro, Fernando vivia um casamento estável. Tinha uma filha adolescente – de quase a mesma idade que Anita –, mas sentia-se entediado com a rotina e não se dava bem com a família de sua esposa, sobretudo com seu sogro, que desvalorizava seu ofício de escritor. Foi quando, em época das festividades de Natal, ao ir com sua esposa e sua filha para a casa na cidade onde mora família de Lúcia Helena – família de prestígio local - conhece Anita, e vê-se na possibilidade de revigorar sua vida. Ele mistura as personagens dos romances que escreve com Anita,

fazendo descrições similares entre o que era ficção e o que era realidade.

A esposa, Lúcia Helena, recebe como canção-tema *Que c'est triste Venise*. A descrição de alguém que não enxerga beleza em nada ao redor, mesmo estando em Veneza, uma das cidades simbólicas para casais de namorados e local de muitos expoentes da arquitetura renascentista, além de sediar inúmeras exposições e museus e possuir uma paisagem urbana muito peculiar, com seus canais, transportes fluviais, transbordamentos da maré alta e as canções de gondoleiros, celebrizadas no gênero de composição *barcarola*, muito usado principalmente durante o romantismo, inspirado nas canções de gondoleiros e no movimento das barcas.

Na tentativa de explorar e compreender o uso das canções francesas nessa minissérie, que, a princípio não possui relação direta com esse tipo de repertório, seguem algumas considerações. As trilhas musicais são escolhidas por produtores especializados nessa área, que tentam traçar relações entre a obra e o imaginário do público. Para tanto, usam-se de estereótipos e clichês, muitas vezes provenientes do cinema hollywoodiano (RIGHINI, 2004). Arthur da Távola (1996) considera que no trinômio narrativo – autor, diretor e câmera (ou “olho” do espectador) – seria equivocado acreditar que a câmera supra as funções a que se propõe: é necessário que se unam as linguagens visual e sonora. Acrescenta:

Nesse trabalho de caracterização de personagens e de um conjunto dramático-narrativo, a câmera é auxiliada pelo áudio, e ambos, juntos, chegam a “julgar” o personagem, dando-lhe foros de herói, vilão, ingênuo, vencedor, por meio de sua seleção expressiva (TÁVOLA, 1996, p.78).

O produtor musical, portanto, exerce papel fundamental sobre a narrativa, cabendo a ele também determinar o clima das cenas e o caráter das personagens. Conforme o sonoplasta Thanus Chalita (apud RIGHINI, 2004), o produtor musical, antes do início da novela, toma conhecimento da trilha pretendida, canções nacionais e internacionais. Esse profissional precisa saber qual é o estilo da novela, onde se passa – se em algum subúrbio, se há um núcleo mais “chique”... a trilha incidental é montada em cima das cantadas, criando arranjos, fazendo passagens com violinos, por exemplo, criando arremates da canção tema etc.

As falas de Távola e Chalita remetem não somente à maneira como se escolhem as canções para uma produção audiovisual, mas como se fazem “reusos” dessas para efeitos psicológicos, tal como foi feito com a canção *Ne me quitte pas*, aplicando-se acordeão, mudando-se tonalidades, andamentos e timbres, de acordo com o sentimento a ser transmitido. Além do mais, a escolha de canções francesas de sucesso, para essa minissérie, indica as relações simbólicas consolidadas no público para tal repertório: a trama em torno de uma família rica, que tem um de seus membros envolvidos em um caso de amor adúltero com uma mulher muito jovem. Esta, por sua vez, revela seus encantos e seus temores através das canções e o mesmo ocorre com a personalidade das outras personagens e seus dramas existenciais. Não é à toa que *Ne me quitte pas* cantada por Maysa é escolhida para a abertura, simbolizando o desejo de paixão avassaladora de Anita; já a mesma canção, na voz

de Jacques Brel, relaciona-se ao desejo que Fernando desenvolve por Anita e na mesma intensidade dela ao longo da trama.

Contudo, normalmente o que se observa no uso das canções em novelas é uma relação íntima entre consumo e trilha sonora, isto é, as músicas da moda estariam presentes nas novelas, ou as novelas atrairiam ouvintes para lançamentos musicais – lembrando que o *Grupo Globo* é detentor da gravadora *Som Livre*, que foi fundada em 1969 justamente com essa finalidade. As canções utilizadas em *Presença de Anita* não parecem cumprir esse papel comercial, mas, como fora exposto anteriormente, o formato de minissérie permite um tipo de produto diferente da novela, mais fechado em si e, pelo que demonstra, não necessariamente conectado com a dinâmica de consumo musical do momento.

4 MAYSÁ: UM MODELO PERFORMÁTICO?

A fim de adentrar, um pouco mais na circulação do cancionário francês no Brasil e seus impactos na produção musical local, peguemos o exemplo da cantora Maysa, que interpreta a abertura da minissérie aqui trabalhada. Não à toa, Maysa gravou diversas músicas em francês, lançando versões brasileiras de canções de sucesso em dados momentos, excursionou para a França, onde também gravou músicas, e tais canções parecem ter encontrado lugar de convergência no repertório da cantora e em seu estilo.

Maysa consegue uma rápida ascensão do quase absoluto anonimato frente ao público geral para um estouro de sucesso. Quisá a peculiaridade de sua situação, uma *socialite* recém-casada com um Matarazzo – família de industriais paulistas – fez-se conhecida como cantora, a princípio, em reuniões sociais e dedicou os lucros de seu primeiro disco à caridade, optando pela carreira artística contra a vontade do marido logo em seguida, o que lhe rendeu uma escandalosa separação.

No Brasil dos anos 1950, época do relato acima, a mídia predominante era o rádio (NAPOLITANO, 2005; GONZÁLEZ, 2000), que movimentou imensamente o cenário musical em concomitância com a indústria fonográfica – discos 78 rpm e a novidade dos *long-plays*. Na mesma década de 1950, a televisão é inaugurada no país e vai se fortalecendo lentamente ao longo daqueles anos, tomando emprestado muitas atrações do rádio e da indústria fonográfica em sua programação. Cabe destacar o ponto de encontro dessas duas mídias no campo da produção musical, podendo-se enxergar a cantora Maysa como um ícone artístico da mudança tecnológica do limiar entre mídias e estéticas: cantava sambas-canção, boleros e canções francesas, com toda a carga performática e interpretativa daqueles gêneros, ao mesmo tempo em que flertava com a Bossa Nova e seu espírito de modernidade.

Maysa teve um programa na *TV Record*, de São Paulo, estreado em 1957, no qual apresentava canções de repertório variado: desde músicas autorais – ao estilo *sambolero* - e *Bossas* as mais recentes, recebendo músicos convidados; expondo, dessa maneira, um trânsito entre gêneros musicais, estéticas e estilos performáticos. Para alguns autores, no entanto, suas interpretações de Bossa Nova não soavam harmônicas à proposta

daquela estética, tendo em vista detalhes de sua *persona vocal*⁴, ainda que seu prestígio servisse como chancela para a novidade musical (MELLO 2017; NETO, 2007).

Canções francesas estiveram presentes no repertório de Maysa desde o começo de sua carreira. Em 1957, o LP *Maysa*, inclui a canção *Un jour tu veras*, canção de Marcel Mouloudji e George Van Parys. Em 1959, Hino Ao Amor (Hymne Á L'Amour), sucesso na voz de Édith Piaf, ganhou versão traduzida para o português e cantada por Maysa, no LP *Maysa é Maysa... é Maysa, é Maysa!* (1959). No mesmo ano, a cantora lança um compacto duplo contendo a canção *Chanson D'amour*, de Heinz Gietz e Kurt Feltz. As canções *Fin de Jour* e *Les Inconscients*, de Eddy Marnay e Guy Magenta, foram lançadas em um compacto duplo na França - Maysa lançou discos internacionais gravados em outros países, alguns nem chegaram a circular no Brasil. Finalmente, em 1966, chega a versão de Maysa de *Ne me quitte pas*, em um compacto duplo pela *RCA Victor*.

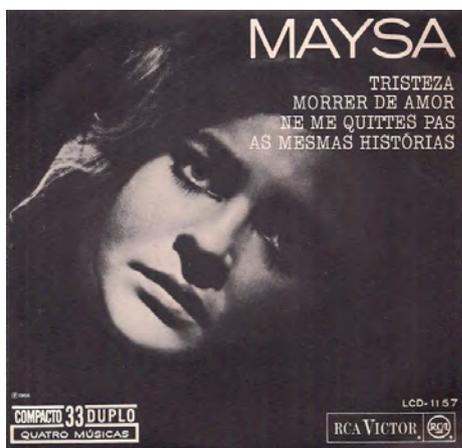


Figura 3: Disco em que consta a canção *Ne me quitte pas*, 1966.

fonte: Discogs. Disponível em: < <https://www.discogs.com/Maysa-Tristeza-Morrer-De-Amor-Ne-Me-Quitte-Pas-As-Mesmas-Hist%C3%B3rias/release/9030873>>. Acesso em 24 de novembro de 2019

As muitas gravações em francês de Maysa garantem à cantora uma posição privilegiada como uma representante desse repertório no Brasil e em outros países também. Tal é o fato, que, consta do sítio Youtube, grande plataforma de vídeos e músicas, a referida gravação de Maysa de *Ne me quitte pas*, com a foto de Édith Piaf, como se fosse cantada por esta. Contudo, Piaf nunca gravou *Ne me quite pas...* A confusão gera discussões entre comentários de ouvintes de diversas nacionalidades. De alguma forma, Maysa ganhou tanta notoriedade com essa gravação que chega a ser confundida com um dos grandes ícones da música francesa, afinal, não seria tão óbvio que uma brasileira regravasse uma canção com tais atributos e com uma *persona vocal* diferente dos estereótipos musicais brasileiros vendidos fora de nosso país.

4 A *persona vocal* tem as características peculiares à voz do intérprete, criadas via timbre, fatores psicofisiológicos, tecnológicos etc., caracterizando aquele ou aquela intérprete, precisando equacionar um diálogo entre o texto escrito/poético, o texto musical ou a sua relação com a memória/cultura oral e o seu próprio conhecimento na construção de um timbre que possa harmonizar com a voz instrumental (BOUCHARD, 2010).

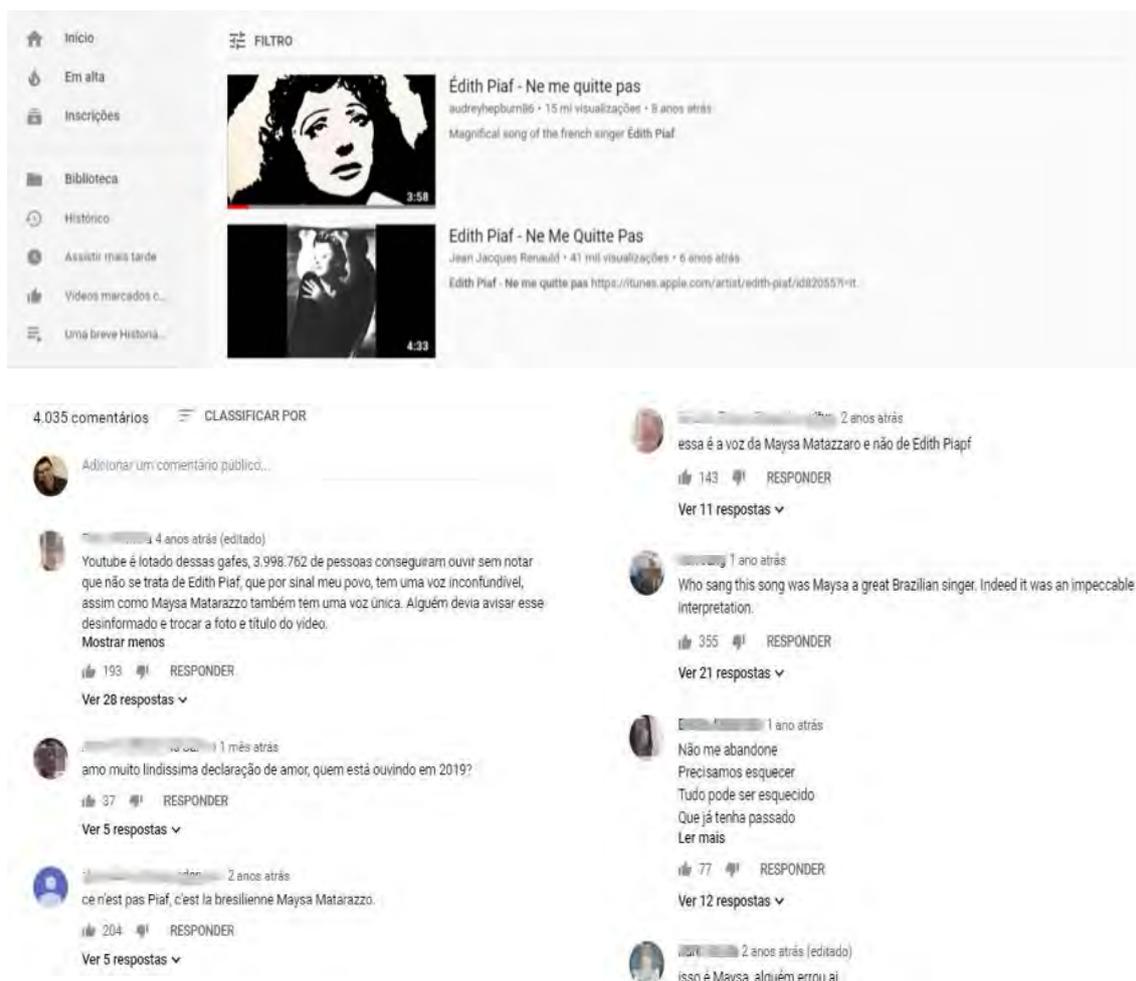


Figura 3: Erros e confusões de intérpretes no Youtube: Maysa confundida com Edith Piaf .

Fonte: Youtube. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=sIHjkszSAKs>>. Acesso em 24 de novembro de 2019.

A forte ligação com o repertório romântico, de grande carga dramática reiterada pelas características vocais – ou *persona vocal* – empregadas pela cantora, fez com que, a despeito de suas inúmeras gravações de Bossa Nova, não desconstruíssem a imagem da cantora ultrarromântica, ou de “fossa”, para muitos fãs e críticos musicais.

É preciso recorrer ao conceito de performance enunciado por Paul Zumthor (1997) para se ter maior entendimento do que está colocado aqui. O autor sugere que performance não se trata apenas do ato exercido pelo emissor da mensagem, no caso, restrita a execução do artista, mas também do receptor e dos meios de transmissão, inclusos o espaço e a tecnologia. Trata-se de uma situação em que todos os parâmetros do eixo comunicacional se fazem presentes e ganham relevância e função ativa, isto é, o que o artista transmite está relacionado com todo o aparato espacial, circunstancial e tecnológico em diálogo com o público.

O que se entende por canção nesse trabalho pertence ao escopo da música gravada, da canção midiaticizada. Nesse sentido, abandona-se o caráter efêmero da performance e sua tatilidade, perdem-se elementos da corporeidade, do qual a voz é apenas expansão (ZUMTHOR, 2014). Devemos, portanto, pensar a canção midiaticizada entre as mídias primárias – corpo – e terciárias – aparatos tecnológicos - e suas

relações. Ou seja, os diálogos entre o corpo e as tecnologias disponíveis: os usos da voz em relação aos microfones e a capacidade de captação sonora desses; os instrumentos usados no arranjo; a pronúncia das palavras e a impositação vocal etc. Ressaltando que essas características também se dão tanto pelas demandas do compositor quanto pelo gosto estético vigente e pela estrutura/intenção da gravadora.

Retomando a questão da corporeidade e sua importância performática é preciso levar em conta, além das características vocais do cantor, suas atitudes físicas. Como se veste, que penteado usa, aplicação de maquiagem, adereços, poses fotográficas, como se movimenta no palco ou no vídeo, gestos, se fuma ou bebe em cena ou mesmo em público, dentre outras marcas que compõe aquilo que o artista transmite. Tais observações remetem a ideia de canção enunciada por Christian Marcadet (2007), para quem a canção é “um fato social total”, e deve ser estudada não apenas pela obra em si ou pelos seus autores e intérpretes, mas pelas materializações diversas, tais como capas de disco, cartazes, notas de imprensa, programas de espetáculo, videocliques, dentre outros.

A partir da gravação de *Ne me quitte pas*, efetuada por Maysa, no Brasil, muitos outros cantores incorporaram a canção a seus repertórios. Para citar alguns, Alcione e Miúcha; em 2009, a versão de Maria Gadú logrou considerável sucesso, com um arranjo bastante diferente – mais próximo de sonoridades atuais da MPB - do que se escuta em Maysa ou em Jacques Brel. Os gaúchos Felipe Catto e Daniel Debiagi frequentemente fazem remissões ao repertório consagrado de Maysa, em que comumente consta *Ne me quite pas*. Por último, Mc Carol, uma “funkeira” de Niterói ligada a subgêneros do funk como o proibidão, cantou *Ne me quitte pas* em algumas apresentações... de funk. E sem o tradicional acompanhamento do gênero, cantou, praticamente, a cappella. Há muito do que Maysa, falecida em 1977, ofereceu em suas performances presente nos modos desses exemplos citados, o que renderia um grande e rico estudo à parte, levando em conta toda a ideia de canção e performance explicada até aqui.

Este volume de novas versões sobre a canção *Ne me quitte pas*, em suas formas nômades (ZUMTHOR, 2014), aponta para uma necessária análise que levantaria questões sobre a natureza simbólica, tensões entre cultura erudita e popular e uma longa discussão a luz de autores como Pierre Bourdieu... Contudo, tais questões ficam reservadas para uma próxima etapa da pesquisa.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Retomo o enunciado do projeto de pesquisa no qual o projeto que deu origem a este artigo se insere:

É inquestionável a forte presença da cultura francesa na brasileira, fator que ultrapassa de longe o imaginário dos cafés parisienses, da Meca da moda, de uma suposta vida governada pelo atendimento aos prazeres da vida: a comida, a arte, as aventuras amorosas. A cultura francesa radicou-se na cultura brasileira, durante o Império, expressando-se no tocante à educação formal, à adoção de formas de comportamento e boas-maneiras (etiqueta) à produção científica, artística (literária, em particular), pelo menos até a década de 1930, quando a cultura estadunidense toma

o protagonismo. Ainda assim, a França permanece a referência em setores específicos, tais como a gastronomia e a alta costura” (VALENTE, 2019).⁵

No que diz respeito às aventuras amorosas, parece que estas ainda recebem *status especial* por via da música popular francesa, em uma determinada época nas produções audiovisuais. Levanta-se, a hipótese de que a tradição dos *cafés cantantes*⁶ e suas histórias de luxúria, amor e diversão regadas a números musicais, sobretudo no século XIX, até a *Belle Époque* tenha-se estendido por outras décadas, traçando um perfil no imaginário brasileiro – e em outras localidades. Ao passo que, a suntuosidade dos resquícios da França absolutista – palácios, jardins, obras de arte - e as grifes de alta costura, majoritariamente sediadas em Paris, construíram as “imagens” das canções francesas que se consolidaram mundialmente.

No entanto, ainda são pouco numerosos os estudos relativos à canção urbana francesa e sua presença na paisagem sonora brasileira⁷. Existem estudos que abordam aspectos interculturais entre Brasil e França, mas não a partir do repertório musical, não se pautando na reflexão sobre as canções nas mídias. A música popular das mídias, isto é, pensada para os aparatos midiáticos sonoros de gravação e reprodução de diversos formatos – incluindo o rádio – emerge como importante fator que aglutinou a cultura nacional ao longo do século XX. A esse respeito, observam-se estudos sobre movimentos nacionalistas atrelados a determinados gêneros musicais, como o samba, a Bossa Nova, a Tropicália... e sobre música *pop* estadunidense e o *rock* anglófono e relações com o Brasil. Pouco se vê sobre gêneros musicais que sem dúvida se fizeram e fazem presentes na cultura e no mercado nacionais.

Ainda assim, certos nomes permanecem vívidos na memória auditiva de muitos ouvintes e nos documentos de variadas épocas, por meio de matérias jornalísticas ou *hit parades*. É bem verdade que a teledramaturgia retoma as obras como música incidental ou tema de abertura, como no caso da minissérie ora abordada, mas nem sempre isso ocorre. Quais seriam os mecanismos de memória que preservam tais lembranças? Será que num futuro próximo uma estrela da atualidade como Rihanna terá a mesma presença na memória - afetiva e mercadológica - que Edith Piaf ou Charles Aznavour? Ressalta-se aqui a importância de trabalhos como os de Bibi Ferreira, que durante décadas apresentou espetáculo *cantando* e *contando* Piaf, sendo premiada pelo governo francês nos anos 1990. Além dos hábitos de escuta e estratégias de fixação da memória, há também um processo de formação de um repertório de “clássicos”, quer pela sua qualidade estética quer por uma série de associações simbólicas de natureza diversa que se remetem à obra musical.

Acreditando que as qualidades particulares da performance do cantor constituem instrumento de pesquisa privilegiado para o estudo de produtos e de processos culturais, em suas formas de diversas formas de recepção, representação e criação de identidades na cultura das mídias, o presente trabalho intentou apresen-

5 Projeto *Sous le ciel de Paris*, coordenado por Heloísa de A. Duarte Valente e aprovado pela FAPESP em novembro 2019.

6 Vide o *Alcazar*, no Rio de Janeiro oitocentista.

7 A presença da música brasileira na França, por sua vez, tem sido alvo de estudos, como se pode constatar na vigorosa obra de Fléchet (2017) *Madureira Chorou...em Paris: A Música Popular Brasileira na França do Século XX*.

tar conceitos em torno da performance inserida no contexto da comunicação, assim como das canções dentro de uma cultura midiática vigente que não prescinde da corporeidade.

Como desde minha pesquisa de mestrado venho estudando as canções midiáticas estrangeiras em diálogo com as produções e poéticas musicais brasileiras, antes com ênfase para as de matriz hispânica, sobretudo o bolero e seus híbridos com o samba-canção no Brasil, e, agora, a canção francesa, levando elementos como a *performance* e relações com a indústria fonográfica, a pesquisa rumo para uma nova contribuição ao estudo da influência francesa na música popular brasileira, e uma resignificação da percepção da música popular dialogando com gêneros, subgêneros e práticas musicais circulares.

REFERÊNCIAS

- AZNAVOUR, Charles. Hier... Encore. Direção artística : Del Newman. Paris : Barclay, 1976. 1 disco sonoro. 33 rpm, 12 pol. Long-play.
- BOUCHARD, Vincent. Le personnage vocal: Une exploration pluridisciplinaire du chant dans la musique populaire. Università de Montreal, Departament de musicology, 2010.
- FLÉCHET, Anaís. Madureira Chorou...em Paris: A Música Popular Brasileira na França do Século XX. São Paulo: Edusp, 2017.
- GARCÍA-CANCLINI, Néstor. Culturas Híbridas - estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: EDUSP, 1997.
- GOMES, Renato Cordeiro. Matrizes culturais e formatos industriais: uma série brasileira de televisão. Calígrama (São Paulo. Online), 2(2), 2006.
- HAMBURGER, Esther. O Brasil antenado: a sociedade da novela. São Paulo: Zahar, 2005.
- LAPEIZ, Sandra Maria. MORAES, Eliane Robert. O que é pornografia. São Paulo: Ed. Abril Cultural e Ed. Brasiliense, 1985.
- LYRA, Carlos. Criticando. In: CARIOCAS, Os. Col. Mestres da MPB. Direção artística: Carlos Alberto Sion; Tárík de Souza. Warner music, 1994. 1 CD sonoro. 996792-2.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo. Para uma revisão das identidades coletivas em tempo de globalização, in LOPES, M. I. V. (org.). Telenovela: internacionalização e interculturalidade. São Paulo: Loyola, 2004.
- MARCADET, Christian. Fontes e recursos para a análise das canções e princípios metodológicos para a constituição de uma fonoteca de pesquisa In: VALENTE, Heloísa (org.) Música e mídia: novas abordagens sobre a canção. São Paulo: Via Lettera; FAPESP, 2007.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. 2 ed. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2001.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. Ofício do cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Loyola, 2004.
- MAYSA. Maysa. Direção artística: Enrico Simonetti. São Paulo: RGE, 1957. 1 disco sonoro. 12 pol, 33 rpm, Long-Play.
- _____. Maysa é Maysa... é Maysa, é Maysa! Direção artística: Enrico Simonetti. São Paulo: RGE, 1959. 1 disco sonoro, 12 pol. 33 rpm/ Long-play.
- _____. Maysa. Direção artística: Franck Aussman. Paris: Barclay, 1959. 1 disco sonoro, 45 rpm, 10 pol. Compacto Duplo.
- _____. Tristeza/Morrer de Amor/Ne me quitte pas/As Mesmas Histórias. São Paulo: RCA Victor, 1966. 1 disco sonoro, 10 pol, 45 rpm. Compacto Duplo.

MELLO, Zuzi Homem de. Copacabana: a trajetória do samba-canção (1929-1958). São Paulo: Sesc/ Editora 34, 2017.

MOTTER, Maria de Lourdes. A telenovela: documento. REVISTA USP, São Paulo, n.48, p. 74-87, dezembro/fevereiro 2000/2001.

NAGAMINI, Eliana. Literatura, Televisão, Escola: estratégias para leitura de adaptações. Col. Aprender a ensinar com textos, vol 11. São Paulo: Cortez, 2004.

NETO, Lira. Maysa: só numa multidão de amores. São Paulo: Editora Globo, 2007

Presença de Anita. Direção-geral: Ricardo Waddington e Alexandre Avancini. Minissérie. 3 Dvds. 650 min. Cor. Rio de Janeiro: Som Livre, 2001.

PALLONTTINI, Renata. Dramaturgia de televisão. São Paulo: Moderna, 1998.

RIGHINI, Rafael Rosso. A trilha sonora da telenovela brasileira. São Paulo: Paulinas, 2004.

TÁVOLA, Arthur. A telenovela brasileira: história, análise e conteúdo. São Paulo: Globo, 1996.

VALENTE, Heloísa de A. Duarte. As vozes da canção da mídia. São Paulo: Via Lettera/ FAPESP, 2003.

_____. Sous le ciel de Paris. Projeto de pesquisa. São Paulo: Unip, 2019.

ULMER, Georges. Pigalle. LA. 1 disco sonoro. 10 pol. 78 rpm. Rio de Janeiro: Columbia, 1944.

VICENTE, Eduardo. Segmentação e consumo: a produção fonográfica brasileira – 1965/1999. ArtCultura, Uberlândia, v. 10, n. 16, p. 103-121, jan.-jun. 2008.

ZUMTHOR, Paul. Introdução à poesia oral. São Paulo: Hucitec; Educ, 1997

ZUMTHOR, Paul. Performance, recepção e leitura. São Paulo: Cosac & Naify, 2014.

Irma Magaña Carrillo¹
Carlos Mario Amaya Molinar²
Ileana Ochoa Llamas³

Patrimonio para la humanidad: Colima destino turístico
desde su patrimonio cultural y natural

*World heritage: Colima tourist destination from its
cultural and natural heritage*

1 Mexicana. Doctora en Ciencias. Área Relaciones Internacionales Transpacíficas por la Universidad de Colima. Profesora-Investigadora adscrita a la Facultad de Turismo de la Universidad de Colima. Líder del Cuerpo Académico UCOL-CA-60 Estudios de Turismo y Competitividad. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores Nivel I. E-mail: rumamac2002@gmail.com

2 Mexicano. Doctor en Turismo, Derecho y Empresa por la Universitat de Girona. Profesor-Investigador adscrito a la Facultad de Turismo de la Universidad de Colima. Integrante del Cuerpo Académico UCOL-CA-60 *Estudios de Turismo y Competitividad*. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores Nivel I. E-mail: carlos_amaya@uocol.mx

3 Mexicana. Maestra en Finanzas por la Universidad de Colima. Profesora-Investigadora adscrita a la Facultad de Turismo de la Universidad de Colima. Integrante del Cuerpo Académico UCOL-CA-60 Estudios de Turismo y Competitividad. Coordinadora del posgrado en el plantel del 2016 a la fecha. E-mail: ileana8a@uocol.mx

RESUMEN

Colima patrimonio tanto natural como cultural, donde se involucran tangibles e intangibles, la búsqueda de ser reconocido como un espacio y territorio en el contexto turístico, destacando la aportación desde sí mismo hacia la humanidad, con el reto de ser reconocido y sobre todo trascender como patrimonio de la humanidad. La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO por sus siglas en inglés), es la organización que ofrece esta posibilidad para llegar a ser como estado o partes de su composición un patrimonio de la humanidad. A través de la UNESCO se busca establecer un diálogo entre todas las civilizaciones que conforman la gran humanidad en el mundo, una forma de comunicar, de establecer esa comunicación permanente en lo bien que hace la humanidad para la humanidad. El objetivo general del proyecto es: Determinar la factibilidad de que el estado de Colima, en su totalidad o en alguno de sus recursos, sea denominado Patrimonio Cultural y/o Natural de la Humanidad, a fin de contribuir a la conservación de sus recursos naturales y culturales e impulsar la atracción de visitantes a la entidad, en virtud de la obtención de la denominación. De acuerdo a la naturaleza del estudio la perspectiva fue cualitativa, se utilizó la técnica de grupos focales, participaron informantes con diferentes especialidades, se desarrollaron tres en diferentes fechas, una guía de detonadores que dio como resultado un levantamiento dinámico, diverso, deja un trabajo denso pero interesante para su análisis.

Palabras clave: Colima; destino turístico; patrimonio cultural; patrimonio natural; patrimonio de la humanidad.

SUMMARY

Colima, natural and cultural heritage, where tangible and intangible are involved, the search to be recognized as a space and territory in the tourist context, highlighting the contribution from itself to humanity, with the challenge of being recognized and transcending as a World Heritage Site. The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) is the organization that offers the possibility to become as a state or parts of its membership a World Heritage Site. UNESCO seeks to establish a dialogue between all the civilizations that make up the great humanity in the world, a way of communicating, of establishing that permanent communication in the good that humanity does for humanity. The overall objective of the project is: To determine the feasibility of the state of Colima, in its entirety or in any of its resources, to be called the Cultural and/or Natural Heritage of Humanity, in order to contribute to the conservation of its natural resources and encourage the attraction of visitors to the state, by virtue of obtaining the designation. According to the nature of the study, the perspective was qualitative the focus group technique was used and informants with different specialties participated. Three focus groups were developed on different dates. A detonator guide, that brings as a result a dynamic, diverse data collection, which left an interesting dense work for its analysis.

Keywords: Colima; tourist destination; cultural heritage; natural heritage; world heritage.

1 INTRODUCCIÓN

El presente artículo es resultado del trabajo realizado como parte de la investigación titulada: *Determinación del potencial del patrimonio natural y cultural del estado de Colima para su inscripción en la lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO*. Dicha investigación declara como objetivo general determinar la factibilidad de que el estado de Colima, en su totalidad o con alguno de sus recursos, sea denominado Patrimonio Cultural o Natural de la Humanidad, a fin de contribuir a la conservación de sus recursos naturales y culturales e impulsar la atracción de visitantes a la entidad, en virtud de la obtención de la denominación.

Particularmente en este trabajo se presenta un análisis del procedimiento seguido hasta el momento para identificar y seleccionar aquellos bienes naturales y culturales del estado de Colima, México, partiendo de su potencial efectivo que le permita ser denominado patrimonio mundial de la humanidad de acuerdo con los lineamientos establecidos por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (de aquí en adelante, UNESCO).

La inclusión del estado de Colima o algunos de sus recursos culturales o naturales representa un importante impulso a los esfuerzos de conservación de los recursos naturales y culturales del estado, al resaltar su valor intrínseco y su capacidad para atraer corrientes de visitantes turísticos que contribuirían a generar la conciencia sobre su patrimonio, así como ingresos económicos, empleos e impuestos derivados de la actividad turística.

Por su parte, la UNESCO, colabora con países en todo el mundo, analizando y evaluando sitios que cuenten con un valor único excepcional, a fin de garantizar su salvaguarda para las generaciones futuras. Por lo cual, el conocimiento del funcionamiento y lineamientos de la UNESCO son parte fundamental en el desarrollo de esta investigación, ya que se utilizarán documentos e información que serán de utilidad para cumplir con el objetivo del estudio.

De manera general, para ser incluidos en la Lista del Patrimonio Mundial, los sitios o recursos deben tener un valor universal excepcional y cumplir al menos con uno de los diez criterios de selección establecidos. Estos criterios se explican en las *Orientaciones para la aplicación de la Convención del Patrimonio Mundial*, principal instrumento de trabajo sobre el Patrimonio Mundial (UNESCO, 2008).

Cabe señalar que la denominación de algún recurso natural, cultural o mixto como patrimonio mundial de la humanidad por la UNESCO depende directamente de la existencia de un valor excepcional universal, el cual se refiere a una importancia cultural o natural extraordinaria que va más allá de las fronteras nacionales, revistiendo importancia para las generaciones presentes y futuras de la humanidad, por lo que su protección permanente resulta relevante para el conjunto de la comunidad internacional. Para este fin, un comité define los criterios de inscripción de los bienes en la Lista del Patrimonio Mundial. Este valor universal excepcional puede definirse desde los puntos de vista de la historia, del arte, de la ciencia, estético, antropológico, estético o de belleza natural. Los sitios o recursos patrimonio mundial

de la humanidad pueden ser naturales, culturales o mixtos, así como materiales o inmateriales.

Actualmente existen en el mundo un total de 1,121 bienes considerados patrimonio mundial de la humanidad, de los cuales 869 son culturales, 213 naturales y 39 mixtos (UNESCO, 2019); a pesar de que estos bienes se encuentran distribuidos a lo largo y ancho del planeta, la mayoría de ellos se concentran en Europa, Norteamérica y Asia Pacífico, tal como se puede observar en la tabla número 1.

REGIÓN	CULTURAL	NATURAL	MIXTO	TOTAL	%	PAÍSES
África	53	38	5	96	8.56	35
Estados Árabes	78	5	3	86	7.67	18
Asia Pacífico	189	67	12	268	23.91	36
Europa y Norteamérica	453	65	11	529	47.19	50
Latinoamérica y Caribe	96	38	8	142	12.67	28
TOTAL	869	213	39	1121	100	167
MÉXICO	27	6	2	35	3.12	

Tabla 1: Distribución de los bienes patrimonio de la humanidad entre las diversas regiones del planeta. Fuente: Adaptado de UNESCO (2019).

México, por su parte, se encuentra entre los países del mundo que presenta una mayor cantidad de bienes patrimonio de la humanidad.

2 EL ESTADO DE COLIMA Y SU CONTEXTO

Para entender la relevancia de estudiar la factibilidad de que Colima cuente con un recurso natural o cultural que pueda ser denominado Patrimonio Cultural y/o Natural de la Humanidad, es necesario presentar una contextualización de la región en la que se realiza el estudio.

El estado de Colima, a pesar de ser la tercera entidad más pequeña del país en cuanto a extensión territorial, cuenta con características geográficas particulares, dado su ubicación geográfica, ya que limita por el sur con el Océano Pacífico y al norte remata con el Eje Neovolcánico y la Sierra Madre del Sur, dando como resultado una superficie accidentada entre los 0 y los 3,821 msnm (INEGI, 2017), lo que genera una diversidad biológica tanto de especies animales como de vegetación. Posee ecosistemas como: selva baja caducifolia, selva mediana subcaducifolia, vegetación riparia, selva baja espinosa también conocido como matorral espinoso, bosque de pino, bosque de encino, bosque mixto de pino-encino, bosque mesófilo de montaña, pastizales o zacatonales, sabanas, palmares, manglares y vegetación acuática.

Cabe agregar que el estado cuenta también con un archipiélago volcánico, Revillagigedo, inscrito como Patrimonio mundial de la humanidad desde 2016 (UNESCO, 2019) y que desde 2004 se designó como sitio Ramsar. En igual forma, Colima cuenta con dos humedales más dentro de esta designación, el Santuario Playa Boca de Apiza-El Chupadero-El Tecuanillo y Laguna de Cuyutlán vasos III y IV, designados como tal en 2008 y en 2011 respectivamente, de acuerdo con la informa-

ción de la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas, CONANP (2019)

El estado está dividido políticamente en 10 municipios, que a su vez se dividen en localidades. Al norte, se ubican los municipios de Cuauhtémoc, Comala, Minatitlán, Colima y Villa de Álvarez, en el eje central, parte del municipio de Colima, Coquimatlán e Ixtlahuacán y en la zona costera, Manzanillo, Armería y Tecomán, observando en ellos una topografía conformada por llanuras y mesetas de la zona central del estado a la costa, pudiendo encontrar también llanuras, valles y zonas montañosas.

El estado de Colima cuenta con dos regiones hidrológicas: La región hidrológica Costa de Jalisco y la región 16, Armería- Coahuayana de la vertiente del Pacífico, se localiza entre los estados de Jalisco y Colima.

De acuerdo con el CONANP (2019), en Colima se ubican 5 Áreas Naturales Protegidas, la reserva de la biósfera del archipiélago de Revillagigedo; la reserva de la biósfera de la sierra de Manantlán y el parque nacional Nevado de Colima que se encuentran compartidas con el estado de Jalisco; el área de protección de recursos naturales de "Las huertas" y el área de protección de flora y fauna "El jabalí".

Los antecedentes históricos de Colima también fortalecen la importancia de la región objeto de estudio. En ese sentido, la región de Colima en la época prehispánica, aparentemente fue ocupada por lo nahuales, alrededor del año 627 de nuestra era (AHUMADA, 2008) dejando vestigios de sus asentamientos en La Capacha, El Chanal, Los Ortices, La Campana, Playa del Tesoro y otros sitios en el estado.

Posteriormente, según resume también Ahumada (2008), con la llegada de los españoles al sitio, en 1523, los pobladores nativos de la región fueron derrotados y un tanto de los vencedores se asentaron fundando la Villa de Colima iniciando otra etapa en el desarrollo del lugar.

Como en la mayor parte de México, la mezcla entre las culturas prehispánicas y lo traído por los colonizadores, generó una diversidad de elementos culturales en la región. Sumado a esto, la comercialización de España con las Filipinas, a través del "Galeón de Manila" que si bien se sabe que la ruta que seguía terminaba en el puerto de Acapulco, Machuca (2010) señala la necesidad de la embarcación de hacer una parada en Salagua, Colima.

Todo esto trajo como consecuencia la incorporación de nuevos aprendizajes en la región como la custodia y mantenimiento de las embarcaciones, el cultivo de la palma y la elaboración de derivados de la misma, el cultivo del arroz, el conocimiento de nuevas especias de origen oriental, el pastoreo, la elaboración de productos lácteos y un sinnúmero de adaptaciones multiculturales que provocaron la cultura propia de la región. Cabe señalar que no sólo se generaron nuevos saberes, sino que se adaptaron los mismos, las costumbres, tradiciones, cocina, actividades económicas de los indígenas que ya tenía una base con los recursos naturales nativos en la región.

3 Turismo y patrimonio mundial de la humanidad en la literatura académica

El estudio de la actividad turística en destinos que alojan atractivos reconocidos como sitios patrimonio de la humanidad por la UNESCO ha sido ampliamente estudiado en la literatura académica. Ruiz y Pulido (2015) analizan el contenido de 178 artículos académicos publicados sobre el tema entre los años 1985 y 2015 registrados en la base de datos de SCOPUS.

La literatura académica menciona como uno de los principales motivos para impulsar el turismo a través de los bienes patrimonio de la humanidad a su potencial para funcionar como motor para el desarrollo económico local, contribuyendo a la superación de la pobreza, básicamente a partir de la generación de empleos (LANUZA, 2015; LARA;GUZMÁN, 2004 y MELGOSA, 2001). La sostenibilidad económica, social, medioambiental y cultural se presenta como otro tema importante en la literatura académica sobre el tema (MELGOSA, 2001; OLIVERA, 2011 y RUIZ; PULIDO, 2015).

El tema central mencionado con mayor insistencia en los trabajos revisados es la conservación de los bienes patrimonio de la humanidad (MÁRQUEZ; CARO, 2017; LÓPEZ-GUZMÁN et al, 2017; MORENO et al., 2016; MUKLES, 2016; MELGOSA, 2001 y TROITIÑO et al., 2011). En este sentido, la actividad turística y la apropiación de los recursos y beneficios generados por los bienes patrimonio de la humanidad por grupos de particulares en los destinos turísticos, aunados a flujos excesivos de visitantes que ponen en riesgo la integridad de los bienes, son asuntos *negativos* con potencial para generar impactos negativos en la localidad.

Para contrarrestar estos riesgos, se mencionan puntualmente dos herramientas: en primer lugar, un plan de manejo para los bienes patrimonio de la humanidad que garantice su conservación y, en segundo lugar, la definición de la capacidad de carga, esto es, la cantidad de personas que pueden visitar cada bien patrimonio de la humanidad en períodos definidos.

Desde el punto de vista de la mercadotecnia turística, López-Guzmán et al (2017), Moreno et al (2016), Ruiz (2015) y Ruiz y Pulido (2015) analizan la capacidad de los bienes patrimonio de la humanidad y la marca UNESCO para la promoción de los destinos turísticos y para la atracción de flujos de visitantes, aunque destacan que esta atracción y posicionamiento no ocurren automáticamente, pues los encargados de la gestión de los destinos donde se ubican los bienes se ven obligados a invertir en acciones de comunicación y construcción de la marca del bien patrimonial.

Inicialmente, la denominación de bienes patrimonio de la humanidad recayó básicamente en recursos naturales y culturales. Con el paso del tiempo, estas categorías resultaron insuficientes para capturar la totalidad de la gama de fenómenos culturales, entre los que pueden mencionarse las fiestas populares, rituales, creencias, mitos, gastronomía, artesanía, música, danzas, deportes, juegos y saberes tradicionales, entre otros bienes, que fueron designados como patrimonio inmaterial, el cual cobra cada vez más relevancia en el campo del patrimonio de la huma-

nidad (RUIZ et al, 2015; MARTÍNEZ et al., 2013; OLIVERA, 2011, LÓPEZ et al, 2017 y MÁRQUEZ; CARO, 2017).

Ruiz y Pulido (2015) señalan que los destinos turísticos que aprovechan bienes patrimonio de la humanidad enfrentan problemas semejantes a los que se presentan en cualquier otro destino turístico, con asuntos como el encarecimiento, la saturación de visitantes, presiones sobre el uso del suelo y los recursos naturales, etc. En este sentido y en relación directa con el objetivo del presente trabajo, Mukles (2016) y Castro y Zusman (2007) enfatizan la necesidad de impulsar la participación de la comunidad, de la totalidad de los agentes de riesgo interesados y de la integración de redes relacionales en los procesos de gestión para la obtención y la operación de los bienes patrimonios de la humanidad en el contexto del destino turístico y de la localidad. Precisamente, en este documento se describe como se ha incorporado la participación de agentes de diversos ámbitos y áreas de experiencia para la identificación de los bienes con potencial para ser denominados patrimonio de la humanidad en Colima.

4 COLIMA EN LA BÚSQUEDA DE PERTENECER A LA LISTA DE PATRIMONIO MUNDIAL DE LA HUMANIDAD

La denominación de un recurso cultural o natural colimense como patrimonio mundial de la humanidad por la UNESCO no resulta remota ni descabellada, si se considera que dicho el estado de Colima cuenta con un importante acervo de recursos naturales y culturales. De sus recursos naturales destacan el Parque Nacional del Nevado de Colima, la reserva de la biósfera de la sierra de Manantlán, más de 200 especies de aves, recursos litorales como playas, esteros, lagunas y manglares; un conjunto de diversos cuerpos de agua ente los que pueden mencionarse ríos, lagunas y manantiales, además de una gran variedad de ecosistemas, con abundante vegetación y una gran biodiversidad: 40 % de las aves que habitan en México, 25% de los mamíferos y 15 % de los reptiles y un paisaje distintivo.

En el ámbito de los recursos culturales se resalta la importancia de su gastronomía distintiva, así como ferias, tradiciones, producción de literatura vernácula con alcance global, un archivo histórico integrado con registros documentales iniciados en el siglo XIV, obra plástica de numerosos pintores y escultores de origen colimense, filmografía, vestigios arqueológicos de la época prehispánica y un importante acervo de obras musicales y danzas regionales, incluyendo también un conjunto de técnicas artesanales desarrolladas localmente.

Con base en lo anterior, se puede decir que, si bien Colima es uno de los estados de la república mexicana con menor superficie, sin duda cuenta con una impresionante dotación de recursos naturales y culturales, pues en su territorio se ubica el yacimiento de mineral de hierro más importante del país, así como el puerto de Manzanillo, el cual opera el mayor volumen de carga en el comercio internacional, especialmente hacia los países de la Cuenca del Pacífico.

Cabe señalar que, a pesar de su ubicación estratégica y la indiscutible presencia de una amplia variedad de relevantes recursos naturales y culturales, Colima

ocupa un lugar marginal en la producción económica nacional (0.6 %) y en la captación de visitantes. Ejemplo de ello es que, en el año 2017, la entidad captó sólo al 0.05 % de los visitantes internacionales a México y que, a raíz de la implantación de las políticas económicas neoliberales, algunos de sus municipios como: Tecomán, Ixtlahuacán, Minatitlán y Armería, presentan situaciones de pobreza extrema y expulsión de población hacia la capital del Estado (INEGI, 2019).

Finalmente, es oportuno mencionar que en Colima se intentó registrar con poco éxito a la plaza de toros temporal de Villa de Álvarez como bien patrimonio de la humanidad mientras que, en el otro extremo, durante el año 2018 se logró registrar al Archipiélago de las Islas Revillagigedo, adscritas a la jurisdicción del estado de Colima, como patrimonio natural de la humanidad, sólo que estas islas se encuentran tan lejos del territorio continental de la entidad que su potencial para generar desarrollo turístico y económico en beneficio de la población es prácticamente nulo, pues se ubican a 700 kilómetros del puerto de Manzanillo, sin vuelos o transporte regular que las comuniquen.

5 METODOLOGÍA

Para la presente investigación se utilizó el método cualitativo, considerando que en su enfoque rechaza la pretensión racional de solo cuantificar la realidad humana, en cambio da importancia al contexto, a la función y al significado de los actos humanos, valora la realidad como es vivida y percibida, con las ideas, sentimientos y motivaciones de sus actores (KRAUSE, 1995). Del mismo modo, la investigación cualitativa tiende a ser más abierta y flexible, permitiendo el seguimiento de nuevas líneas de investigación y la recogida de datos adicionales a medida que nuevas ideas van surgiendo durante el proceso investigativo. La propuesta metodológica cualitativa exige la participación de todo agente social implicado (UGALDE; BALBASTRE, 2013).

De acuerdo con Borda y Güelman (2017), la investigación cualitativa no cuenta con una perspectiva teórica o paradigma que le resulte exclusiva o propia. En su práctica, conviven y interactúan múltiples paradigmas teóricos que se asocian con el uso de diversos métodos, técnicas y estrategias. Es importante aclarar que la investigación cualitativa no privilegia ninguna práctica metodológica por sobre otra. Por el contrario, el propósito de todo investigador cualitativo es lograr una comprensión profunda y cabal de los fenómenos que procura estudiar.

Con base en este método de investigación, se utilizó la técnica de grupos focales, donde la discusión grupal se utiliza como un medio para generar conocimiento de las experiencias de los participantes. Se han dado diferentes definiciones de grupo focal; sin embargo, diversos autores coinciden en que éste es un grupo de discusión guiado por un conjunto de preguntas diseñadas cuidadosamente con un objetivo particular. El grupo focal permite obtener datos mediante una entrevista grupal semiestructurada, la cual gira en torno a una temática propuesta por el investigador. (AIGNEREN, 2006; ESCOBAR; BONILLA, 2006)

Respecto al número ideal de personas que deben conformar un grupo focal, diferentes autores han propuesto un número máximo de participantes. Creswell (citado en HERNÁNDEZ, 2014) indica que el tamaño de los grupos varía dependiendo del tema: tres a cinco personas cuando se expresan emociones profundas o temas complejos y de seis a diez participantes si las cuestiones son sobre asuntos cotidianos; en las sesiones no debe excederse de un número manejable de individuos. Cabe mencionar que el tamaño del grupo focal depende del nivel de profundidad que se le va a dar por parte del investigador y de los objetivos de la investigación.

Además, se debe considerar un balance entre el número de participantes y el tiempo de duración del grupo focal. Una sesión debe durar mínimo una hora y máximo dos horas (HAMUI; VARELA, 2012). Por lo tanto, si hay mayor cantidad de participantes, el tiempo considerado para participar se reduce considerablemente y, de esta manera, llega a un fin.

6 RESULTADOS Y ANÁLISIS

A partir del análisis del proceso para la inscripción de bienes patrimoniales culturales y naturales del estado de Colima a la lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO, se dará la importancia necesaria a dichos recursos para conocer su potencial y que sean reconocidos a nivel nacional e internacional, de esta manera se generará su preservación y conservación. Por lo tanto, es indispensable que cada uno de los bienes propuestos cuente con los criterios establecidos por la UNESCO.

En cuanto a la recolección de datos, como se mencionó previamente, se utilizó la técnica de investigación de grupos focales, llevándose a cabo dos en el periodo de noviembre a diciembre del 2018 y uno más en el mes de julio de 2019. En el primero asistieron nueve personas, en el segundo 15 y en el tercero 15 personas. En todos ellos los participantes, desde sus conocimientos del tema y experiencias, generaron propuestas de bienes naturales y/o culturales con potencial para ser parte del Patrimonio Cultural de la Humanidad.

Por su parte, los resultados fueron capturados para facilitar el análisis a partir de los bienes sugeridos por los asistentes, tomando en cuenta que cada uno de ellos debe contar con lo establecido por la UNESCO para que sea considerado.

Como parte de la sistematización que permitiera organizar la información obtenida de los tres grupos de enfoque, se realizó una tabla con los bienes patrimoniales aportados por los participantes (Tabla 2). Cabe aclarar que se trata de un primer acercamiento a la identificación de tales recursos y se tiene presente que no todos ellos cumplirán con los criterios establecidos por la UNESCO.

A continuación, se puede observar la sistematización y el análisis de la información recopilada, la cual permite identificar claramente las propuestas iniciales aportadas por los asistentes a los grupos focales realizados.

Tipo de Patrimonio	Propuestas para integrar un bien patrimonial de Colima a la lista de la UNESCO	Criterios de la UNESCO	Análisis General del Bien
Patrimonio cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Salinas de Cuyutlán 	2. Dar testimonio de un intercambio de influencias durante un periodo o área cultural determinada.	<p>Las salinas de Cuyutlán son de gran importancia desde la época prehispánica, debido a la alta producción de sal.</p> <p>Siendo Colima uno de los pocos estados de la República Mexicana que produce sal.</p> <p>La Técnica que se utiliza para la extracción es única, en donde se expanden granos que se forman en la superficie de agua llamados flor de sal.</p> <p>Es por ello que debe ser considerado como parte de la lista del patrimonio, ya que dentro del sitio se crean escenarios con belleza excepcional convirtiéndolos en un lugar único.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Los cristeros 	6. Estar asociado directa o tangiblemente con eventos o tradiciones vivas, con ideas o creencias, con obras artísticas y literarias de importancia universal excepcional.	Los cristeros fueron parte de la historia colimense, sin embargo, no es algo que tenga un sustento histórico y por lo tanto no se puede considerar como posible miembro de la lista del patrimonio.
	<ul style="list-style-type: none"> • Artesanías (Cerámica Colimense) 	1. Representar una obra maestra de creación humana. 2. Dar testimonio de un intercambio de influencias durante un periodo o área cultural determinada.	<p>Las artesanías colimenses son un elemento cultural de los pobladores. Con el paso del tiempo han ido transformándose las técnicas de elaboración desde la necesidad hasta lo estético.</p> <p>Estas dan testimonio de la evolución cultural de los colimenses.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Archivo histórico del estado de Colima 	1. Representar una obra maestra de creación humana. 2. Dar testimonio de un intercambio de influencias durante un periodo o área cultural determinada.	El archivo registra, resguarda y preserva la historia de los colimenses, como parte importante de su identidad. Este archivo conserva documentos desde el inicio del periodo Virreinal en México. Pero no cuenta con criterios suficientes para ser parte de la lista de la Unesco.
	<ul style="list-style-type: none"> • Pinturas de Rangel Hidalgo 	1. Representar una obra maestra de creación humana. 6. Estar asociado directa o tangiblemente con eventos o tradiciones vivas, con ideas o creencias, con obras artísticas y literarias de importancia universal excepcional.	Las pinturas de Rangel Hidalgo son obras maestras de la creación humana, y están asociadas directamente como obras artísticas de importancia excepcional. Sin embargo, no pueden ser consideradas para ser integradas en la lista de patrimonio de la UNESCO, ya que cuenta con criterios insuficientes.

Patrimonio Inmueble	• Centro Histórico de Colima	4. Representar un estilo de construcción o paisaje característico de un periodo significativo de la historia de la humanidad.	A pesar de que el centro histórico fue reconocido como sitio funcional en la década de los 80'S, este cuenta con un estilo de arquitectura distintiva y con una gran riqueza histórica, sin embargo, ha sufrido modificaciones por efectos culturales y sociales.
	• Edificio del Archivo Histórico	4. Representar un estilo de construcción o paisaje característico de un periodo significativo de la historia de la humanidad.	El Edificio del Archivo Histórico es considerado un monumento representativo de Colima, en el resalta su tipo de arquitectura y su antigüedad debido a que fue construido aproximadamente hace más de 100 años. Este edificio ha sido dañado por los constates movimientos telúricos.
	• Zona Arqueológica de la Campana	4. Representar un estilo de construcción o paisaje característico de un periodo significativo de la historia de la humanidad. 1. Representar una obra maestra de creación humana. 2. Dar testimonio de un intercambio de influencias durante un periodo o área cultural determinada.	La zona Arqueológica de la Campana es una construcción peculiar de un periodo de la historia, además de que da testimonio del intercambio de influencias durante un periodo. Esta zona cuenta con una vasta riqueza histórica y merece ser reconocida.
	• La Petatera	6. Estar asociado directa o tangiblemente con eventos o tradiciones vivas, con ideas o creencias, con obras artísticas y literarias de importancia universal. 3. dar un testimonio único o al menos excepcional de una tradición cultural o de una civilización que está viviendo o que ha desaparecido.	Considerado como monumento artístico de la nación, la plaza de toros sirve para realizar la fiesta patronal en el municipio de Villa de Alvarez, des de hace 164 años. Se aprecian técnicas excepcionales con material orgánico junto con tradiciones y festividades que resaltan una expresión cultural única, es por ello que debe ser considerado para ser integrado a la lista del patrimonio de la humanidad de la UNESCO.
Patrimonio Natural	• Reserva de la biosfera de Manantlán	10. Poseer un hábitat natural representativo e importante para la conservación de la diversidad biológica.	La Sierra de Manantlán posee una variada y compleja cubierta vegetal que alberga una gran riqueza de flora. De igual manera alberga fauna silvestre endémica que es uno de los componentes importantes de alta diversidad biológica. Lo que le impide formar parte de la lista del patrimonio es que a Colima solo le pertenece el 10% del territorio, el resto le pertenece a Jalisco.

	<ul style="list-style-type: none"> • Parque nevado de Colima 	<p>7. Contener fenómenos naturales superlativos o áreas de excepcional belleza natural e importancia estética.</p> <p>8. como ejemplos sobresalientes del registro de la vida, procesos geológicos significativos en curso en el desarrollo de formas de relieve o características geomorfológicas.</p> <p>10. Poseer un hábitat natural representativo e importante para la conservación de la diversidad biológica.</p>	<p>El parque nevado de Colima, debe ser considerado para la lista del patrimonio porque es un área de excepcional belleza natural, en el alberga especies de flora y fauna únicas de la región, además es un claro ejemplo de el desarrollo de relieve y de los cambios geológicos por los que ha pasado.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Estéreo palo verde 	<p>10. Poseer un hábitat natural representativo e importante para la conservación de la diversidad biológica.</p> <p>7. Contener fenómenos naturales superlativos o áreas de excepcional belleza natural e importancia estética.</p>	<p>Cuenta con una gran biodiversidad de flora y fauna representativa del estado de Colima. Por lo tanto debe considerarse para ser integrado a la lista del patrimonio de la UNESCO y a su vez ser declarada como área natural protegida contando con estrategias encaminadas para su conservación y su preservación.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Laguna salada de Cuyutlán 	<p>10. Poseer un hábitat natural representativo e importante para la conservación de la diversidad biológica.</p>	<p>No puede ser considerado como un bien de la humanidad, ya que no se encuentra en condiciones debido a causas naturales y sociales.</p>
Patrimonio Intangible	<ul style="list-style-type: none"> • Gastronomía representativa de Colima 	<p>6. Estar asociado directa o tangiblemente con eventos o tradiciones vivas, con ideas o creencias, con obras artísticas y literarias de importancia universal.</p>	<p>La gastronomía de Colima debe ser considerada para ser integrada a la lista del patrimonio de la UNESCO, debido a que es comida representativa del estado y está asociada con las tradiciones vivas.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Música y danzas 	<p>6. Estar asociado directa o tangiblemente con eventos o tradiciones vivas, con ideas o creencias, con obras artísticas y literarias de importancia universal excepcional.</p> <p>3. dar un testimonio único o al menos excepcional de una tradición cultural o de una civilización que está viviendo o que ha desaparecido.</p>	<p>La música y danza, son expresión típica de la población de Colima, siendo parte de la cultura y la identidad de estos mismos, sin embargo, no se considera como una opción para ser integrados a la lista del patrimonio de la UNESCO ya que se cuentan con más recursos de mayor relevancia histórica y cultural que deben ser aprovechados y considerados por la UNESCO.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Literatura de Quesería 	<p>6. Estar asociado directa o tangiblemente con eventos o tradiciones vivas, con ideas o creencias, con obras artísticas y literarias de importancia universal excepcional.</p>	<p>Forma parte de las expresiones culturales de los colimenses, sin embargo, no cuenta con una característica que le dé un valor excepcional.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Usos y costumbres de los habitantes de Cuyutlán 	<p>6. Estar asociado directa o tangiblemente con eventos o tradiciones vivas, con ideas o creencias, con obras artísticas y literarias de importancia universal excepcional.</p> <p>3. dar un testimonio único o al menos excepcional de una tradición cultural o de una civilización que está viviendo o que ha desaparecido.</p>	<p>Los usos y costumbres de una comunidad están relacionados con dar testimonio de una forma de vida, en esta se pueden ver las tradiciones que han dejado como parte su legado cultural.</p> <p>Los usos y costumbres no deben ser considerados para formar parte de la lista, debido a que no hay sustento y faltan de criterios por cumplir.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Leyendas de Colima 	<p>6. Estar asociado directa o tangiblemente con eventos o tradiciones vivas, con ideas o creencias, con obras artísticas y literarias de importancia universal excepcional.</p>	<p>Las leyendas de Colima están relacionadas con parte de la identidad cultural del estado, sin embargo no pueden ser consideradas para entrar a la lista ya que no cuenta con criterios suficientes.</p>
Patrimonio Mixto	<ul style="list-style-type: none"> • Colima como un todo 	<p>Considerar todos los criterios ya mencionados en cada bien.</p>	<p>Colima es un estado muy pequeño, pero con basta riqueza cultural y natural, es por eso que ser considerado como propuesta resulta complicado ya que se requiere de muchos recursos sociales y financieros.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Los cafetales en la sierra de Manantlán 	<p>10. Poseer un hábitat natural representativo e importante para la conservación de la diversidad biológica.</p> <p>2. Dar testimonio de un intercambio de influencias durante un periodo o área cultural determinada.</p>	<p>Los cafetales son bienes mixtos ya que se desarrollan en un entorno natural, pero son intervenidos por el hombre y de igual manera son aprovechados para la sobrevivencia de la comunidad.</p> <p>Los cafetales no cumplen con criterios que estableció la UNESCO, además se considera que hay sitios más relevantes para ser considerados.</p>

Tabla 2: Análisis de la información obtenida a través de dos de los primeros grupos focales realizados.

Fuente: Elaboración propia, 2019.

El tercer grupo focal se realizó el día 11 de julio del año 2019, los expertos asistentes centraron su discusión y análisis en dos propuestas concretas, siendo éstas: las Salineras de Cuyutlán enfocada en la tradición de la producción de sal y el Pueblo Mágico de Comala como un todo.

Buscando sustentar las propuestas aportadas, se realizó la tabla 3, que incluye las principales características que destacan a cada sitio para ser incluido en la Lista de Patrimonio Mundial de la UNESCO:

Salineras de Cuyutlán	Comala
<ul style="list-style-type: none"> • Tradición por la producción de la flor de sal. • Sistema de las salineras como valor universal. • Paisaje biocultural. • Historia solida desde la época prehispánica sobre las Salineras. • Sistema de producción único en términos gastronómicos. • Elementos de patrimonio material e inmaterial (patrimonio mixto). • Cuenta con tradiciones religiosas, museos, estación de tren. • Reconocimiento internacional. • Ensemble paisajístico entre las salineras y las dunas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Como atractivo turístico puede ofrecer danzas, artesanías, museos, pinturas de Rangel Hidalgo, biodiversidad, paisajes. • Hay interés por parte de la población local por cuidar el municipio, a partir del nombramiento de pueblo mágico para evitar el desgaste del lugar y mantenerlo conservado. • Un lugar que tiene la magia de una obra literaria, 'Pedro Paramo', de Juan Rulfo, inclusive en el jardín de Comala se encuentra una escultura de Juan Rulfo sentado en una banca, donde los visitantes del lugar se pueden tomar fotos.

Tabla 3 Propuestas aportadas en el tercer grupo de discusión

Fuente: Elaboración propia con base en el tercer grupo focal realizado el día 11 de julio de 2019.

Al tercer grupo focal se les dieron las mismas preguntas detonadoras que a los otros dos grupos, pero éste se centró en proponer específicamente dos lugares o recursos que desde el ámbito turístico cumplen con características que los clasifican así, al mismo tiempo con base en los lineamientos establecidos por la UNESCO cumplen para ser presentados en el expediente a ese organismo. Desde luego que al realizar la discusión entre los expertos participantes se planteó que uno de los dos lugares cumple más que otro. Esta situación confirma que es necesario utilizar otra técnica, inclusive durante la participación en el *'III Simpósio Internacional, Comunicação y Cultura, aproximaciones con memoria e historia oral; DIÁLOGOS ENTRE BRASIL E MÉXICO'*. Los asistentes a la mesa sugirieron que fuera la técnica Delphi, la cual sería de mucha utilidad, ésta se ha considerado para la siguiente etapa del estudio especializado con los resultados de los tres grupos focales realizados y poder tener con claridad cuál patrimonio que tiene Colima como estado asegura presentar ante la UNESCO una propuesta de Patrimonio para la humanidad.

7 CONCLUSIONES

El Cuerpo Académico UCOL CA 60 Estudios de Turismo y Competitividad, de la Universidad de Colima, recibió financiamiento para realizar la investigación que llamamos 'Determinación del potencial del patrimonio natural y cultural del estado de Colima para su inscripción en la lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO'.

Desde el inicio del desarrollo de la investigación quedó claro que después de obtener el resultado para hacer la propuesta del patrimonio cultural o patrimonio natural, va a ser necesario armar el expediente ante la UNESCO, procedimiento que

exige una atención especializada, entonces la investigación ha estado en su curso y esta presentación es un avance de la misma. La revisión de documentos ha permitido estructurar el conocimiento desde el campo empírico, el cual se ha abordado hasta ahora con la técnica de grupos focales, los cuales fueron enriquecedores desde el momento de buscar a quién invitar, por qué invitar lo/la, decidir la fecha de llevar a cabo cada grupo focal, considerando cada agenda individual de los participantes, así se hicieron tres grupos focales, donde hasta la temporada que se hicieron tuvo que ver en el desarrollo y los resultados de los mismos. Cabe señalar que todos los participantes lo hicieron con mucho entusiasmo y sobre todo fue en los diferentes momentos en que se ha tenido contacto con expertos desde sus diferentes campos del conocimiento, todos han pedido ser parte del proyecto y eso ha dado una fortaleza no solo al proyecto, sino al desarrollo del mismo.

En la parte que corresponde al momento de armar el expediente para presentar la propuesta de 'patrimonio cultural o patrimonio natural de Colima', se tiene un avance en el procedimiento operativamente revisado y lo principal es que hay expertos que se han ofrecido a formar el equipo que puede hacer esta parte exigente en la especialización, porque el estado como una entidad gubernamental llegará el momento de su involucramiento y eso lleva un procedimiento de cuidado al más alto nivel de autoridad en el conocimiento como en la dirección del procedimiento.

Se puede concluir que el avance en que se encuentra el proyecto, ha participado una búsqueda de antecedentes de tema, proyectos especializados, organizaciones, el trabajo de campo, la parte metodológica, al mismo tiempo esta participación le dio el material necesario para construir un protocolo de investigación dando como resultado la estructura de dos reportes de Tesis, se tienen al menos dos proyectos de titulación con este tema, en la carrera de Gestión Turística. Se puede sumar que hubo estudiantes de verano de otras universidades del país que por su especialización en el área les dio bastante formación y ellos al proyecto su entusiasmo, de esta forma se marcó que el camino sigue a otra etapa de fortalecer la propuesta del patrimonio cultural, el patrimonio natural o el patrimonio mixto, con otras técnicas y especialistas del patrimonio que está en su momento de más sensibilidad por proteger, asegurar que Colima estará presente para seguir siendo un atractivo natural turístico, principalmente, y satisfacer al visitante desde su belleza natural, cultural o mixta. Es la fuente para generar también la propuesta de una política pública de aseguramiento de lo que es Colima y sus patrimonios para beneficio de su población, de quien la visita y hace turismo en sus bellezas.

REFERENCIAS

AHUMADA, A. El origen indígena de Colima. REYES, J.C. (ed.) Memoria IV Foro Colima y su Región: Arqueología, antropología e historia. Colima: Gobierno del Estado de Colima, Secretaría de Cultura: 2008. Recuperado de <http://www.culturacolima.gob.mx/imagenes/foroscolima/4/9.pdf> en 9 nov. 2019.

AIGNEREN, M. La técnica de recolección de información mediante los grupos focales. Centro de Estudios de Opinión. 2006. Recuperado de <http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/ceo/article/viewFile/1611/1264> en 7 ago. 2019.

BORDA, P.; GÜELMAN, M. El campo de la investigación cualitativa y las características de los diseños cualitativos. BORDA; DABENIGNO; FREIDIN; GÜELMAN (Coords.), Estrategias para el análisis de datos cualitativos (p. 9-21). Buenos Aires: Desarrollo Editorial; 2017.

CASTRO, H.; ZUSMAN, P. Redes escalares en la construcción de los patrimonios de la Humanidad. El caso de la patrimonialización de la Quebrada de Humahuaca (Jujuy, Argentina). GEOUSP: Espaço e Tempo (Online), (21), 173-184, 2007.

CENTRO DEL PATRIMONIO MUNDIAL DE LA ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA. (2019). México. Recuperado de <https://whc.unesco.org/es/list/1510> en 7 ago. 2019

CONANP. Humedales de México. 2019. Recuperado de <http://www.conanp.gob.mx/conanp/dominios/ramsar/lsr.php> en 7 ago. 2019.

CONANP. Programa Nacional de Áreas Naturales Protegidas. México, 2018. Recuperado de <https://www.conanp.gob.mx/documentos/PNANP20142018.pdf> en 7 ago. 2019.

ESCOBAR, J.; BONILLA, F. Grupos focales: una guía conceptual y metodológica Cuadernos hispanoamericanos de Psicología, 9 (1), 51-67, 2012.

HAMUI, A.; VARELA, M. La técnica de grupos focales. Investigación en Educación Médica. 2 (5), 55-60, 2012.

HERNÁNDEZ, R. Metodología de la investigación. 2014. Recuperado de: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf> en 7 ago. 2019.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA. Anuario estadístico y geográfico de Colima 2017. México. 2017 Recuperado de https://www.datatur.sectur.gob.mx/ITxEF_Docs/COL_ANUARIO_PDF.pdf en 7 ago. 2019.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA. (INEGI). Cuéntame. Información por entidad. Aportación al Producto Interno Bruto (PIB) nacional. 2019 Recuperado de <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/col/economia/pib.aspx?tema=me&e=06> en 2 ago. 2019.

KRAUSE, M. La investigación cualitativa: Un campo de posibilidades y desafíos. Revista Temas de Educación, 7, 20-30, 1995.

LANUZA, A. R. Diferenciación de la marca UNESCO en el desarrollo de la oferta turística: el caso de tres destinos culturales andaluces. International journal of scientific management and tourism, 1(3), 179-190, 2015.

LANUZA, A. R., RODRÍGUEZ, R. G., y ARECHIGA, E. V. (2015). Big DATA: posicionamiento de los sitios patrimonio de la humanidad por turistas internautas en la web 3.0. TURyDES, 8 (18).

LANUZA, A. R.; RODRÍGUEZ, R. G.; ARECHIGA, E. V. Big DATA: posicionamiento de los sitios patrimonio de la humanidad por turistas internautas en la web 3.0. TURyDES, 8(18) 1-9, 2015.

LARA, F.; GUZMÁN, T. J. L. El turismo como motor de desarrollo económico en ciudades patrimonio de la humanidad. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 2(2), 243-256, 2004. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/турыdes/18/big-data.html> en 7 ago. 2019

LÓPEZ, T.; TRIGO, J. P.; GÁLVEZ, J. C. P.; PESANTEZ, S. El patrimonio inmaterial de la humanidad como herramienta de promoción de un destino turístico. Estudios y perspectivas en turismo, 26(3), 568-584, 2017.

MACHUCA, P. Colima y Manila: dos historias hermanas por la historia. PORTES Revista mexicana de estudios sobre la Cuenca del Pacífico, 4 (8), 2010. Recuperado de <http://www.portesasiapacifico.com.mx/revistas/epocaiii/numero8/1.pdf> en 9 nov. 2019

MÁRQUEZ, C.; CARO, J. L. Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España: la reputación online como elemento de desarrollo turístico. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 15(2), 437-457, 2017.

MARTÍNEZ, E. O.; DEVESA, M. J. S. Comunicación y conocimiento del patrimonio mundial de la Comunidad de Madrid. Cuadernos de turismo, (31), 263-288, 2013.

MELGOSA, F. J. Turismo y sostenibilidad en las ciudades patrimonio de la humanidad: principios, marco e instrumentos de actuación, in GOYANES, H. (org.) Ciudades patrimonio de la humanidad de España: urbanismo y patrimonio histórico, Ed. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte/Grupo CPHE, 197-221, 2001.

MORENO, R.; GÁLVEZ, J. C. P.; ORTUYA, F. O.; LÓPEZ-GUZMÁN, T. Factores de interés de un destino patrimonio de la humanidad. El caso de Valparaíso-Chile. Estudios y perspectivas en turismo, 25(3), 360-374, 2016.

MUKLES-HALASA DEL CARMELO, Z. E. I. N. A. Análisis de la participación de las comunidades locales en la gestión de sitios Patrimonio de la Humanidad. El caso del Parque Arqueológico de Petra (Jordania) (Doctoral dissertation) Departamento De Ingeniería Cartográfica, Geodesia y Fotogrametría. Universitat Politècnica de València, 2016.

OLIVERA, A. Patrimonio inmaterial, recurso turístico y espíritu de los territorios. Cuadernos de Turismo, (27), 663-677, 2011.

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA (UNESCO). Directrices Prácticas para la aplicación de la Convención del Patrimonio Mundial, 2008. Recuperado de <http://whc.unesco.org/archive/opguide08-es.pdf> en 8 jul. 2019.

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA (UNESCO). Lista de Patrimonio Mundial Estadísticas. Número de propiedades del patrimonio mundial por región, 2019. Recuperado de <https://whc.unesco.org/en/list/stat/> em 3 ago. 2019.

RUIZ, A.; PULIDO, J. I. El impacto del Turismo en los Sitios Patrimonio de la Humanidad: Una revisión de las publicaciones científicas de la base de datos Scopus. PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 13 (5), 1247-1264, 2015

TROITIÑO, M. Á.; GARCÍA, M.; VAQUERO, C. Las actividades turístico-recreativas en los Planes de Gestión de los Sitios Patrimonio Mundial. El caso de Aranjuez, Paisaje Cultural de la Humanidad. Cuadernos de turismo, N° 27, 2011

UGALDE, N.; BALBASTRE, F. Investigación cuantitativa e investigación cualitativa: Buscando las ventajas de las diferentes metodologías de investigación. Ciencias Económicas, 32 (2), 182-184, 2013

Carolina Fabris Ferreira¹

Bruno Vasconcelos²

Vai garota: o empreendedorismo feminino na
construção da marca Itaú

*Go girl: female entrepreneurship in Itaú brand image
construction*

RESUMO

O presente artigo analisa como as empresas adotam temas acerca da responsabilidade social, cidadania e ativismos como estratégia mercadológica para construir a imagem de suas marcas, numa tentativa de atração e fidelização dos consumidores. Para tal, focamos na construção da marca Itaú, que, ao longo dos anos, foi se afastando da retórica que enfatizava a tecnologia presente em seus produtos e serviços, para se aproximar de causas reivindicadas por movimentos sociais. De forma mais precisa, nossa análise recai sobre as associações entre o sujeito neoliberal e o protagonismo feminino, a partir do programa "Itaú Mulher Empreendedora". O *corpus* de análise consistiu na plataforma digital do programa e nos materiais ali presentes, nos quais se pode observar que a mulher empreendedora que reforça a marca Itaú passa por diversas características do discurso do sujeito neoliberal. É uma mulher que inova, se reinventa, se reergue, busca seus sonhos. Assim, o programa busca associar o Itaú ao protagonismo feminino e ao empreendedorismo, ao mesmo tempo em que oferece às clientes financiamentos e demais operações de crédito.

Palavras-chave: empreendedorismo; construção de marca; ativismo.

ABSTRACT

This article analyzes how companies work with social responsibility, citizenship and activism in marketing strategies and branding. For such purpose it deals with "Itaú" brand and "Itaú Women Entrepreneur" program to analyze the relationship between this brand, the neoliberal subject and the female protagonist. The material of analysis consisted of the program's digital platform and reports, in which one can observe the entrepreneurial woman who reinforces the brand. The brand connects its image with a woman who innovates, reinvents herself, happy, and seeks her dreams. Thus, the program seeks to associate Itaú with female leadership and entrepreneurship, while offering clients financing and other credit operations.

Keywords: entrepreneurship; branding; activism.

1 Mestre em Administração pela Universidade Federal do Paraná - UFPR. Mestre em Administração Pública e Governo pela Fundação Getúlio Vargas - SP, FGV-SP. Doutoranda em Comunicação e Práticas de Consumo pela ESPM-SP. E-mail: carolina.fabris@gmail.com

2 Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo/ Escola Superior de Propaganda e Marketing de São Paulo (ESPM)/doutorando. E-mail: vasconceloslb@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

Este artigo explora algumas mudanças que ocorreram e estão ocorrendo ao longo dos anos em relação à comunicação empresarial. A primeira diz respeito ao papel das marcas no cenário atual e os desafios que isso acarreta. Segundo Fontenelle (2017), num cenário no qual há o estabelecimento do capitalismo financeiro global, a “imaterialidade” das corporações passou a ser mais valiosa do que os seus ativos físicos. Dessa forma, as ações das empresas para valorização das marcas, como o *Branding*, se tornaram estratégicas para os negócios. É por meio delas que a relação com os consumidores é construída, pois tais ações atuam no gerenciamento das imagens, percepções e associações envolvidas entre o público e as organizações (KLEIN, 2002).

Uma segunda mudança explorada neste artigo é como, para construir suas marcas, as empresas passaram a adotar em suas estratégias comerciais temas como a responsabilidade social, cidadania e ativismos. Para Fontenelle (2007), os desenvolvimentos tecnológicos da década de 1980 apresentaram adversidades para a atração de novos clientes e a manutenção dos já existentes, pois as constantes inovações em produtos e serviços, além da *commoditização*, trouxeram incertezas para o mercado, que se tornou volátil. Tal período também foi marcado pela relevância mercadológica das responsabilidades ambientais e sociais envolvidas nos processos de produção, o que exigiu das corporações uma nova postura. Assim, a construção da imagem da marca assumiu uma importância competitiva crucial na conquista da atenção dos consumidores, pois permitiu às corporações a associação às causas reivindicadas pela sociedade.

É nesse processo de comunicação, através do uso de causas sociais para a construção da imagem das marcas, que este artigo foca. Mais precisamente, nas associações entre o sujeito neoliberal e o protagonismo feminino. Fruto de importantes mudanças no capitalismo (BOLTANSKI e CHIAPELLO, 2009; SENNETT, 2007), o sujeito neoliberal surge como uma nova subjetividade. Nesta, o indivíduo é visto como soberano, sua propriedade privada é seu meio de independência, ele é quem dá a última palavra sobre a política e o mercado (DARDOT e LAVAL, 2016). Esse sujeito neoliberal se desenvolve ao se unir ao feminismo, com o qual cria uma relação complexa de troca e instrumentalização. Como será abordado adiante, os dois movimentos, ao compartilhar de uma agenda, passam por um período de transformação mútuo (MEDEIROS, 2017) que contribui para a produção de subjetividades.

Dessa forma, este artigo tem como objetivo explorar como o Itaú constrói sua marca atrelada às questões sociais ao associar o empreendedorismo ao protagonismo feminino. Para tal, é apresentado um estudo de caso do Programa Itaú - Mulher Empreendedora que congrega essas mudanças até aqui expostas. O material de análise consistiu na plataforma digital do programa e nos materiais ali presentes.

As análises se pautaram em categorias como: história do programa, sua relação com a marca e com instituições ligadas a causa das mulheres na sociedade, suas características e resultados.

2 A RESPONSABILIDADE SOCIAL COMO ESTRATÉGIA MERCADOLÓGICA

A década de 1990 foi importante para as configurações que o mercado tomou desde então. Foi nessa época que a comunicação das empresas passou a se orientar pelos valores imateriais acerca das responsabilidades sociais das corporações como uma estratégia mercadológica para enfrentar os processos de *commoditização* (KLEIN, 2002; ROCHA, 2010). Muitos dos anúncios veiculados passaram a transmitir não apenas as qualidades das mercadorias, mas, também, a “visão de mundo” das corporações. Dessa forma, foi sendo adotado um discurso que dava mais importância à dimensão humana “sobre os valores capitalistas da hierarquia, da concorrência e da finalidade absoluta do lucro, numa tentativa de reconciliar a ação sem rédeas do capital com a felicidade em sua dimensão coletiva e individual” (ROCHA, 2010, p. 206). Assim, a responsabilidade social se tornou uma ferramenta estratégica para ações comerciais, com a associação das empresas com questões que envolviam a proteção dos direitos humanos e a preservação do meio ambiente. Em tal década houve “um *boom* das corporações éticas” (FONTENELLE, 2017, p. 156).

Nesse sentido, Vidal (2015, p.1) aponta que, num contexto de *commoditização*, é insuficiente para as organizações a preocupação com as necessidades racionais e emocionais do público. Cativar um lugar no coração e na mente deste é crucial para a sobrevivência mercadológica e isso acontece por meio da criação de laços afetivos fortes entre marcas e consumidores. Dessa forma, atender às suas reivindicações acerca das questões sociais e ambientais pode ser uma forma de fidelizá-los e assim construir uma imagem de marca socialmente relevante.

Para Gracioso (2006, p. 20), a imagem da marca tem relação com a impressão coletiva – positiva ou negativa – que o público possui sobre as corporações e o que estas oferecem, sejam produtos ou serviços. A impressão coletiva positiva é o maior ativo das corporações frente aos desafios de um cenário de maior equiparação tecnológica entre os produtos, e é função da propaganda institucional criar, mudar ou reforçar imagens e atitudes mentais, para torná-las favoráveis à empresa. Para tal, é fundamental relacionar os valores vigentes na sociedade à marca, para, assim, “impedir que o produto apareça como mais um em disputa pela atenção e pelo afeto dos consumidores” (ROCHA, 2010, p. 23).

Dessa forma, fica evidente que, como exposto por Klein (2002), a marca é o sentido essencial da corporação moderna, pois seu foco é na produção de sentido e não mais nos produtos. E a publicidade é o veículo para disseminar esse sentido ao mundo, pois será a associação da marca aos valores intangíveis que a tornarão única. Para Merten (2017), é a publicidade que cria uma narrativa favorável às marcas, convocando o consumidor ao dar sentido ao consumo, pois como afirmou Prado (2013, p. 51): “O que a convocação pretende não é somente a compra de um produto ou serviço, mas a captura da fidelidade, da atenção, a adesão”. Assim, as ações publicitárias são fundamentais para a construção de uma imagem socialmente responsável das marcas, que, por sua vez, permitirão serem percebidas como relevantes entre os consumidores.

Numa tentativa de humanizar a relação das marcas com o público, cabe à publicidade apresentá-las com sentimentos e, no contexto atual, com causas sociais (ROCHA, 2010; BEZERRA, 2013). Por meio dos anúncios, tenta-se atribuir significações para que possam se associar ao que é valorizado socialmente. Para Oliveira (2012), a imagem da marca aparece como mercadoria, representando significações que vão ser produzidas, veiculadas e consumidas como marcas de luxo, marcas sustentáveis, marcas cidadãs, entre outras simbologias.

Nos últimos anos, uma tendência que se tem observado nessa tentativa de humanização das marcas é a associação de seus produtos e serviços às bandeiras que historicamente foram levantadas por movimentos sociais. Para Rifkin (*apud* FONTENELLE, 2017, p. 101), temas como questões ambientais, a defesa dos direitos humanos e as causas feministas têm se tornado atraentes como insumos para os profissionais de marketing na criação das mais diversas campanhas: “as empresas evocam o espírito rebelde de seus clientes contra o *establishment* e fazem as compras representar atos simbólicos de compromisso pessoal com as causas que invocam”.

Tal tentativa de humanização por associação com causas sociais pode ser observada nas campanhas que vêm sendo promovidas pelo Itaú desde as últimas duas décadas do século XX. Conforme Rocha (2010), o setor bancário é um dos mais importantes da economia brasileira. Assim, analisar seus anúncios permite observar, com nitidez, os caminhos do discurso publicitário nacional e as estratégias adotadas que se tornaram referência para a convocação dos consumidores.

Nesse sentido, nos anos 1980, ao se nomear “banco eletrônico”, o Itaú buscava dar destaque ao seu diferencial mercadológico da época: a conveniência do uso das tecnologias digitais nas operações bancárias. Tal período também ficou marcado pela ênfase na ampliação do número de agências distribuídas pelo Brasil, o que proporcionava comodidade aos seus clientes. Tal posicionamento era reforçado pelo *slogan* “O Itaú está onde você precisa”.

Apesar de já apontar um direcionamento para o “bem-estar” dos clientes, o que seria aprofundado na década posterior, tais reclames ainda evidenciavam a “ideologia do progresso”, predominante nos anúncios nacionais desde os anos 1970. Nestes, os produtos e os serviços eram promovidos por meio da sua capacidade de conferir prestígio aos consumidores ou de considerá-los privilegiados por permitir-lhes o acesso às tecnologias que encarnavam a modernidade (ROCHA, 2010).

Nos anos 1990, a publicidade do banco começou a mudar seu tom. As peças aprofundaram a associação da tecnologia com a qualidade de vida dos clientes. De acordo com Lima e Gonçalves (2017, p. 88), os anúncios do período promoveram o “bem-estar” do cliente “por meio da agilidade e facilidade que o banco pode proporcionar”. Tal relação pode ser observada nos anúncios veiculados em 1998: “Cada vez mais as pessoas procuram qualidade de vida. O Itaú investe em tecnologia para você ficar mais tempo com a sua família, seus amigos e com você mesmo” (ROCHA, 2010, p. 233) e “O bom da tecnologia é que ela dá mais tempo para a gente ser humano” (Idem).

É importante destacar que a publicidade veiculada no período, e que é pre-

dominante na década posterior, passa a destacar mais imagens de pessoas em momentos de lazer do que propriamente os executivos, os serviços eletrônicos e suas agências. Tal enfoque evidencia a direção para a construção mais “humana” de sua imagem institucional. De acordo com Lima e Gonçalves (2017, p.89): “Se anteriormente o foco era na tecnologia, na qualidade dos serviços e no atendimento, agora o foco passa a ser o cliente”.

A partir da década de 2010, há uma mudança significativa na publicidade institucional do banco. Há um abandono dos discursos de *status*, bem-estar e facilidade, em prol da preocupação com o ser humano e com a responsabilidade social (LIMA e GONÇALVES, 2017). Nesse período, *slogans* como “Isso muda o mundo” e “Leia para uma criança” ganham destaque. O período também é marcado pelo patrocínio a eventos culturais e pelas iniciativas em prol da mobilidade urbana. As peças que são divulgadas passam a deixar serviços e produtos do banco em segundo plano, e, assim, as causas sociais que são apoiadas pela empresa se tornam as protagonistas das mensagens. Tal posicionamento da marca é assegurado por Eduardo Tracanella (*apud* PATRIOTA e ANSELMO, 2016, p. 11), responsável pelo marketing do Itaú, que afirma que o desafio para comunicação institucional do banco, na busca de uma identificação com os consumidores, “é construir mensagens que tragam um ponto de vista relevante e inspirador. Que seja mais sobre as pessoas e menos sobre as marcas”.

Nesse sentido, atendendo os anseios de uma parcela significativa da sociedade, o banco passou a associar sua imagem a uma causa que tem ganhado visibilidade midiática nos últimos anos, o protagonismo feminino. Cada vez mais, tem-se exigido o respeito, a inclusão e a valorização de mulheres como protagonistas nas mais diversas atividades sociais, nas mais diversas áreas.³

Ao criar o programa Itaú Mulher Empreendedora, o banco consegue associar sua marca à causa feminina, ao mesmo tempo em que oferece produtos e serviços como uma forma de garantir novos clientes. Tal aspecto se mostra relevante para a modulação de subjetividades no contemporâneo, pois com o agravamento da crise do capital, o ideal de sujeito neoliberal, materializado na figura do agente empreendedor, é visto como uma saída para os problemas do desemprego e das desigualdades sociais⁴ decorrentes do aumento significativo da concentração de renda.

3 Exemplo disso foi a criação de uma nova categoria de premiação num dos principais festivais de publicidade, o Festival Internacional de Criatividade de Cannes, que desde 2015, por meio do *Glass Lion*, vem reconhecendo iniciativas que quebrem estereótipo de gênero. Outro exemplo é a ascensão de protagonistas femininas no cinema, em franquias e filmes que alcançaram sucesso de bilheteria, como *Star Wars – O despertar da força*, *Mulher Maravilha* e *Capitã Marvel*.

4 DESEMPREGO gera onda de empreendedorismo por falta de opção. O Globo. s/l. 19 abr. 2018. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/desemprego-gera-onda-de-empreendedorismo-por-falta-de-opcao-23077499>. Acesso em 06 mai. 2019.

3 SUJEITO NEOLIBERAL, EMPREENDEDORISMO, PROTAGONISMO FEMININO

O neoliberalismo se inicia como um sistema de paradigmas econômicos e um movimento intelectual, mas afeta as dinâmicas sociais e a vida dos indivíduos (MEDEIROS, 2017). Visto como uma releitura dos princípios liberais, em que a intervenção do Estado deve ser mínima, tal sistema é uma forma que prioriza a regulação e acaba por ocasionar a valorização do indivíduo como homem econômico. Neste artigo, o neoliberalismo é visto como contexto para analisar o empreendedorismo e sua relação com o protagonismo feminino.

Para que se possa ter uma melhor compreensão sobre o empreendedorismo, é importante relacioná-lo com o sujeito neoliberal e com a produção de subjetividades que está envolvida na construção de tal agente social. Dardot e Laval (2016), trazendo o neoliberalismo como pano de fundo, afirmam que, hoje, nos deparamos com uma nova subjetividade, um sujeito denominado neoliberal.

No contexto do neoliberalismo, os autores destacam o que passa a ser importante na construção de uma relação do sujeito individual como “capital humano”: o indivíduo deve se valorizar cada vez mais. O homem neoliberal passa a ser, então, o homem competitivo, também denominado por Dardot e Laval (2016) como “sujeito empresarial”, “sujeito unitário”, “sujeito neoliberal” ou simplesmente “neossujeito”.

Esse sujeito passa a ter comportamentos nos quais a competição e o desempenho são prioridades. Com a individualização, as “transações” ganham mais peso que as “relações”. O sujeito deve ser positivo, não se prender ao passado e ter relações eficazes. Deve exigir sempre mais dele próprio. Embora tais comportamentos façam com que sua autoestima cresça, há, ao mesmo tempo, um aumento da insatisfação com desempenhos passados. Não existe mais autoridade externa responsável. A fonte de toda eficácia está no indivíduo: “a coerção econômica e financeira transforma-se em auto coerção e autoculpabilização” (DARDOT e LAVAL, 2016, p.345).

Nessa lógica de governar a si mesmo, o sujeito produzido pela racionalidade neoliberal é empresa de si, tem domínio sobre sua vida e deve administrá-la em função de seus desejos e necessidades, adequando estratégias para maximizar seu desempenho. É nessa busca de autogoverno que surge o empreendedorismo. Tal capacidade de ação é entendida como algo inerente aos indivíduos, e o mercado assume papel estratégico na sua liberação e estímulo (DARDOT e LAVAL, 2016).

Ademais, essa racionalidade neoliberal, na qual há o foco na responsabilização do indivíduo, trouxe à tona a ideia de que o empreendedorismo é a solução de alguns males atuais, como o desemprego e a infelicidade. Os problemas podem ser resolvidos a partir de atitudes empreendedoras e de todas as questões que ela traz consigo, como a inspiração, o plano de negócios e a psicologia positiva. Entender tais questões é entender a trama discursiva do momento histórico no qual o empreendedorismo surge como a solução de todos os males (CASAQUI, 2017).

Além do empreendedorismo, que é atrelado ao sujeito neoliberal, este artigo também foca em como o movimento feminista e o neoliberalismo compartilharam de um mesmo entendimento. Assim, buscamos a compreensão de como tais movi-

mentos se cruzam e como são apropriados para a construção do programa do Itaú na figura da mulher empreendedora.

Segundo Medeiros (2017), o anti-estatal, presente nas décadas de 1970 e 1980, fez com que o movimento feminista e o neoliberalismo se desenvolvessem de forma conjunta e acabassem criando uma relação complexa de troca e instrumentalização:

Ao compartilhar de uma agenda, os dois movimentos passaram por um período de transformação mútuo. As principais características político-sociais do neoliberalismo – responsabilização do indivíduo, o foco no homem econômico, a rejeição da interferência do Estado, a valorização da racionalidade humana, o entendimento do progresso como fruto de liderança, competição e cumprimento de metas – foram incorporadas e transformadas pelo e no feminismo, ao mesmo tempo em que foram firmemente rejeitadas por alguns grupos (MEDEIROS, 2017, p. 156).

O movimento feminista, segundo Fraser (2012), já esteve ligado a uma Nova Esquerda que buscava uma liberação das mulheres ao desafiar a dominação masculina nas sociedades capitalistas organizadas pelo Estado pós-guerra. As feministas, unindo-se a outras correntes radicais, combatiam o imaginário socialdemocrata que, segundo esses grupos, ocultava as injustiças de gênero. Num segundo momento, o feminismo se atrela às políticas de identidade. Os esforços foram direcionados para as “diferenças”, mudando da “redistribuição” para o “reconhecimento”. Atualmente, com o neoliberalismo e suas crises, o movimento feminista também se “reinventa”, na busca de levar os mercados descontrolados ao controle democrático.

Segundo Fraser (2009), a segunda onda do feminismo forneceu um ingrediente, embora de forma involuntária, chave para o “novo espírito do capitalismo” de Boltanski e Chiapello (2009). A segunda onda do feminismo coincidiu com uma mudança histórica no caráter do capitalismo, da variante organizada pelo Estado. Dessa forma, o homem neoliberal também ganha ênfase como a “mulher neoliberal”:

O homem econômico levou ao desenvolvimento da “mulher econômica”, em que a mulher livre abarca características individualistas, carreiristas e assume todas as responsabilidades sobre o próprio bem-estar, à revelia de dificuldades estruturais que existem em todas as sociedades (MEDEIROS, 2017, p. 164).

Rottenberg (2013) afirma a necessidade de produção desse feminismo neoliberal, pois se mostra fundamental uma variante feminista de tal modo de ser. Para entender essa relação, a autora resgata como esse assunto desponta. Segundo Rottenberg (2013) dois marcos foram importantes: “*Lean In*”, de Sheryl Sandberg (um *best-seller* do *New York Times*), e “Por que as mulheres ainda não podem ter tudo”, de Anne-Marie Slaughter. O livro de Sanderberg, publicado em 2013, aborda as dificuldades e desafios de ser uma mulher na área corporativa.

Medeiros (2017), em revisão da literatura sobre o assunto, aponta três pontos de interação do feminismo com o neoliberalismo: barganha, instrumentalização e reafirmação identitária. Segundo a autora, a barganha se deu pelo fato do femi-

nismo ocupar espaços abertos pelo liberalismo e crescer, como ocorre no caso do feminismo de celebridades. No segundo ponto de intersecção, a instrumentalização, acontece o contrário; o neoliberalismo se vale do espaço aberto pela liberação das mulheres para aumentar seu domínio como técnica e modo de governo. Já a reafirmação indenitária diz respeito à forma como ocorreu uma fragmentação do movimento feminista por conta da exacerbação do indivíduo decorrente do neoliberalismo. Dessa forma, ocorre um fortalecimento do movimento ao redor do mundo e de classes sociais, mas, por outro lado, se enfraquece quando se trata de unificação do movimento.

Nos dias de hoje, a igualdade de gênero está presente na agenda política de diversos Estados, nas Nações Unidas e nos discursos das celebridades. Esse movimento também chega à mídia, quando a luta feminina é mercantilizada através de campanhas publicitárias (MEDEIROS, 2017).

Incorporando questões como competição, sucesso profissional, empoderamento e felicidade, Medeiros (2017, p. 159) destaca como o feminismo “adaptou-se ao pensamento corrente e conseguiu propagar-se para o ambiente *mainstream* da mídia, cinema e academia”. Dessa forma, as reivindicações de tal movimento também passaram a ser um valor importante na construção das marcas, tema abordado especificamente neste artigo. Sendo assim, é natural esperar das corporações uma apropriação das questões feministas.

Uma forma como o feminismo tem ganhado destaque na mídia é através das narrativas inspiracionais. Casaqui (2017) já destacou sobre uma profusão dessas narrativas no cenário contemporâneo, muitas vezes relacionadas ao espírito empreendedor. Utilizam palestras veiculadas pela internet a blogs de autoajuda, de empreendimentos sociais às propostas educacionais, entre outras possibilidades de consumo dessa cultura (CASAQUI, 2017, p. 6) É sobre tais narrativas que o programa Itaú Mulher Empreendedora se apoia e constrói um discurso que reforça sua marca, aspectos que serão detalhados no próximo item.

4 ANÁLISE DO PROGRAMA ITAÚ MULHER EMPREENDEDORA

Para explorar como sujeito neoliberal, empreendedorismo, feminismo e protagonismo feminino se unem na construção de uma marca, é feito o estudo de caso do Programa Mulher Empreendedora, da marca Itaú. Para isso é escolhido como material de análise a plataforma digital do programa⁵ e os materiais nela presentes.

As análises se pautaram em categorias como: história do programa, sua relação com a marca e com as instituições ligadas à causa das mulheres na sociedade, além de suas características e resultados. Essas categorias permitem aprofundar os seguintes pontos: de que forma a história do programa se relaciona com a marca Itaú? Como a escolha da causa social explorada nesse programa se relaciona com as organizações que já trabalham com as reivindicações das mulheres na sociedade? Como os materiais resultantes dessas ações contribuem para a construção da marca?

⁵ Disponível em: <https://imulherempreendedora.com.br>. Acessado em 2 de outubro de 2019.

O que o programa agrega a marca? Como tal programa atrela a causa social à marca Itaú?

O primeiro ponto da análise, que merece ser destacado, é que o Itaú aponta o “empreendedorismo como parte da estratégia de *performance* sustentável”. Essa é a frase colocada na capa do relatório que apresenta informações e dados do programa, no ano de 2018, conforme ilustra a figura 1.



Figura 1: Capa do Relatório Itaú
Fonte: *site mulher empreenda*⁶

Esse caráter relacionado a uma *performance* sustentável está atrelado a uma retórica de responsabilidade social, que foi apontada por Bezerra (2013) como fundamental para o fortalecimento da legitimidade das corporações perante os consu-

6 Disponível em: [https://www.itaubr.com.br/_arquivosstaticos/Itaui/PDF/Sustentabilidade/Relatorio_Itaui_Mulher_Empreendedora_\(2018\).pdf](https://www.itaubr.com.br/_arquivosstaticos/Itaui/PDF/Sustentabilidade/Relatorio_Itaui_Mulher_Empreendedora_(2018).pdf). Acessado em 2 de outubro de 2019.

midores. Nesse sentido, o Itaú relaciona, em seu discurso, o empreendedorismo das mulheres com desenvolvimento sustentável, com a geração de emprego, de renda, saúde e com a educação de famílias:

Afinal, investir no empreendedorismo feminino resulta na geração de emprego e renda, na saúde e na educação de famílias, com o desenvolvimento sustentável da sociedade (ITAÚ, 2018, p. 3).

Focando especificamente na história do Programa “Itaú – Mulher Empreendedora”, o relatório diz que ele foi criado com o intuito de:

(...) auxiliar nessa trajetória. Ao conectar mulheres e entender quais são suas necessidades, motivações e barreiras, nos tornamos capazes de criar com elas ferramentas de gestão, inspiração e *networking* para a evolução de suas empresas, além de desenvolver uma economia mais inclusiva (ITAÚ, 2018, p. 3).

Neste trecho, destacamos como a marca Itaú está se colocando como uma forma de conectar e unir mulheres. Para isso, afirma a importância de saber gerir, ter inspiração e *networking*. Relacionando esses eixos com o sujeito neoliberal e com o protagonismo feminino, a marca se coloca como importante para tal sujeito, principalmente quando se trata da categoria “gestão”. O termo “*networking*” chama atenção por ser recorrente no mercado, e, nesse contexto, aparecer, também, com a função de conexão. Já a “inspiração” é uma outra frente que une os dois discursos, e como apontado por Casaqui (2017), é utilizada para reforçar o empreendedor como novo tipo ideal numa sociedade neoliberal.

Além do exposto acima, é válido trazer aspectos de parcerias que fazem parte da história do programa e que estão apontados no relatório. O primeiro é a relação com a Organização das Nações Unidas (ONU). Em seu relatório, o Itaú destaca que assinou os Princípios de Empoderamento das Mulheres da ONU e se guia pelo princípio “5”, que consiste em “implementar o desenvolvimento empresarial e as práticas da cadeia de abastecimento e de marketing que empoderam as mulheres” (ITAÚ, 2018, p.4). A outra instituição citada foi o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID):

(...) segundo o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), é da desigualdade de gêneros que vem o descompasso entre a capacidade produtiva e a real contribuição feminina no desenvolvimento socioeconômico (ITAÚ, 2018, p. 4).

Enquanto a ONU é apresentada como direcionadora da causa defendida pelo Itaú, o BID aparece como parceiro do programa. Segundo o relatório apresentado pelo banco brasileiro, foi firmada uma parceria na qual o BID empresta recursos para que o Itaú financie empresas que cumpram critérios como o da “participação societária de maioria feminina”. Outra parceria citada como importante foi com o

movimento Mulher 360, uma iniciativa empresarial a favor da equidade de gênero. Além da integração do Itaú no *Global Banking Alliance for Women*, uma aliança internacional, na qual fazem parte 135 países, além de instituições financeiras e organizações interessadas no desenvolvimento financeiro das mulheres.

Sobre essa relação com órgãos internacionais envolvidos na causa feminina, percebe-se como o Itaú ganha relevância e respaldo para legitimar o seu programa. Fica evidente como o empreendedorismo feminino é trabalhado como uma causa social e que sua pertinência não se restringe ao âmbito nacional.

Tais parcerias também demonstram outro aspecto da construção desse programa que envolve todo o processo de elaboração de ações. O Itaú detalha o trabalho envolvido, que passou por pesquisas com empreendedoras, pesquisa com áreas internas do banco e por uma definição de perfis comportamentais. Tal questão é ilustrada pelo seguinte trecho:

O projeto teve como primeira etapa o entendimento dos perfis das mulheres empreendedoras no Brasil e a compreensão do que está em jogo na relação entre seus sonhos, suas empresas e as instituições financeiras. A partir dessa descoberta, criamos uma proposta de valor e relacionamento com o público, ancorada em três pilares: capacitação, inspiração e conexão. (ITAÚ, 2018, p. 29)

Para desenvolver tais pilares, a plataforma do programa apresenta: *workshops*, videoaulas *on-line*, parceria com instituições de ensino, aulas expositivas com exercícios práticos, mentorias e disponibilização de artigos e ferramentas de gestão. Muitos desses materiais são apresentados no *site* imulherempreendedora.com.br. Portanto, nesse momento, é importante a sua análise.

A plataforma digital conta com 10 ícones na parte superior, que congrega os temas: Atitude empreendedora, Ferramentas, Gestão de pessoas, Inovação que transforma, Marketing e Estratégias, Meu dinheiro, Meu negócio e Novidades. Em destaque são colocados assuntos que englobam desde propaganda direta do Banco Itaú quanto divulgações de cursos e “boas vindas”. A plataforma ainda apresenta conteúdos em diferentes formatos, como vídeos, *posts*, reportagens, os quais a pessoa pode curtir e compartilhar. Por fim, há um espaço com o convite para que a pessoa se cadastre. Além de uma linha de crédito específica, em parceria com o *International Finance Corporation* (IFC) e bancos internacionais, todo conteúdo é estruturado nos três pilares nos quais a empresa pretende focar a atuação do programa: “capacitação”, “inspiração” e “conexão”.

Sobre a Capacitação, o Itaú apresenta pontos que vão além do conteúdo disponibilizado na plataforma, no qual trabalha em parceria com a Fundação Getúlio Vargas, de São Paulo, e oferta aulas *on-line* e presenciais, além de avaliação e *feedback* para os projetos apresentados ao final do programa, com consultoria específica. No item Conexão, a plataforma digital disponibiliza uma seção para troca de mensagens entre as participantes e as Rodadas de Negócios – “eventos que eles reúnem empreendedoras de diferentes segmentos para apresentar suas empresas, favorecendo a realização de negócios, parcerias e *networking*” (ITAÚ, 2018, p.34). Já

o pilar Inspiração é o que mais conecta o sujeito neoliberal ao protagonismo feminino, pois envolve uma sessão na plataforma para que as mulheres empreendedoras compartilhem suas histórias e experiências, por meio de uma série de vídeos intitulada "Transformadoras". O site também propaga que a iniciativa promove fóruns com "palestras de empreendedoras e especialistas de mercado para dar visibilidade aos diferentes modelos de liderança feminina" (ITAÚ, 2018, p. 34).

Ao analisar as categorias de conteúdo apresentadas na plataforma, nota-se um foco em gestão e outro em comportamento. Ou seja, existem categorias que se adequam ao empreendedor de forma geral e categorias voltadas para o feminino. O feminino está muito presente na categoria "Inspiração", que necessita ser melhor aprofundada.

Na parte da plataforma denominada "Inspiração – Mulheres que inspiram", cerca de 150 postagens aparecem com histórias de mulheres empreendedoras. Para analisar qual a mulher empreendedora que o Itaú atrela à sua marca, foram analisados os títulos e subtítulos das 10 postagens mais recentes dessa sessão. Algumas delas estão transcritas nas duas primeiras colunas da tabela 1. Na terceira, há a análise destacando as características empregadas.

Título	Subtítulo	Análise Mulher empreendedora
Mulheres que inspiram: como Fatima Casarini se reergueu de uma falência e inovou na venda de flores no Brasil	Ela criou a Ramo Urbano e introduziu o conceito de comercialização de buquês de flores frescas em <i> vending machines</i> .	Mulher que inova e se reergue.
Como Natália Inês da Costa, do CENSA, assumiu a missão de cuidar das pessoas com deficiência intelectual	Ela se dedica à prestação de serviços de educação, saúde e socialização da pessoa com deficiência intelectual, promovendo sua qualidade de vida.	Mulher que assume uma missão, cuida de minorias e promove qualidade de vida.
Stéphanie Habrich: depois de sobreviver ao 11 de setembro, ela criou o Joca, primeiro jornal infantil do Brasil	Após o atentado ela deixou a carreira no mercado financeiro e investiu em seu grande sonho.	Mulher que abandona uma carreira considerada de sucesso e investe em seu sonho.

Tabela 1: Títulos do conteúdo presente no item Mulheres que inspiram

Fonte: Elaborado pelos autores, com trechos nas duas primeiras colunas extraídos de <https://imulherempreendedora.com.br/inspiracao/mulheres-que-inspiram>. Acesso em 2019.

Quem é a mulher empreendedora de quem a marca Itaú quer estar próxima? É uma mulher que inova, se reergue, assume uma missão, promove qualidade de vida, investe em seu sonho, gera inclusão, valoriza e trabalha com minorias, é persistente, sabe recomeçar, supera problemas, transforma vidas, tem talento, constrói um mundo melhor, desconstrói ideias e democratiza o consumo. Ou seja, há uma responsabilização dela enquanto indivíduo, o que demonstra um alinhamento entre o sujeito neoliberal e empreendedorismo. Outro ponto que chama atenção é a ênfase

nos termos “inovação” e o “se reerguer”, termos esses que são características fortes do sujeito neoliberal, reforçando que a mulher pode se reinventar, se reerguer por meio do empreendedorismo e de seu próprio esforço e inovação.

Além disso, tal ponto reforça o que já foi apresentado sobre a valorização dos discursos inspiracionais: “a narrativização da própria vida em chave motivacional, com vistas a servir de modelo à trajetória do outro, ganha espaço crescente no espectro da inspiração como cultura” (CASAQUI, 2017, p.9).

O que chama atenção nesse discurso inspiracional é como são escolhidos casos para se dar ênfase. Ou seja, a mulher na sua posição de minoria, por meio do empreendedorismo, atua em outras causas também relacionadas às questões sociais. Dessa forma, percebe-se como a marca Itaú usa as mulheres empreendedoras para adentrar em lutas políticas de transformação social. Assim, o banco se envolve em pautas como: corpo e obesidade, classes menos favorecidas financeiramente, agricultura familiar, alimentação saudável, acessibilidade aos portadores de deficiência, entre outras. Seriam essas as características da marca Itaú? Como já exposto, o banco assumiu, em diversos momentos do seu discurso, a inovação e a defesa de diferentes reivindicações sociais. A partir de 2010, percebeu-se seu alinhamento com um direcionamento de “mudar o mundo”. Dessa forma, a partir da proposta do programa que aqui é analisado, a causa da mulher empreendedora é apresentada inserida em tal direcionamento de mudança social, na qual se explora, através de casos inspiracionais, que, além de empreender, tal mulher, em parceria com o Itaú, é capaz de realizar melhorias que podem transformar a sociedade.

Após o exposto, é válido trazer os pontos que o Itaú apresenta como resultados do programa. Segundo informações do relatório, 20 mil mulheres participaram da iniciativa. O relatório também apresenta diferentes indicadores quantitativos que demonstram que as participantes apresentaram melhores desempenhos em termo de retorno positivo para o banco, tais como: maior margem de contratação de produtos do banco e taxa de inadimplência menor. Dessa forma, os resultados gerados para o banco demonstram alinhamento com o que foi apontado por Medeiros (2017), a luta feminina é mercantilizada por meio de campanhas publicitárias e de produtos.

Também é apresentado que a iniciativa gera aumento da satisfação das clientes e, conseqüentemente, da escolha do banco como um parceiro de seu desenvolvimento:

Por isso, ter um programa que objetiva empoderar a mulher, principalmente no campo das finanças, tende a permitir que elas se sintam mais confortáveis para usar os produtos e serviços financeiros a favor do crescimento das suas empresas, além do potencial de multiplicação, influenciando discussões e projetos que promovam a inclusão e a diversidade (ITAÚ, 2018, p. 40).

Outro ponto que demonstra tal aspecto de aprovação e que contribui para uma impressão positiva da marca, agregando-lhe valor, é o recebimento de prêmios. O Itaú cita três reconhecimentos: seleção para compor o *Bloomberg Gender Equality Index* (Índice de Igualdade de Gênero do Setor Financeiro), prêmio “*Great*

Place to Work for Women", no qual a empresa foi considerada a 4ª melhor empresa do Brasil para as mulheres trabalharem; prêmio "Eco 2017", organizado pela Amcham Brasil e O Estado de São Paulo. Neste último, um prêmio para projetos considerados criativos e inovadores, o programa Itaú Mulher Empreendedora foi vencedor na categoria Produtos e Serviços, na modalidade Práticas de Sustentabilidade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o objetivo de demonstrar como o Itaú constrói sua marca atrelada às questões sociais do empreendedorismo e do protagonismo feminino, nota-se que a empreendedora, que reforça de forma positiva a imagem do Itaú, passa por diversas características do discurso do sujeito neoliberal. É uma mulher que inova, se reinventa e consegue se reerguer para buscar seus sonhos. No entanto, essa mulher vai além. Como exposto nos casos inspiracionais presentes na plataforma *on-line* do programa, essa é uma mulher que pode "mudar o mundo", por associar seu negócio às reivindicações dos grupos mais vulneráveis socialmente. Tal associação, por sua vez, contribui para reforçar a construção da marca Itaú como um banco que atua para que as mulheres alcancem o protagonismo no mundo dos negócios, e, assim, resolver diversos outros problemas presentes na sociedade.

Dessa forma, a mulher que participa do Itaú Mulher Empreendedora é uma "super mulher". "Super mulher" que é minoria, mas ajuda minorias. É uma "super mulher", mas que precisa do apoio do banco para ganhar protagonismo na sociedade. "Super mulher" que faz a diferença no combate às desigualdades sociais, mas tal capacidade pode ser mais efetiva se contar com o Itaú. Assim, tal mulher empreendedora contribui para a imagem positiva de um "Super Itaú". "Super Itaú" que ganha prêmios, que contribui para a visibilidade das reivindicações de diferentes causas sociais e que constrói a imagem de sua marca por meio da satisfação das consumidoras que participam do seu programa de empreendedorismo feminino. "Super Itaú" que, por tal programa, consegue captar mais clientes para seus serviços e que, por sua vez, consegue alcançar menores níveis de inadimplência, se tornando atrativo para investidores.

Para tal, o banco usa diversas estratégias para construção do programa, como as parcerias internacionais que garantem linhas de crédito para os negócios que envolvam o protagonismo feminino, o que contribui para reforçar a marca Itaú como defensora e parceira da mulher empreendedora. Dessa forma, o banco faz pesquisas, ganha prêmios, gera conteúdo para esse público feminino e, além disso, gera inspiração por meio da história de diversas mulheres que, por meio dos seus negócios, alcançaram seu sonho e promoveram transformações sociais, melhorando a vida de muitos indivíduos.

Assim, a partir do que foi exposto, acredita-se que é possível contribuir para o debate de como a retórica da responsabilidade social é defendida no fortalecimento da legitimidade das corporações perante os consumidores. E como o processo de comunicação e o ativismo se encontram, se conectam e se retroalimentam.

REFERÊNCIAS

- BEZERRA, G. M. P. Responsabilidade Social Empresarial e/ou retórica publicitária?. In: XXIX Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología, Santiago, 2013.
- BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, È. O novo espírito do capitalismo. São Paulo: Martins Fontes, 2009.
- CASAQUI, Vander. Abordagem crítica da cultura da inspiração: produção de narrativas e o ideário da sociedade empreendedora. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação - E-compós, Brasília, v.20, n.2, maio/ago. 2017
- DARDOT, P.; LAVAL, C. A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.
- FONTENELLE, I.A. Construção e desconstrução de fronteiras e identidades organizacionais: história e desafios do McDonald's. Revista de Administração de Empresas, v. 47, p. 60-70, 2007.
- _____. Cultura do consumo: fundamentos e formas contemporâneas.. Rio de Janeiro: FGV, 2017.
- FRASER, N. Feminism, capitalism and the cunning of history. New Left Review. nº56, 2009.
- _____. Feminism, Capitalism, and the Cunning of History - An Introduction. Working Papers Series. Fondation Maison des Sciences de l'homme. nº17, 2012.
- GRACIOSO, Francisco. Propaganda institucional. Nova arma estratégica da empresa. São Paulo: Atlas, 2002.
- ITAU. Relatório Itaú Mulher empreendedora 2018. Disponível em: <[https://www.itaubr.com.br/arquivosstaticos/Itau/PDF/Sustentabilidade/Relatorio_Itau_Mulher_Empreendedora_\(2018\).pdf](https://www.itaubr.com.br/arquivosstaticos/Itau/PDF/Sustentabilidade/Relatorio_Itau_Mulher_Empreendedora_(2018).pdf)>. Acessado em 2 de outubro de 2019
- KLEIN, N. Sem logo: a tirania das marcas em um planeta vendido. Rio de Janeiro: Record, 2002.
- LIMA, S. F.; GONCALVES, G. M. P. Publicidade, Relações Públicas e algumas apropriações discursivas. O caso do Banco Itaú.. Temática - Revista eletrônica de publicação mensal, v. 13, p. 76-93, 2017.
- MEDEIROS, F. L. S. Feminismo e neoliberalismo na contemporaneidade: uma "nova razão" para o movimento de liberação das mulheres? Teoria & Pesquisa: Revista de Ciência Política: v. 26, n. 3, 2017.
- MERTEN, L.R. Moda, consumo e biossociabilidade: convocações para a gestão do corpo diferente em narrativas publicitárias de moda. Dissertação de mestrado. Programa de Pós-graduação em Comunicação e Práticas de Consumo, Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, 2017.
- OLIVEIRA, C. V. A. O discurso da responsabilidade social na estratégia corporativa: valorização da marca institucional. Contemporânea. Ed.19, Vol. 10, n.1. 2012.
- PATRIOTA, K. R. M. P.; ANSELMO, B. Isso muda o mundo: intersecções entre estratégias de construção de marca e a noção de ethos discursivo a partir da campanha do Itaú. In: Congresso Internacional em Comunicação e Consumo, 2016, São Paulo. Anais do Comunicon 2016. São Paulo: ESPM, 2016.
- ROCHA, M. E. M. A Nova Retórica do Capital: A Publicidade Brasileira em Tempos Neoliberais. São Paulo: UNESP, 2010.
- ROTTENBERG, C. The Rise of Neoliberal Feminism. Cultural Studies, 2013. Disponível online em <<http://dx.doi.org/10.1080/09502386.2013.857361>>
- SENNETT, R. A corrosão do caráter: consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo. Rio de Janeiro: Record, 2007.
- VIDAL, De. M. M.. Gestão de Marcas: o espaço da comunicação organizacional nos processos de branding. In: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015, Rio de Janeiro. ANAIS 2015 - Intercom, 2015.

Sabina Lovato¹

A memória discursiva na construção do sujeito neoliberal feminino: ditos e não ditos da campanha “Silicone Seguro”

The discursive memory in the construction of the feminine neoliberal subject: sayings and non sayings of the “Safe Silicone” campaign

RESUMO

Neste fragmento de nossa pesquisa de mestrado, discutimos de que forma a memória discursiva é mobilizada em discursos midiáticos sobre beleza e saúde. Para tanto, analisamos textos verbais e não verbais do discurso da campanha “Silicone Seguro”, da Johnson & Johnson, a partir dos ditos e não ditos que convocam o sujeito neoliberal feminino ideal (DARDOT E LAVAL, 2016; ELIAS, GILL, SCHARFF, 2017; PRADO, 2013). Defendemos que o labor estético exigido às mulheres para serem consideradas bem-sucedidas na contemporaneidade é ressignificado em “Silicone Seguro” como empoderamento feminino, por meio de uma estratégia discursiva que mobiliza afetos positivos e aspectos dos feminismos para inculcar a mentalidade neoliberal do empreendedorismo de si, utilizando a força e a potência de agência das mulheres como catalisadores de individualismo e desempenho (ELIAS, GILL, SCHARFF, 2017). Neste discurso, a mulher é posicionada como empoderada à medida que se conforma com antigas normas de feminilidade e de conduta, ainda presentes na memória discursiva de uma sociedade considerada machista.

Palavras-chave: comunicação e consumo; memória discursiva; sujeito neoliberal feminino.

ABSTRACT

In this fragment of our Master’s research, we discuss how the concept of discursive memory happens in media discourses about beauty and health. To do this, we analyse verbal and nonverbal texts of the discourse in the “Safe Silicone” campaign by Johnson & Johnson considering the sayings and nonsayings that convoke the ideal feminine neoliberal subject (DARDOT AND LAVAL, 2016; ELIAS, GILL, SCHARFF, 2017; PRADO, 2013). We defend that the demand for women to perform aesthetic labour in order to be considered successful in our society today is ressignified in “Safe Silicone” as feminine empowerment through a discursive strategy that mobilize positive affects and feminisms aspects to inculcate the neoliberal mentality of self entrepreneurship, using the women’s strength and power of agency as catalysts for individualism and performance. In this discourse, women are positioned as empowered as long as they compromise with old rules of femininity and conduct still present in the discursive memory of a society that is considered misogynist.

Keywords: communications and consumption; discursive memory; neoliberal feminine subject.

1 Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação e Práticas do Consumo – PPGCOM ESPM (bolsista CAPES, modalidade taxa), publicitária graduada pela ESPM-SP e integrante do Grupo de Pesquisa BIOCON – Comunicação, Discursos e Biopolíticas do Consumo, certificado pelo CNPq. E-mail: sabina.lovato@gmail.com.

1 INTRODUÇÃO

No Brasil, um país em que a beleza corporal guarda a promessa de um futuro melhor, as cirurgias plásticas são legitimadas pela medicina e divulgadas pelos dispositivos midiáticos como procedimentos seguros cujos benefícios vão desde o aumento da autoestima até a mobilidade social (JARRÍN, 2017; SANT'ANNA, 2014). São mais de 1.400.000 de cirurgias estéticas ao ano, o que coloca o Brasil como segundo lugar no ranking mundial - atrás dos Estados Unidos -, sendo a de implantes mamários a mais realizada, com mais de 230.000 procedimentos (ISAPS, 2017). Desde a popularização da prática nos anos 1960, impulsionada pela figura emblemática do cirurgião carioca Ivo Pitanguy, que oferecia o «direito à beleza» àqueles que até então não podiam arcar com os custos dos procedimentos estéticos, os discursos sobre beleza e saúde em nossa cultura contemporânea são imbricados de afeto e racionalidade e constituem uma rica memória social por conta das narrativas midiáticas em que se fazem presentes.

Dito isto, em nossa pesquisa de mestrado, analisamos as interações discursivas em discursos midiáticos sobre beleza e saúde, com foco nas cirurgias plásticas de implantes de mama no contexto brasileiro. Para este artigo, retomamos parte de nossa pesquisa com o objetivo de compreender de que forma o conceito de memória discursiva é mobilizado para convocar o sujeito neoliberal feminino em textos verbais e não verbais da campanha Silicone Seguro, da Johnson & Johnson.

Com o aporte teórico-metodológico da Análise do Discurso Francesa (ADF), tratamos do texto em seu processo discursivo mais amplo por conta da noção de interdiscurso, que remete a algo que já foi dito na ordem discursiva, viabilizando a leitura do enunciado. Segundo Orlandi (2015, p. 29), “é o que chamamos de memória discursiva: o saber discursivo que torna possível todo dizer e que retorna sob a forma do pré-construído, o já-dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada da palavra”. Um determinado discurso é sustentado por outros, pelo que já foi dito, e seu sentido acontece não por causa das palavras por si próprias, mas pelo que estas remetem à sua interpretação. Nenhum discurso significa sem que haja sentidos anteriores que irão constituir os novos significados e, conforme a conjuntura sócio histórica se transforma, os discursos circulantes acompanham-na.

O discurso publicitário é um campo fértil para analisarmos o funcionamento da memória discursiva, pois incorpora os valores sociais da época e se reestrutura para se adequar a eles. Sabemos que a mídia tem função pedagógica, pois ensina valores e modos de ser, e hoje é considerada a instituição mais relevante neste aspecto (PRADO, 2013; SILVERSTONE, 2014; SODRÉ, 2013). A publicidade, assim como outras narrativas do consumo, a partir do repetível no enunciado e com dizeres que se renovam e se atualizam ao longo do tempo, constrói os mundos possíveis das marcas, representações ideais da realidade, acessíveis por meio do consumo (SEMPRINI, 2006). Ao identificarmos os interdiscursos nos enunciados, podemos perceber de que forma discursos prejudiciais à emancipação feminina mantêm-se recorrentes na sociedade, ainda que sob outras formas de dizer.

Elias, Gill e Scharff (2017) afirmam que as mulheres, principalmente as jovens, são frequentemente posicionadas no discurso como sujeitos neoliberais ideais por sua suposta força de agência e transformação social e, também, pela capacidade de maximizar as novas oportunidades que lhes aparecem. Este sujeito neoliberal, segundo Dardot e Laval (2016), é produzido nos discursos circulantes da gestão neoliberal que hoje governa o mundo, uma racionalidade econômica e política que tem o princípio da concorrência como norma de conduta. A lógica de mercado perpassa relações sociais e os modos de ser e estar no mundo globalizado, excedendo a esfera dos negócios. O sujeito deste discurso é convocado a se comportar com uma empresa, tornando-se o empreendedor de si, responsável por sua própria vigilância e desenvolvimento.

De acordo com Scharff (2015), o sujeito neoliberal se caracteriza por sua competência em consumir, o que privilegia ainda mais o feminino devido à histórica associação entre mulher e consumo, intensificada pelas narrativas midiáticas. A incitação à transformação de si também é um ponto relevante, à medida que estas convocações são mais frequentemente direcionadas às mulheres, principalmente quando se trata de controle do corpo e sexualidade. Segundo a autora, a ligação entre feminilidade, transformação de si e corpo é chave de entendimento da inter-relação entre gênero e subjetividade na era neoliberal.

Dito isto, conforme as mulheres alcançam posições mais relevantes na esfera pública e passam a contestar nas mídias sociais as representações midiáticas que objetificam e hipersexualizam o gênero feminino, o mercado responde a estas transformações. Elias, Gill e Scharff (2017) explicam que, a partir dos anos 2010, começou a ocorrer uma mudança de paradigma na publicidade voltada ao público feminino, impulsionada pelos feminismos de terceira e quarta onda, este com alta mobilização nos meios digitais. Grandes marcas internacionais como Dove, Always, Mattel e, no Brasil, Avon, C&A e Natura deixaram de lado o discurso focado nas imperfeições da mulher para as convocarem a se amarem e a se sentirem lindas como são. A este tipo de discurso as autoras chamam de “*love your body*” (LYB), ou “*ame seu corpo*” e, embora possam ser percebidos como um avanço em um primeiro momento, para as autoras, são também uma nova forma de regulação e controle.

Estes discursos LYB estão ligados à noção de pós-feminismo, entendida como “neoliberalismo sob uma visão de gênero” por Elias, Gill e Scharff (2017). O pós-feminismo é uma sensibilidade que percorre grande parte da cultura contemporânea, sendo, ao mesmo tempo, discursiva, ideológica, afetiva e psicossocial. A ressonância com o neoliberalismo opera em três níveis: pelo individualismo que ignora pressões externas e toma o lugar de noções políticas e sociais; a relação do sujeito neoliberal com o sujeito pós-feminista, ambos ativos, de livre escolha e que estão sempre se reinventando; e os discursos de autogestão e disciplina que, historicamente, são mais direcionados às mulheres para governarem todos os aspectos de suas vidas.

Isto nos leva à dimensão psíquica do regime de beleza contemporâneo que vai além da aparência física. Hoje, não basta *ser* bonita, é preciso *sentir-se* bonita. A essência dos discursos LYB está em produzir afetos positivos e afirmativos para inculcar

a lógica da autorregulação, partindo da dimensão física do corpo para a psíquica, mantendo seus objetivos de mercado (ELIAS; GILL; SCHARFF, 2017). O uso da palavra “autocuidado” e suas variantes na comunicação de marcas do segmento da beleza é um exemplo de como estas práticas de consumo vêm sendo ressignificadas, passando de uma necessidade imposta por pressões sociais para rituais quase terapêuticos de amor próprio (Figura 1), ainda que mais extensos e complicados do que nunca. A convocação ao consumo é a mesma, sendo os resultados o labor estético e a transformação de si - o que muda é apenas a maneira de dizê-lo.



Figura 1: Campanha da marca de cosméticos The Body Shop, veiculada no Instagram com influenciadoras digitais (na imagem, Nátaly Neri) para divulgar nova linha de hidratantes para o corpo.

Fonte: Instagram Stories patrocinado, capturado pela autora.

A campanha Silicone Seguro segue nesta direção, mobilizando afetos positivos e otimistas para convocar a consumidora a se amar, a valorizar seu corpo, a se libertar, tudo isto por meio da cirurgia de implantes de mama. A mulher não mais se submete ao implante porque odeia seu corpo, pelo contrário: ela se ama tanto que os implantes são uma forma de demonstrar esse amor. Diferente de anúncios publicitários de outras marcas de próteses de silicone que pesquisamos, como Silimed, Eurosilicone e Allergan, nos quais as imagens são visivelmente retocadas digitalmente e mostram repetidamente o corpo modelado artificialmente, exibido por modelos vestindo biquíni, o discurso de Silicone Seguro apresenta modelos em poses casuais, com pouca exposição do corpo, como vemos em nossa análise. Esta interrupção na regularidade do discurso asséptico e racionalista da indústria farmacêutica indica a extensão da sensibilidade pós-feminista que posiciona a mulher como este sujeito neoliberal ideal.

A Mentor, fabricante de implantes mamários subsidiada da Johnson & Johnson, é uma das líderes de mercado no Brasil. Foi fundada em 1969 nos Estados Unidos

e, segundo seu site oficial, "é a principal fornecedora de produtos médicos para o mercado global de medicina estética". Em uma estratégia de relações públicas, a *Johnson & Johnson Medical Devices* lança a campanha "Silicone Seguro", em 2016, veiculada *online*. Segundo o manifesto publicado no site oficial da mesma:

Neste site, você encontra informações valiosas sobre próteses de silicone e se informa sobre aspectos de extrema importância, da segurança relacionada à cirurgia e aos produtos utilizados até a qualidade dos diferentes tipos de implantes disponíveis hoje em dia.

Definimos a campanha Silicone Seguro como objeto empírico pelo seu foco na paciente-consumidora final e também por se tratar de uma iniciativa direcionada a segurança dos implantes, a única dentre as marcas líderes de mercado no Brasil. Por trazer em seu bojo a dinâmica discursiva entre consumo, beleza e saúde, consideramos a campanha um *exemplo exemplar* do ambiente mercadológico dos implantes, tendo em vista a construção do sujeito neoliberal feminino.

Neste artigo, apresentamos parte de nossa análise dos ditos e não ditos que convocam o sujeito neoliberal feminino na campanha Silicone Seguro para ilustrarmos o conceito de memória discursiva em ação neste discurso. Primeiro, coletamos o material no site oficial da campanha e em sua página no Facebook, no período de 31 de agosto de 2017 a 23 de novembro de 2018, totalizando 70 postagens. Em seguida, mapeamos este material, separando por temáticas, para então definirmos as categorias de análise. Estas, por sua vez, foram inspiradas em características do pós-feminismo elencadas por Elias, Gill e Scharff (2017) sendo que, das nove categorias definidas, abordamos neste artigo quatro delas, ainda que em parte: Empreendedorismo Empoderador; Novas Feminilidades; Palavras Desviadas, Informações Omitidas; e Ausência da Figura Masculina.

2 O EMPREENDEDORISMO EMPODERADOR

Na campanha "Silicone Seguro", em consonância com a sensibilidade pós-feminista e seus discursos, as modelos estão posicionadas como agentes de si mesmas e não tanto como objetos à mercê da vontade do outro. Este movimento, no entanto, não constitui uma libertação, mas um novo modo de controle baseado no tipo de poder que Foucault denomina como "governamentalidade". Isto é, "o contato entre as tecnologias de dominação do outro (objetificantes) e as tecnologias do *self* (subjeficantes)" (FOUCAULT, 1998 *apud* FAVARO, 2017, p. 284, tradução nossa)². Em outras palavras, o controle do corpo é exercido pelo próprio sujeito e não mais por instituições disciplinares.

Nesta construção discursiva, o desejo pela transformação de si não é consequência de estruturas sociais que medeiam relações de ser e estar no mundo, mas partem apenas do indivíduo isolado. Além disto, a força de agência conquistada por décadas de feminismo é canalizada para o benefício individual e não para engendrar lutas pela igualdade de gênero. As mulheres empoderadas neste cenário são

2 "I apply a feminist discursive Foucauldian-influenced approach, a key concept being that of 'governmentality', namely the contact between the (objectifying) technologies of domination of others and the (subjectifying) technologies of the self" (FAVARO, 2017, p. 284).

as que empreendem a gestão de si, no caso, as que tomam a atitude de realizar a cirurgia de implantes.



Figura 2: Post “Meu peito, minhas regras!”

Texto do post: “E tenho dito!”

Fonte: SILICONE Seguro. 29 ago. 2018.

Facebook: Siliconeseguro. Disponível em: <http://tinyurl.com/y6ftv4ok>. Acesso em: 15 fev. 2019.

McRobbie (2015) atesta o movimento do capitalismo em cooptar partes do feminismo em seu próprio discurso, como observamos na Figura 2. A pose da modelo, flexionando os músculos dos braços, em uma relação de interdiscurso faz alusão à luta feminista, ainda que amenizada pela estética heteronormativa de feminilidade, composta pelos óculos escuros, os cabelos longos e ondulados, a maquiagem forte e os lábios franzidos.

O título “Meu peito, minhas regras” mobiliza a memória discursiva do público feminino pelo jogo de palavras com o lema feminista “*My body, my rules*”, ou “Meu corpo, minhas regras”. Como explica Dosekun (2017), o pós-feminismo, como objeto intensamente midiaticizado e imbricado de significados consumistas, percorre a mídia transnacional e as relações de consumo. Ao transpor este imaginário para a construção de seu mundo possível, a Johnson & Johnson sugere que as mulheres que optam pelos implantes de silicone podem sofrer alguma espécie de opressão por conta de sua escolha, ou seja, colocar próteses de silicone se torna um ato de resistência e coragem. A perversidade desta apropriação e esvaziamento de significado fica ainda mais aparente quando lembramos que um dos símbolos da Marcha das Vadias³, uma das manifestações responsáveis pela popularização do lema, é, justamente, os seios desnudos simbolizando a reivindicação feminina do próprio corpo (Figura 3).

3 Série de protestos que fazem parte do movimento internacional denominado Slut Walk, original de Toronto no Canadá, quando um oficial segurança, em palestra na Universidade de Toronto, orientou que as mulheres “não se vestissem como vadias” para evitarem ser estupradas. A fala causou revolta nas mulheres e mais de 3 mil marcharam em protesto nas ruas de Toronto. No Brasil, a Marcha representa, além do repúdio a culpabilização das vítimas de estupro, a luta geral pelo fim da violência doméstica, física, simbólica e sexual. (BOGADO, 2018)



Figura 3: Militante da Marcha das Vadias.

Fonte: ANGELO, Mario. 2015. Disponível em: <https://tinyurl.com/y2o46saf>. Acesso em: 23 mai. 2019.

Para Dosekun (2017), as mulheres, ao exercerem a subjetividade neoliberal empreendedora que determina a beleza como o maior investimento em capital humano que pode ser feito, estão constantemente gerenciando os riscos que estas práticas oferecem. Por exemplo, a saúde das unhas fica debilitada com o uso constante de unhas acrílicas; pode ocorrer a queda de cabelo com o atrito e pressão dos apliques de cabelo; ao retirar os cílios postiços, os verdadeiros podem ser involuntariamente arrancados no processo. Segundo a autora, estas práticas se apresentam às mulheres como obrigatórias para serem percebidas como femininas no ambiente de trabalho, naturalizando a conformidade à norma e, portanto, constituindo uma forma de governamentalidade que esvazia a potência do questionamento crítico e da resistência. Do mesmo modo, o discurso de “Silicone Seguro”, ao trazer a opção das próteses, naturaliza tanto os implantes quanto a insatisfação com o próprio corpo, enquanto a saúde fica em segundo plano. A diferença crucial aqui é que, diferentemente de unhas, cílios e cabelo falsos, não existe a opção de retirar as próteses tão facilmente quando estas passam a causar incômodo.

As práticas de embelezamento antes consideradas extremas, como as cirurgias plásticas, são agora ressignificadas, com o auxílio de campanhas como a “Silicone Seguro”, como práticas simples de autogoverno. Posicionando as mulheres como agentes transformadoras de si mesmas, estes discursos naturalizam práticas e engendram na população as tecnologias do *self*. Segundo Favaro (2017, p. 297, tradução nossa):

Estas micopráticas de autogoverno interconectam-se com a gestão biopolítica de mulheres via tecnologias de poder/saber cada vez mais centra-

das na inserção de afetos positivos nas infraestruturas de controle, disciplina e exploração.⁴

A campanha “Silicone Seguro” convoca o sujeito a empreender labor estético ao ressignificá-lo como empoderamento. O “direito à beleza” é, neste discurso, um direito “feminista”.

3 NOVAS FEMINILIDADES

As novas feminilidades compreendidas por Gill e Scharff (2011) referem-se às subjetividades que emergem no contexto pós-feminista e neoliberal. São novas formas hegemônicas de ser e estar no mundo enquanto mulher que, no caso, referem-se à subjetividade empreendedora. Embora haja a presença de corpos diferentes (HOFF, 2016) nos discursos midiáticos pós-feministas, o ideal de beleza do sujeito neoliberal é heteronormativo, ou seja, hiperfeminino e, por sua vez, exige labor estético, ressignificado na campanha como divertimento de menina.

Lazar (2017) aponta que o esperado para as mulheres performarem sua feminilidade heterossexual é de que empreendam extenso labor estético voltado aos seus corpos, envolvendo gastos de tempo e dinheiro, aprendizagem de habilidades práticas (maquiagem, cuidados com o cabelo, técnicas de depilação etc.), desconforto físico até riscos à saúde. Este labor não é um fenômeno recente em si, mas a autora defende que, no pós-feminismo, ele se intensifica devido à maior abrangência do escopo e a escala. Neste sentido, o sujeito neoliberal feminino não é posicionado neste discurso como vítima, mas como participante ativo, que enxerga as práticas de beleza como um empreendimento que lhe renderá frutos.

Para que esta modalização seja alcançada, o discurso midiático reformula as práticas de beleza como “fácil, prazeroso divertimento feminino” (LAZAR, 2017, p. 52)⁵. Mas este divertimento feminino, adverte Lazar (2017), no pós-feminismo não se coloca como ingênuo, passivo e inexperiente. De fato, é uma nova proposta de feminilidade que apresenta uma subjetividade ativa, dotada de conhecimento e *expertise* e que visa a um propósito até nas horas de lazer. A subjetividade feminina é apresentada neste discurso como um *direito* da mulher ao prazer, contrapondo-se ao feminismo tradicional que “reprime” as mulheres de se divertirem.

Quando não utiliza modelos, a marca faz uso de elementos infantis na composição das peças, como o sorriso, a tipografia estilizada e o uso de cores de tons abertos e saturados (Figura 4 e Figura 5). Na Figura 5, ainda temos o lembrete “Valorize seu corpo” como convocação à vigilância e trabalho constante que se impõe sobre a mulher. Valorizar o corpo, na memória discursiva pós-feminista, é não “descuidar”.

4 “These micro-practices of self-government interconnect with the biopolitical management of women via apparatuses of power/knowledge increasingly centred on inserting positive affect within infrastructures of measurement, discipline and exploitation.” (FAVARO, 2017, p. 297)

5 “Easy, enjoyable girlish fun.” (LAZAR, 2017, p. 52).



Figura 4: Cartaz “Porque beleza é...”

Fonte: SILICONE Seguro. Disponível em: <https://www.siliconeseguro.com>. Acesso em: 13 fev. 2019.



Figura 5: Cartaz “Valorize o seu corpo”

Fonte: SILICONE Seguro. Disponível em: <https://www.siliconeseguro.com>. Acesso em: 13 fev. 2019.

A linguagem utilizada na campanha remete à da publicidade de cosméticos e maquiagem, nivelando a cirurgia de implantes de mama com práticas de beleza menos radicais. Tudo isto corrobora para o discurso de que os implantes são seguros, basta uma cirurgia simples para uma vida mais colorida e alegre.

Os enunciados também convidam as consumidoras a interagirem com suas amigas, marcando-as nos comentários do *post*, como o exemplo da Figura 6. Segundo Lazar (2017), esta estratégia discursiva objetiva levar à percepção de que as práticas de labor estético são divertidas, algo que as mulheres fazem para elas mesmas e que lhes dá prazer. Ademais, o uso de ironia e ambiguidade atesta a um pós-feminismo que não se leva muito a sério e se apresenta como leve. Nos *posts* contemplados nesta categoria, não há menção ao empoderamento nem à aceitação do corpo; é como se fosse uma pausa do trabalho “chato” de ser feminista, em que as mulheres podem fofocar ao telefone, fazer gracinhas, aproveitar a vida, sem ter que pensar em questões “sérias”.

Ainda sobre o *post* representado na Figura 6, o enunciatário assume a primeira pessoa (“Um beijo para minhas amigas do peito”), representando a “amiga”, papel que remete à memória de revistas voltadas ao público feminino adolescente, notáveis em exercer a pedagogia de gênero. Tanto a linguagem verbal quanto a visual, com o uso de uma ilustração e as cores lilás e cor-de-rosa contribuem para infantilizar o gênero feminino e ressignificar os implantes como diversão “de menina”. Na Figura 7, a imagem da modelo falando ao telefone e o tom humorístico do

texto verbal nos remete aos tempos das revistas adolescentes. Hoje, no entanto, não se fala de ídolos da telinha, mas sobre implantes de silicone.



Figura 6: Post “Um beijo para minhas amigas do peito”

Texto do post:

“Quem por aqui teve a sorte de passar o final de semana com as amigas do coração? ♥ Marque a sua melhor amiga!”

Fonte: SILICONE Seguro. Facebook: Siliconeseguro. Disponível em: <http://tinyurl.com/yxs3pd4o>. Acesso em: 15 fev. 2019.



Figura 7: Post “Todo mundo tem uma amiga que só fala de silicone”

Texto do post:

“Se você não tem, cuidado, essa amiga pode ser você! ;)”

Fonte: SILICONE Seguro. Facebook: Siliconeseguro. Disponível em: <http://tinyurl.com/y5cwu378> Acesso em: 15 fev. 2019.

Ao infantilizarem a linguagem, reafirmam papéis de gênero tradicionais de uma sociedade patriarcal, nos quais se considera a mulher ser ingênuo e infantil e, logo, carente de proteção e inábil para certas funções. Isto corrobora o que Elias, Gill e Scharff (2017) atestam como o retorno das noções de “diferenças sexuais naturais”, uma das características do pós-feminismo. A estratégia de “Silicone Seguro” caracteriza a mulher como infantilizada, assim como outras marcas do segmento da beleza que tratam mulheres como crianças ao lançarem coleções de maquiagens temáticas com personagens da Disney (MAC), sereias (Anna Sui e Tarte) ou unicórnios (*Too Faced* e Tarte), ou ainda, quando utilizam linguagem informal exagerada em suas campanhas e embalagens, com muitos pontos de exclamações, gírias e expressões idiomáticas.

Ademais, ao repetir continuamente estas imagens infantilizadas, a campanha neutraliza a potência transformadora da mulher lembrando-as de como é divertido conversar com as amigas e imaginar seus seios “turbinados”. As novas feminilidades constituem, de fato, um retorno a uma representação de mulher romântica, cujo círculo social se restringe a uma figura de autoridade (o pai, o marido ou o médico, neste caso) e as amigas. Os assuntos de suas conversas se limitam a práticas de beleza e outros assuntos inofensivos, e a atuação na esfera pública é inexistente, pelo menos no mundo de “Silicone Seguro”.

4 PALAVRAS DESVIADAS, INFORMAÇÕES OMITIDAS

Como ensina Orlandi (2015), existe um não dito em todo e qualquer discurso, que se refere à memória discursiva de um “já dito” ausente. O silêncio também significa, pois todo dito está relacionado com o não dito, ou a memória discursiva. Os não dizeres são formas implícitas de dizer, e podem estar pressupostos (não dito mas presente) ou subentendidos (depende do contexto). Segundo a autora, “o não dito é subsidiário ao dito. De alguma forma, o complementa, acrescenta-se. De todo modo, sabe-se por aí que, ao longo do dizer, há toda uma margem de não ditos que também significam” (ORLANDI, 2015, p. 81).

Carrascoza e Hoff (2015), por sua vez, explicam que à margem dos dizeres da comunicação mercadológica há um universo de não dizeres que são silenciados:

1) pela impossibilidade natural de serem ditos se, em seu lugar, algo já o foi; e 2) pela estratégia discursiva adotada por seu enunciador, que privilegia determinados ditos, em detrimento de outros que não lhe convém mover por diversos motivos – o principal deles, certamente, porque não promovem tão bem a mercadoria anunciada quanto os dizeres escolhidos. (CARRASCOZA; HOFF, 2015, p. 40).

Existem diversos riscos relacionados às próteses de silicone, alguns já mais conhecidos pelo público geral – e que os discursos favoráveis exaltam como “raros” –, outros, nem tanto. Nos enunciados de “Silicone Seguro”, identificamos alguns destes silenciamentos.

O texto do *post* representado na Figura 8 desvia da pergunta e não a responde, pois o corpo pode, sim, rejeitar as próteses, já que são corpos estranhos invadindo o organismo. A pergunta “Meu corpo pode rejeitar o silicone?” pede uma resposta de “sim” ou “não”, mas o enunciador explica as cápsulas musculares. O texto não elucida, no entanto, que estas cápsulas são o resultado do corpo tentando “expulsar” os implantes. E também não chega a nomear esta condição, pois é um dos *riscos* – essa palavra também é evitada – mais comuns dos implantes: a contratura capsular. Por fim, não há menção do explante de próteses, mas a troca destas, e tampouco se há chance de reincidência de contratura capsular após uma segunda operação.



Figura 8: Post “Meu corpo pode rejeitar o silicone?”

Texto do post:

O que acontece é a formação de uma cápsula muscular em torno da prótese mamária, ação natural do seu corpo para se proteger de um objeto que ele considera estranho. Em alguns casos, essa cápsula pode se tornar muito densa, causando desconforto, dor, mudança no formato da prótese e, em situações extremas, o rompimento. Por isso, é muito importante seguir todas as orientações médicas depois da cirurgia e fazer o acompanhamento com um profissional de confiança, relatando qualquer tipo de dor ou desconforto. Pode ser necessário fazer a substituição do implante!

Fonte: SILICONE Seguro. Facebook: Silicoseguro. Disponível em: <http://tinyurl.com/y2ok9vjo>. Acesso em: 15 fev. 2019.

A formação discursiva da qual este discurso faz parte não permite a exposição clara dos riscos decorrentes dos implantes. No contexto neoliberal e pós-feminista da sociedade de consumo contemporânea, colocar silicone é uma negociação de riscos e gratificações, e o gerenciamento desta relação recai sobre o indivíduo. A mulher faz por ela mesma, mas também deve arcar sozinha com os problemas decorrentes. E, no mundo possível que a Johnson & Johnson construiu, onde mulheres podem voltar a sentir-se como meninas enquanto exercem sua subjetividade empreendedora, a dor e o prejuízo são indizíveis.

5 AUSÊNCIA DA FIGURA MASCULINA

É interessante notar a importância dada à amizade entre mulheres na construção do mundo possível da Johnson & Johnson. Evita-se contrapor uma figura masculina, já que isso interromperia o conceito pós-feminista da campanha. Deste modo, ignora-se a origem do imaginário em torno das próteses, vindo da estética de atrizes pornográficas que, por sua vez, estão a serviço do olhar masculino.

O mundo das cirurgias plásticas é dominado pelo gênero masculino, principalmente na figura do cirurgião, o qual se encontra numa posição superior à da paciente nesta relação de poder. Ele participa ativamente do processo ao opinar sobre o corpo da mulher, explicando porque seus seios não são harmoniosos e justificando a necessidade da cirurgia. Além disto, é o médico a autoridade final que viabiliza uma cirurgia plástica (desde implantes de silicone até cirurgias estéticas da vulva, chamadas de ninfoplastia ou labioplastia) em adolescentes menores de 18 anos, atestando se ela é madura o suficiente para isto por meio de um julgamento subjetivo. Na Figura 9 temos uma mulher posando como médica, mas a realidade é que 79,4% dos cirurgiões plásticos são homens (Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica, 2018) enquanto 85,6% de seus pacientes ao redor do mundo são mulheres (*International Society of Aesthetic Plastic Surgery*, 2017).

Por mais que a campanha tenha como objetivo trazer informações para auxiliar tomadas de decisão mais seguras e por mais que se repita que esta decisão é

da própria consumidora, denotamos que o lugar da mulher no mundo de “Silicone Seguro” é de um sujeito passivo. A receita de amor próprio sugerida pela campanha não permite desvios: o destino final é a cirurgia de implante, à medida que omite quaisquer informações minimamente desfavoráveis ao silicone e legitima o cirurgião plástico como figura de autoridade máxima. A autonomia adquirida sobre seu corpo é ilusória, pois é uma escolha com apenas uma opção: conformar-se ao ideal heteronormativo de beleza, ainda que prejudique a própria saúde no processo.



Figura 9: Post “Converse com o seu médico”

Texto do post:

“Informações sobre a sua saúde, estilo de vida e expectativas influenciam muito na forma como o médico irá conduzir o procedimento e são essenciais para garantir sua segurança. Além disso, os exames laboratoriais e de imagem são fundamentais para a colocação das próteses de silicone, pois atestam as suas condições de saúde para passar pela anestesia e pela cirurgia.”

Fonte: SILICONE Seguro. Facebook: Siliconseseguro. Disponível em: <http://tinyurl.com/y62c5yjk>. Acesso em: 15 fev. 2019.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Se os feminismos até a primeira década do século XXI eram pautados por demandas sociais, à medida que o neoliberalismo avança globalmente, o social se desloca para o individual. Aquilo que antes era luta – a mulher alterando suas relações de poder na esfera pública –, com o neoliberalismo estimulando o sujeito individualizado, o que passa a ter relevância é o querer, são os imperativos do desejo e não mais as ações voltadas ao bem-estar coletivo. Assim, o pós-feminismo, ao mobilizar a memória discursiva das lutas feministas para convocar o sujeito neoliberal, é, na verdade, a continuação de relações de poder hegemônicas, das quais a figura masculina, branca e heterossexual é a maior beneficiária. Por sua vez, a mulher é infantilizada e tem sua esfera de atuação restringida ao universo da subjetividade e das emoções. A contradição do discurso, sugerindo um retorno a antigos papéis de gênero enquanto enaltece a individualidade e agência feminina quando se trata do consumo, é uma característica do pós-feminismo.

Os seios já foram considerados sagrados por serem fontes de vida, mas esta memória se perdeu em um ponto da história, quando foram resignificados como objeto erótico a serviço do olhar masculino. Já a medicalização dos seios pode ser observada desde a Grécia Antiga, quando não passavam de marcadores da inferioridade do sexo feminino frente ao masculino. Por ser uma das fontes primordiais da nutrição humana, não faltaram práticas medicinais para toda e qualquer mazela que ameaçasse secá-la. Pelo mesmo motivo, os seios jovens sempre tiveram mais va-

lor diante da sociedade do que os mais velhos, desprovidos de sua função primária. (YALOM, 1997)

Ainda assim, o alto índice de compartilhamento de uma imagem (Figura 10) representando as glândulas mamárias dos seios humanos, que causou estranhamento e espanto nos internautas por conta do desconhecimento sobre este aspecto de nossa anatomia, atesta o quão longe fomos em silenciar o feminino no discurso médico-científico, o qual prioriza a figura humana masculina como modelo anatômico. Na própria campanha Silicone Seguro, por exemplo, os dutos não são representados (Figura 11), demonstrando a regularidade com que este silenciamento ocorre.

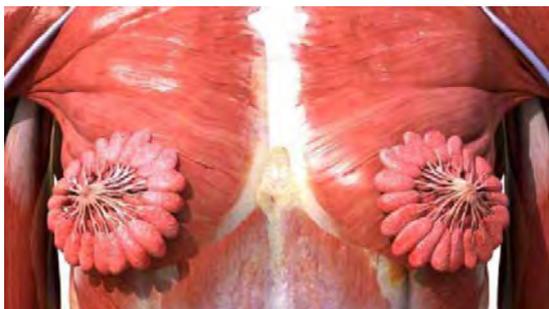


Figura 10: Ilustração das glândulas mamárias
 Fonte: BBC News Brasil. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-48060887>.
 Acesso em: 3 mai. 2019.



Figura 11: Post "Onde o silicone vai ser posicionado no meu corpo?"
 Fonte: SILICONE Seguro. Facebook: Siliconeseguro. Disponível em: <https://tinyurl.com/y4ndpsko>. Acesso em: 21 mai. 2019.

Para avançarmos em termos de igualdade de gênero, sugerimos olharmos para trás, reivindicando a antiga potência feminina, antes dos seios terem sido apoderados pelos homens ainda na mitologia grega, e recriarmos a memória de nossos antepassados pré-históricos, quando os seios eram adorados por serem fontes de alimento, nutrição e vida. A partir daí, poderemos criar algo novo, algo verdadeiramente nosso, respeitando a diversidade de seios, mulheres e femininos.

REFERÊNCIAS

- BOGADO, Maria. Rua. In: HOLLANDA, Heloisa Buarque De. *Explosão Feminista: arte, cultura, política e universidade*. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.
- BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Ève. *O novo espírito do capitalismo*. São Paulo: Martins Fontes, 2009.
- BRANDÃO, Helena H. Nagamine. *Introdução à análise do discurso*. Campinas: Editora da Unicamp, 2012.
- BUITONI, Dulcilia H. S. *Revistas femininas: ainda somos as mesmas, como nossas mães*. *Communicare*, v. 14, p. 36-45, 2014.
- CARRASCOZA, João; HOFF, Tania. Ditos e não-ditos: o Brasil e as práticas de consumo nos autoanúncios das agências de publicidade nos anos 1950. *Revista Organicom*, v. 1, p. 39-45, 2015.
- CENSO 2018 – Situação da cirurgia plástica no Brasil. Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica, 2018. Disponível em: <http://www2.cirurgiaplastica.org.br/wp-content/uploads/2019/08/Apresentac%CC%A7a%CC%83o-Censo-2018_V3.pdf>. Acesso em: jan. 2019.
- CONTRATURA Capsular: Como Isso Pode Alterar o Resultado da Sua Cirurgia de Prótese de Silicone? Dream Plastic, 2017. Disponível em: <https://www.plasticadosonho.com.br/blog/contratura-capsular>. Acesso em: fev. 2019.
- DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. *A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal*. São Paulo: Boitempo, 2016.
- DOSEKUN, Simidele. The Risky Business of Postfeminist Beauty. In: ELIAS, Ana Sofia; GILL, Rosalind; SCHARFF, Christina. *Aesthetic Labour: Rethinking Beauty Politics in Neoliberalism*. Londres: Palgrave Macmillan, 2017.
- ELIAS, Ana Sofia; GILL, Rosalind; SCHARFF, Christina. *Aesthetic Labour: Rethinking Beauty Politics in Neoliberalism*. Londres: Palgrave Macmillan, 2017.
- FAVARO, Laura. Just Be Confident Girls: Confidence Chic as Neoliberal Governmentality. In: ELIAS, Ana Sofia; GILL, Rosalind; SCHARFF, Christina. *Aesthetic Labour: Rethinking Beauty Politics in Neoliberalism*. Londres: Palgrave Macmillan, 2017.
- GILL, Rosalind; SCHARFF, Christina. *New femininities: Postfeminism, neoliberalism and subjectivity*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2011.
- GREGOLIN, Maria do Rosario de Fatima. Análise do discurso e mídia: a (re) produção de identidades. *Comunicação mídia e consumo*, v. 4, n. 11, p. 11-25, 2007.
- HOFF, Tania. Comunicação publicitária: dos regimes de visibilidade do corpo diferente às biossociabilidades do consumo. In: HOFF, Tania. *Corpos discursivos: dos regimes de visibilidade às biossociabilidades do consumo*. Recife: Editora UFPE, 2016, p. 19-40.
- ISAPS International Survey on Aesthetic/Cosmetic Procedures Performed in 2017. International Society of Aesthetic Plastic Surgery, 2018. Disponível em: <<https://tinyurl.com/y2faj4v>>. Acesso em: jan. 2019.
- JARRÍN, Alvaro. *The Biopolitics of Beauty: Cosmetic Citizenship and Affective Capital in Brazil*. Oakland: University of California Press, 2017.
- LAZAR, Michele M. Seriously Girly Fun!': Recontextualising Aesthetic Labour as Fun and Play in Cosmetics Advertising. In: ELIAS, Ana Sofia; GILL, Rosalind; SCHARFF, Christina. *Aesthetic Labour: Rethinking Beauty Politics in Neoliberalism*. Londres: Palgrave Macmillan, 2017.
- MANIFESTO. Silicone Seguro. Disponível em: <https://www.siliconeseguro.com/manifeto.html>. Acesso em: dez. 2018.
- MCROBBIE, Angela. Notes on the Perfect: Competitive Femininity in Neoliberal Times. *Australian Feminist Studies*, v. 30, p. 3-20, 2015.
- MENTOR. Disponível em: <https://www.mentorimplantes.com.br>. Acesso em: ago. 2019.
- ORLANDI, Eni P. Análise de discurso: princípios e procedimentos. Campinas: Pontes Editores, 2015.

PRADO, José Luiz Aidar. Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais. São Paulo: EDUC- Editora da PUC-SP, 2013.

SANT'ANNA, Denise B. História da Beleza no Brasil. São Paulo: Contexto, 2014.

SCHARFF, Christina. The Psychic Life of Neoliberalism: Mapping the Contours of Entrepreneurial Subjectivity. *Theory, Culture & Society*, v. 33, n. 6, p. 107-122, 2015.

SEMPRINI, Andrea. A marca pós-moderna: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea. São Paulo: Estação das Letras, 2006.

SILVERSTONE, Roger. Por que estudar a mídia? São Paulo: Edições Loyola, 2014.

SODRÉ, Muniz. Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Editora Vozes, 2013.

WEATHERFORD, Ashley. Why Are So Many Makeup Companies Treating Women Like Children? *The Cut*, 2017. Disponível em: https://www.thecut.com/2017/04/unicorn-makeup-trend-treats-women-like-children.html?mid=facebook_thecutblog. Acesso em: jan. 2019.

YALOM, Marilyn. A history of the breast. Lexington, EUA: Ballantine, 1997.

Débora Aligieri¹
Eduardo Alves Silva²
Marília Cristina Prado Louvison³

Ciberativismo em diabetes e a participação social na
saúde através das mídias digitais

*Cyberactivism in diabetes and social participation in
health through digital media*

1 Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Saúde Pública da Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo (FSP/USP), Bolsista do CNPq - Brasil. E-mail: deboraligieri@gmail.com

2 Mestrando pela Universidade Nova de Lisboa. E-mail: easilva91@gmail.com

3 Professora do Departamento de Política e Gestão em Saúde da Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo (FSP/USP). E-mail: mariliacpl@gmail.com

RESUMO

O Sistema Único de Saúde (SUS) tem por uma de suas diretrizes a participação da comunidade, correspondente ao processo e aos mecanismos de influência da sociedade sobre o Estado. Constituindo-se como espaço de debates complementar às arenas formais de negociação integrantes da institucionalidade de governo/Estado, a internet renovou as perspectivas para a comunicação em saúde ao ampliar as arenas de lutas sociais. Na sociedade em rede, a política passa a ser inserida na mídia, alterando-se o perfil dos participantes dos movimentos sociais de militantes para ativistas. Considerando este contexto, o presente estudo analisa as narrativas produzidas na rede social Facebook por portadores de diabetes (doença crônica com prevalência crescente no mundo) brasileiros, buscando entender como articulam suas experiências de convívio com a doença na luta política por direitos relacionados à saúde e como se constituem enquanto atores sociais da saúde. Foram encontrados como tipos de atores sociais do diabetes: usuários da saúde, organizações de saúde, mídia, profissionais de saúde, comércio e academia. Apesar das ressalvas que vêm sendo levantadas em relação ao controle do acesso aos conteúdos produzidos nas redes sociais pelos administradores das plataformas, é preciso reconhecer estes espaços como arenas de disputa onde os usuários da saúde têm participação relevante na discussão da política pública de saúde como produtores legítimos de conhecimentos em saúde por meio de suas experiências práticas da vida cotidiana.

Palavras-chave: participação social; ciberativismo; políticas públicas; mídias digitais; diabetes.

ABSTRACT

The "Sistema Único de Saúde" (SUS) has as one of its guidelines the participation of the community, corresponding to the process and mechanisms of influence of society on the state. Constituting itself as a space for debate, complementing the formal negotiation arenas that are part of the government/state institutionalality, the Internet renewed the perspectives for health communication by expanding the arenas of social struggles. In the network society, politics is inserted in the media, changing the profile of participants in social movements from militants to activists. Considering this context, the present study analyzes the narratives produced in Facebook by Brazilians with diabetes (chronic disease with increasing prevalence in the world), seeking to understand how they articulate their experiences of living with the disease in the political struggle for health-related rights and how they constitute themselves as social actors of health. They were found as types of social actors of diabetes: health users, health organizations, the media, health professionals, market and academy. Despite the caveats that have been raised regarding the control of access to content produced on social networks by platform administrators, it is necessary to recognize these spaces as arenas of dispute where health users play a relevant role in the discussion of public health policy as legitimate producers of health knowledge through their practical experiences of everyday life.

Keywords: social participation; cyberactivism; public policy; digital media; diabetes.

1 INTRODUÇÃO

O advento da internet nos anos 1990 trouxe novas possibilidades de interações sociais nos âmbitos público e privado. Atualmente há inúmeras redes sociais onde as pessoas podem compartilhar suas experiências e manifestar sua forma de pensar a vida e o mundo. As mesmas tecnologias que ampliam o poder de conectividade às grandes corporações podem beneficiar os espaços locais e as dimensões participativas constituindo uma conectividade democrática. O compartilhamento traz para iniciativas de redes de colaboração e economia solidária e criativa infinitas possibilidades em rede na era do conhecimento (DOWBOR, 2016).

Um dos assuntos debatidos na internet é a saúde. Segundo o estudo *Bupa Health Pulse*, realizado pela *London School of Economics and Political Science*, em 2010, três a cada cinco pessoas usavam a internet para obter informações sobre saúde, ocupando o Brasil o quarto lugar entre os países com maior frequência de uso da rede mundial para este fim (BUPA, 2011). Seis anos depois o estudo *Jornada Digital do Paciente*, realizado pelo portal de saúde Minha Vida revelou que entre 94% (homens) a 97,9% (mulheres) dos brasileiros se informavam sobre saúde na internet, sendo o Facebook a rede social de preferência dos entrevistados para a pesquisa (MINHA VIDA, 2016). Desta forma, a internet tem-se mostrado uma importante fonte de informação em saúde pública (MORETTI; OLIVEIRA; SILVA, 2012) e um campo fértil à produção de redes democráticas e de ativismo relacionado às várias temáticas em saúde (LUVIZZOTO, 2016).

Constituindo-se como uma ágora pública, a internet representa uma abertura importante para os usuários da saúde – pacientes e seus familiares, atores legítimos de direitos relacionados às ações, programas e serviços integrantes do sistema de saúde – que tendo voz, nem sempre encontram espaços para propagá-la, tendo em vista sua posição desprivilegiada em relação aos profissionais e gestores da saúde nas relações de poder. Os usuários, profissionais e gestores da saúde não são mas se constroem como sujeitos em constante transformação social, principalmente pelas práticas de controle e vigilância da sociedade (FOUCAULT, 2005). Da disputa de sentidos sobre saúde resulta um discurso produtor de mudanças da própria vida do sujeito.

A produção de narrativas é instituidora de saberes conformadores da verdade a partir da eleição de versões e fontes oficiais da história. Desta forma, o conhecimento em saúde está correlacionado a um processo de construção técnica alheia à participação dos pacientes. O registro e debate das experiências práticas dos usuários na internet podem representar uma abertura de espaço para os saberes das pessoas. Participar da construção do saber em saúde como protagonistas, e não como corpos sobre os quais a ciência atua (MERHY, FEUERWERKER, 2009), constitui uma vantagem essencial aos usuários da saúde na produção de novas visibilidades, e de novas “verdades”, a partir de suas histórias.

Além de possibilitar a discussão sobre questões subjetivas de saúde, num plano mais coletivo, a internet é um espaço onde ciberativistas desenvolvem atividades de controle e participação social para cobrar e contribuir com a construção de políti-

cas públicas de saúde, na luta pela conquista e efetivação de direitos, o que confere ao ciberespaço o caráter de espaço de lutas. A participação ativa dos usuários da saúde na vida política através das mídias digitais redefine a identidade desses atores sociais como novos formadores de opinião, o que implica na inclusão de temáticas até então ignoradas pelo sistema político (SANTOS; AVRITZER, 2002). As instituições governamentais, ao assumirem práticas políticas mais democráticas, têm na internet um importante espaço das ações reivindicatórias que podem contribuir com as lutas sociais a favor da justiça social (MORAES, 2001; MACHADO, 2007).

Considerando as redes sociais como espaços de luta política e as narrativas produzidas nos ambientes digitais como ferramentas da participação social, os usuários da saúde disputam seu lugar na construção da política pública de saúde. O presente artigo pretende discutir que atores dessa participação social no campo da saúde estão sendo construídos a partir dos textos das páginas da internet.

2 PARTICIPAÇÃO SOCIAL NA SAÚDE

A saúde é um direito de todos no Brasil e um dever do Estado, conforme reconhecimento jurídico-normativo do artigo 196 da Constituição Federal de 1988 (CONSTITUIÇÃO FEDERAL, 1988). A inclusão da saúde como parte da seguridade social pela Constituição Federal, de 1988, em seu artigo 194 “introduz a noção de direitos sociais universais como parte da cidadania, antes restritos à população beneficiária da previdência” (FLEURY, OUVÉNEY, 2012, p. 52). A ampliação da saúde de direito trabalhista em direito social resultou do processo histórico – marcado por rupturas, avanços e retrocessos – de lutas por transformações sociais e pela democratização da saúde (PAIM, 2007).

Inspirado em valores como igualdade, democracia e emancipação (PAIM, 2018), o Sistema Único de Saúde (SUS) foi instituído pela CF/88 e regulamentado pelas Leis Orgânicas de Saúde (Leis Federais nº 8.080/90 e nº 8.142). Embora o reconhecimento jurídico da saúde como direito universal somente tenha ocorrido com a promulgação da Constituição Federal de 1988, a ideia de uma política pública de proteção e promoção da saúde para todos os cidadãos já vinha sendo formulada nos debates da sociedade muito antes disso. Já na década de 40 a reforma e ampliação do sistema de saúde brasileiro era discutida no interior do Partido Comunista, entendendo-se que, sendo o Estado um espaço de luta social, era possível lutar dentro deste mesmo Estado no sentido de produzir avanços sociais (AROUCA, 1991). Mesmo perseguindo a ocupação da máquina do Estado para construção da política pública de saúde, a sociedade já tecia fora dela as primeiras linhas de uma política de garantia da cidadania universal – com benefícios assegurados como direitos sociais de forma universalizada (FLEURY, OUVÉNEY, 2012) – através do debate público.

Essa mesma estratégia de ocupação da máquina estatal para intervir na política pública de saúde foi adotada pelo Movimento da Reforma Sanitária que, nos meados da década de setenta, emergiu no cenário da luta política em defesa do direito à saúde congregando estudantes, professores universitários, setores populares e entidades de profissionais de saúde na defesa da democratização da saúde, acom-

panhando o crescente movimento popular pela redemocratização política no Brasil, “num período no qual novos sujeitos sociais emergiram nas lutas contra a ditadura” (PAIM, 2007, p. 21). Entre esses novos sujeitos sociais vale mencionar os movimentos populares das décadas de 1970-1980, com destaque para o Movimento de Saúde da Zona Leste – grupos formados majoritariamente por mulheres, donas de casa, de bairros da periferia da zona leste da cidade de São Paulo – que, organizados em torno de interesses comuns para intervir na política e lutar por direitos, também participaram do processo de construção do SUS (SILVA, 2014).

A participação da comunidade, correspondente ao processo e aos mecanismos de influência da sociedade sobre o Estado (CARVALHO, 1997), foi erigida como diretriz constitucional do sistema, nos termos do artigo 198, inciso III, da Constituição Federal, e introduzidos os Conselhos e Conferências de Saúde como instituições de controle social representativo do SUS pela Lei nº 8.142/90. Mais uma vez, a estratégia adotada para aproximar a sociedade das deliberações na área de saúde foi a ocupação da máquina estatal por meio da institucionalização da participação social no SUS, nos limites da democracia burguesa.

Os conselhos e conferências de saúde, espaços institucionais de participação social no SUS, constituem-se como “fóruns em que cidadãos se juntam a prestadores de serviços e ao poder público na definição de políticas e na supervisão de sua implementação” (COELHO, 2011, p. 281), que tanto legitimam a política do Estado diante da população como abrem um canal de disputas em torno do controle e do destino da verba pública (VALLA, 1998).

Existem, no entanto, “grupos não pertencentes aos governos que pautam as decisões políticas, atuando em rede e com práticas de influência (...) em espaços não visíveis onde também se processam políticas” (BAPTISTA, MATTOS, 2015, p. 121), e ignorar a ligação entre as modalidades institucional e não institucional de participação social é perder de vista os debates que consubstanciam as demandas por direitos. Ao se reduzir a participação social no SUS apenas às arenas de negociação formais, ignoram-se as inúmeras possibilidades de cidadania e democracia direta exercidas em inúmeros espaços não institucionais, entre eles as redes sociais, onde qualquer cidadão interessado é um ator político.

3 COMUNICAÇÃO E CIBERATIVISMO EM SAÚDE

Por estar diretamente associada aos processos de intervenção social, a comunicação tem papel estruturante para as políticas públicas (MARIA, 2014), por se constituir como ferramenta de circulação e de apropriação pela população – ao conferir visibilidade às políticas públicas e convertê-las em saberes e práticas – e também de participação da sociedade no debate sobre determinada ação ou programa do Estado, pretendidas ou já em execução. A natureza e a qualidade da comunicação são, portanto, determinantes da influência dos atores sociais na idealização de determinada política, referido por Araújo e Cardoso (2007) como gestação das políticas públicas:

Políticas públicas são decididas num processo de luta por hegemonia, no qual o poder simbólico é um dos elementos centrais. O poder simbólico, como nos ensinou Bourdieu (1989), é o “poder de fazer ver e fazer crer” e tem na comunicação um importante vetor. De modo simplificado, quando alguém ou um grupo, (...), consegue que seu ponto de vista sobre um aspecto da realidade seja mais aceito como verdade do que outros, terá ampliadas suas chances de orientar o investimento público no setor, ou seja, influenciar as políticas públicas (ARAUJO;CARDOSO, 2007, p.23).

À medida que expressam relações de força envolvidas na disputa de produção de sentidos sobre a realidade social – portanto de construção da própria realidade –, as relações de comunicação se constituem como relações de poder (BOURDIEU, 1989), de imposição da visão de mundo na organização da sociedade e de suas estruturas pelo discurso dominante, sob a caricatura de consenso social.

Os debates sobre políticas públicas se configuram assim como uma disputa contínua pela reconfiguração de sentidos da realidade social, em que os seus participantes, visando a transformação da visão de mundo, buscam modificar o contexto da realidade discutida por meio de jogos enunciativos relacionados à disputa de poder (FOUCAULT, 1998), num processo de contraposição de forças na luta pela legitimação de determinado ponto de vista.

Para Bourdieu (1989), a constituição do “dado pela enunciação”, tanto para a manutenção da ordem social estabelecida quanto para a sua subversão, depende da crença na legitimidade das palavras e daquele que as pronuncia – portanto da posição social do emissor no campo de produção e circulação de conhecimentos – assim como do poder material dos envolvidos (agentes ou instituições) nas relações de comunicação. Consequentemente, a vocalização de ideias no debate sobre políticas públicas como entendimentos legítimos sobre a realidade social relaciona-se à qualificação dos interlocutores, numa disputa que na teoria de Foucault (2005) não gira em torno da verdade, mas do poder de dizer a verdade. Considerando o poder que se incumbiu do corpo – individual e social – e da vida em geral, o biopoder, há um estabelecimento de regimes de verdade que não reconhece o usuário como interlocutor válido no campo da saúde (FOUCAULT, 2005).

A realidade é uma construção social correspondente a uma verdade legitimada pela ciência enquanto campo de produção de saberes. Como efeito, as relações sociais são estruturadas a partir de discursos racionais-científicos dos especialistas, assim denominados por Giddens (1997) os detentores de conhecimentos técnico-científicos, com autoridade sobre seus interlocutores leigos ou não especialistas:

Um especialista é qualquer indivíduo que pode utilizar com sucesso habilidades específicas ou tipos de conhecimento que o leigo não possui. “Especialista” e “leigo” tem de ser entendidos como termos contextualmente relativos. Há muitos tipos de especializações, e o que conta em qualquer situação em que o especialista e o leigo se confrontam é um desequilíbrio nas habilidades ou na informação que – para um determinado campo de ação – torna alguém uma “autoridade” em relação ao outro (GIDDENS, 2007, p.105).

O conhecimento científico, elevado ao nível de expressão das autoridades legitimadas para enunciar a realidade, envolve um regime de exclusão dos leigos na formulação de verdades. Os debates, formulações e decisões relacionadas às políticas públicas são assim construídos a partir dos conhecimentos técnicos de especialistas de cada assunto, reservando-se aos leigos o papel de meros receptores de informações.

Segundo Foucault (1998), a verdade é estabelecida por um estatuto que desempenha um papel econômico-político, do qual se extrai um conjunto de regras de distinção entre o verdadeiro e o falso, com cinco características importantes:

(...) a “verdade” é centrada na forma do discurso científico e nas instituições que o produzem; está submetida a uma constante incitação econômica e política (necessidade de verdade tanto para a produção econômica, quanto para o poder político); é objeto, de várias formas, de uma imensa difusão e de um imenso consumo (circula nos aparelhos de educação ou de informação, cuja extensão no corpo social é relativamente grande, não obstante algumas limitações rigorosas); é produzida e transmitida sob o controle, não exclusivo, mas dominante, de alguns grandes aparelhos políticos ou econômicos (universidade, exército, escritura, meios de comunicação); enfim, é objeto de debate político e de confronto social (as lutas “ideológicas”) (FOUCAULT, 1998, p. 13)

Neste regime de verdade regulador do acesso de especialistas e leigos ao debate político, os usuários da saúde são atores desprivilegiados, seja pela dificuldade de elevar a experiência prática com o processo saúde-doença à condição de “verdade”, seja pelo hermetismo da linguagem técnica da área de saúde reproduzir situações de exclusão ou apartação social. De que forma então os usuários da saúde vêm disputando a política pública no cenário comunicacional ao longo da construção e implementação do SUS nos últimos anos?

A despeito da organização e da intensa participação dos movimentos populares no processo de luta pela reforma sanitária, as condições para defender suas ideias e demandas em âmbito nacional eram bastante precárias, pois não possuíam recursos financeiros para produzir suas próprias revistas, tampouco encontravam espaço nas mídias impressas, televisivas e radiofônicas tradicionais para debater a saúde sob a perspectiva leiga não técnica. Superando uma situação de carência comunicacional e entendendo a importância dos processos comunicacionais autônomos enquanto canais de expressão na dinâmica de mobilização e organização popular (PERUZZO, 2013), os movimentos populares de saúde inventaram novos arranjos no uso de instrumentos de informação e comunicação (SILVA, 2014), abrindo seus próprios espaços de difusão da voz do cidadão através de jornais e reuniões de bairro, panfletos, megafones, alto-falantes e rádios comunitárias (PERUZZO, 2013), como estratégia de fortalecimento de sua luta pelo direito à saúde.

O acúmulo da experiência dos movimentos populares de saúde foi preponderante para a instituição de arenas de negociação normatizadas (PERUZZO, 2013) como espaços de circulação da voz dos cidadãos comuns na condição de sujeitos ativos das políticas públicas. Com a institucionalização dos Conselhos e Conferências

de Saúde como espaços de deliberação conjunta os usuários da saúde ganham legitimidade para debater a política de saúde em nome de uma democracia participativa. Todavia, não foram solucionadas as dificuldades de comunicação entre seus membros, relacionadas às desigualdades materiais e simbólicas da sociedade reproduzidas nesse contexto, com fluxos comunicacionais e informacionais marcados por jogos de poder que produzem invisibilidade social (MARIA, 2014). As redes digitais transformam a lógica de organização da ação coletiva, considerando sua natureza comunicativa e interativa, sempre moldada pelas dinâmicas de comunicação (ALCÂNTARA, 2016).

O amplo acesso à comunicação, os fluxos e trocas de informações e experiências caracterizam um novo espaço público instituído na sociedade contemporânea pelas tecnologias digitais, possibilitando o desenvolvimento de um novo modelo de democracia baseado na interação dos indivíduos como participantes interagentes e dando visibilidade a novos sujeitos sociopolíticos (GOMES, 2017). O uso das novas tecnologias de informação e comunicação no ativismo social alteraram o projeto e a cultura política até então existente, alterando-se o perfil dos participantes dos movimentos sociais de militante para ativista (GOHN, 2014).

Segundo Castells (2002), um dos primeiros autores a abordar o ativismo digital como uma nova forma de atuação social e política, na sociedade em rede, a política passa a ser inserida na mídia, caracterizando-se os movimentos sociais por uma forma de organização e intervenção descentralizada e integrada em rede. Nesse contexto, Lemos e Cunha (2003) observam que os ciberativistas agem como porta-vozes dos problemas políticos da cibercultura.

Definir ciberativismo não é tarefa simples, tendo em vista tratar-se de um conceito em disputa nas diversas áreas de produção do conhecimento sobre a cibercultura, resultante de um processo dinâmico que acompanha a evolução das tecnologias de informação e comunicação e a adoção de diferentes teorias de embasamento do fenômeno, envolvendo diversificadas práticas de uso não comercial da internet e atividades híbridas online/offline (McCAUGHEY, 2014). Há ainda uma pluralidade terminológica, encontrando-se ativismo em rede, ativismo digital, webativismo, ativismo online, electronic advocacy, net-ativismo, entre outros termos que se referem às diversas manifestações do ciberativismo.

Para os fins desta análise e considerando as distintas abordagens sobre o fenômeno, o ciberativismo será entendido como ações colaborativas articuladas através das redes digitais por pessoas e grupos em busca de transformações sociais, utilizando a internet para conquistar suporte para movimentos e causas através da difusão de informações, da discussão coletiva de ideias e da proposição de ações, criando canais de participação política.

Na área de saúde, o ciberativismo é representado pela presença de atores sociais de diversos segmentos relacionados às questões de saúde. Mesmo destacando um segmento específico como foco de análise – neste caso o segmento dos usuários da saúde – as formas de atuação política variam conforme o contexto histórico, cul-

tural, social, político e econômico de cada condição de saúde com que se relacionam os ativistas.

Partindo dessa premissa da especificidade e diferenciação entre as diversas condições de saúde, a presente análise tem por objeto o ciberativismo em diabetes no Brasil, entendido como a luta política articulada através das redes digitais por usuários da saúde brasileiros que convivem com o diabetes. A escolha se justifica pela grande prevalência do diabetes no Brasil, que atinge 7,7% da população em idade adulta (BRASIL, 2019) e ainda pelas recentes conquistas relativas ao acesso a novos medicamentos para tratamento da doença pelo SUS com ampla mobilização de usuários em debates nas redes sociais em defesa da ampliação de direitos.

4 PERCORRENDO AS NARRATIVAS DOS ATORES SOCIAIS EM DIABETES NO FACEBOOK

Para esta análise, foram identificadas páginas (*fanpages*) do Facebook - que revelam uma identificação de seus administradores com uma "causa" - sobre diabetes no Brasil. A seleção dessas páginas se deu entre os dias 27 e 28 de outubro de 2018, por meio de buscas na própria plataforma da rede social, usando os descritores "diabetes e brasil", "diabético e brasil", e "diabética e brasil". Os resultados encontrados refletem a resposta oferecida pela plataforma nesta época, destacando-se a sua provisóriedade face ao dinamismo característico das redes digitais. Uma outra limitação se refere aos termos de busca usados, verificados como os mais usados pelos portadores de diabetes e familiares. Há, entretanto, designações menos comuns como "doce", DM (sigla para diabetes mellitus), e outros termos e usuários que fazem uso dos perfis pessoais que não aparecem por esta busca.

Dentre as páginas encontradas durante este processo, foram selecionadas aquelas que atendiam aos critérios de inclusão: 1. possibilidade de identificação dos autores como pessoas que convivem com o diabetes (portadores da doença e parentes e pessoas próximas dos portadores) a partir da descrição da página ou dos textos publicados; 2. páginas ativas, assim consideradas aquelas com ao menos uma publicação durante o ano de 2018 (ano de realização da busca); 3. publicação de conteúdos produzidos pelos autores, ainda que através de breves comentários a textos alheios compartilhados. Foram ainda adotados os seguintes critérios de exclusão: 1. inatividade da página (ausência de publicação durante o ano de 2018); 2. páginas não relacionadas exclusivamente às atividades e debates dos usuários da saúde (profissionais não portadores de diabetes, associações de pacientes etc.).

Após selecionar as páginas a serem utilizadas para a análise, passou-se à identificação e extração dos dados. Antes da extração dos dados das páginas, foi utilizado o sistema do site "<https://findmyfbid.com/>", que retorna o número identificador da página pesquisada. Após a obtenção desse indicador, utilizou-se uma ferramenta de coleta de dados inserida no Facebook chamada Netvizz, que faz a extração de postagens e comentários de páginas da rede social, para a obtenção do corpus textual, de forma a selecionar as postagens existentes nas páginas encontradas desde de 2014 - ano da primeira Consulta Pública online do governo brasileiro sobre o

tratamento do diabetes - considerado como marco das discussões nas mídias digitais sobre a política de atenção aos portadores de diabetes.

Em seguida, procedeu-se à organização dos dados textuais pelo software IRAMUTEQ (Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires), que permite diferentes formas de análises sobre corpus textuais, podendo trazer contribuições aos estudos que abordam o conteúdo simbólico como fonte dos dados da pesquisa (CARMARGO; JUSTO, 2013). A partir da análise estatística do IRAMUTEQ, organizaram-se as informações sobre o corpus de texto e os termos ativos mais comuns, assim como os complementares, passando-se à análise de similitude, que gera uma rede semântica através da qual se identifica as conexões existentes entre os termos (CARMARGO; JUSTO, 2013), conforme usados nas publicações de onde foram extraídos.

Após a busca realizada no Facebook, foram encontradas 151 “páginas de diabetes” brasileiras: 64 de usuários da saúde (blogs, sites e páginas de pacientes, familiares e amigos); 28 de organizações de saúde, sendo 27 de associações de diabetes e uma de sociedade médica; 18 de mídia/notícias (páginas de compartilhamento de notícias e informações sobre diabetes, revistas e canais de mídias); 16 de profissionais (blogs, sites e páginas de profissionais, serviços profissionais e clínicas médicas); 12 de comércio (produtos e serviços para o tratamento da doença, acessórios para equipamentos médicos e páginas da indústria farmacêutica); 3 de formação e extensão acadêmica; e 10 de outros tipos (páginas de diversos coletivos, campanhas, projetos, atividades e receitas).

Segmento	Número de páginas	%
usuários	59	40,41
mídia/notícias	28	19,18
organizações	18	12,33
profissionais	16	10,96
comércio	12	8,22
academia	3	2,05
outros	10	6,85
Total	146	100%

Tabela 1: Identificação das páginas brasileiras de diabetes no Facebook por segmento

Fonte: Dados da pesquisa

Das 64 páginas administradas por pacientes e/ou familiares e amigos, quatro foram excluídas por inatividade, ou seja, ausência de publicações durante o ano da busca. Entre as 60 páginas incluídas como páginas de interesse da análise, 25 são administradas por portadores de diabetes do sexo feminino e 14 do sexo masculino, 14 são páginas de mães de crianças com diabetes e quatro de pais, duas de mães que também são pacientes, e uma de um grupo de familiares e amigos.

Tipo de usuário	Número de páginas	%
portadora de diabetes	25	41,67
portador de diabetes	14	23,33
mãe	14	23,33
pai	4	6,67
mãe e portadora	2	3,33
familiares e amigos	1	1,67
Total	60	100%

Tabela 2: Identificação das páginas de usuários da saúde por gênero e tipo

Fonte: Dados da pesquisa

Após extração das publicações das 60 páginas selecionadas entre os anos de 2014 e 2018, através do software IRAMUTEQ, procedeu-se à organização e tratamento dos dados, extraindo-se os termos (palavras ou expressões) ativos mais comuns e os termos complementares, passando-se em seguida à análise de similitude. De um total de 32.128 publicações dessas 60 páginas, foram retirados 46.321 termos, que se reúnem em 797 grupos em torno do termo central: diabetes, mencionado 27.543 vezes nas publicações. Entre os dez termos mais frequentes, além de diabetes, encontramos dia (13.646 vezes), vida (8.805 vezes), insulina (7.948 vezes), saber (7.742 vezes), bom (7.410 vezes), pessoa (6.786 vezes), diabético (6.538 vezes), hoje (5.398 vezes), e ficar (5.272 vezes).

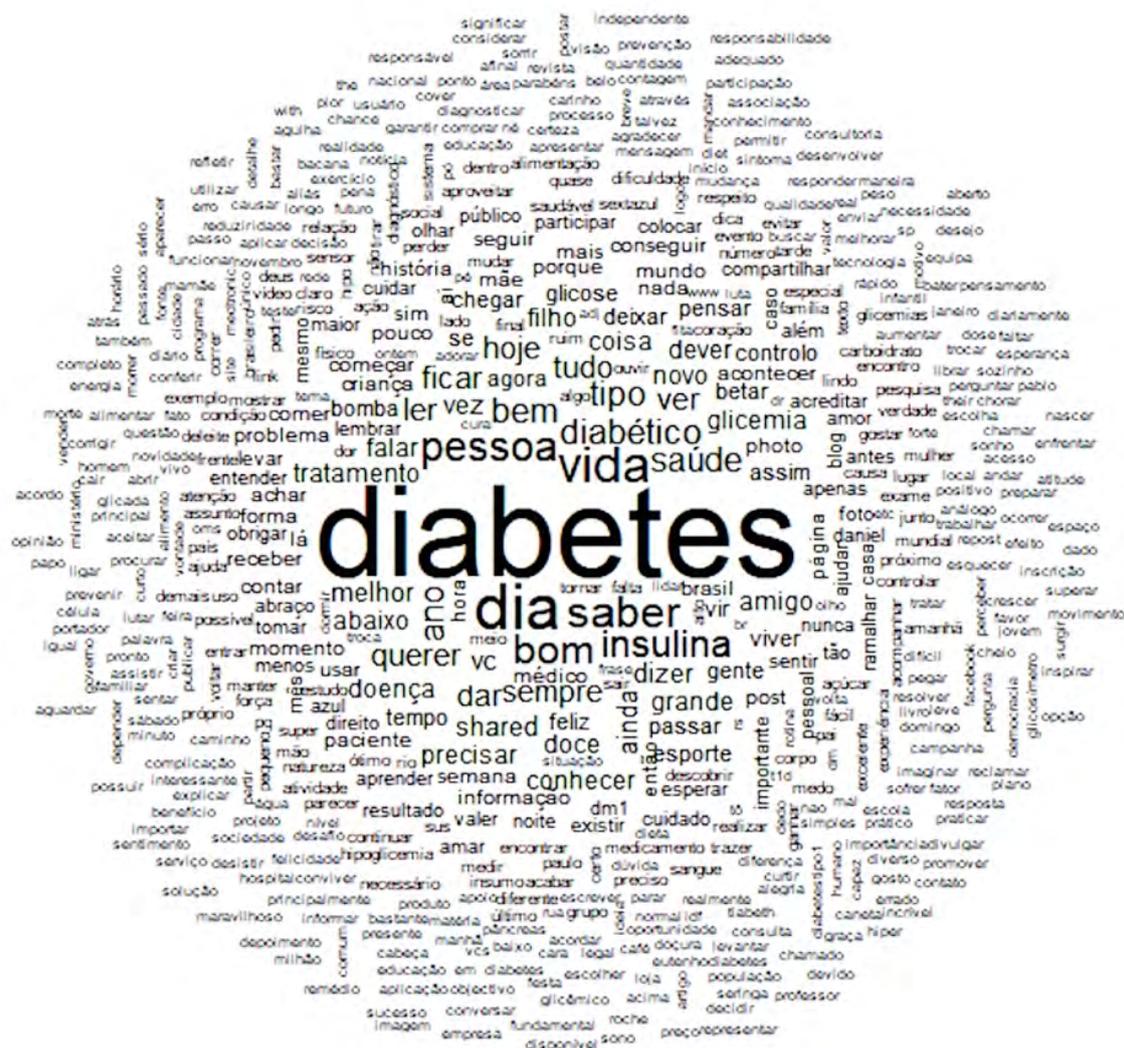


Imagem 1: Termos mais frequentes nas publicações das páginas dos usuários com diabetes no Facebook. Fonte: Dados da pesquisa

5 PARTICIPAÇÃO SOCIAL E CIBERATIVISMO EM DIABETES

Enquanto construções sociais, as políticas de saúde são formuladas e reformuladas a partir de debates promovidos por diversos atores sociais, que expressam seus interesses, necessidades e demandas nos espaços de discussão política. Segundo a abordagem multicêntrica das políticas públicas, outros atores além do Estado (organizações privadas, organizações não governamentais, organismos multilaterais, redes de políticas públicas) assumem o protagonismo na elaboração de políticas públicas, aflorando o enfrentamento dos problemas públicos nos atores políticos – os *polymakers*, os *polycyters*, os analistas de políticas públicas, a mídia, e os cidadãos em geral (SECCHI, 2013). Desta forma, nas páginas do Facebook encontradas, é possível observar os tipos de atores sociais envolvidos na construção da política de atenção aos portadores de diabetes no Brasil: usuários da saúde (portadores da doença, familiares e amigos), organizações de saúde, mídia, profissionais de saúde, comércio e academia.

No passado, estudantes, professores universitários, setores populares e entidades de profissionais de saúde mobilizaram a luta pelo reconhecimento da saúde como um direito no Brasil, emergindo como novos sujeitos sociais na luta contra a ditadura (PAIM, 2007). A partir dos resultados encontrados, verifica-se que esses mesmos segmentos também se fazem presentes nos espaços digitais de discussão política sobre o diabetes. Mas, enquanto no Movimento da Reforma Sanitária a academia se constituiu com um dos principais atores políticos, nas páginas de diabetes a participação de pesquisadores da área de saúde não é numericamente relevante. E o conteúdo publicado se concentra em divulgação de pesquisas e eventos e encontros acadêmicos.

Chama ainda a atenção o baixo número de páginas da indústria farmacêutica (apenas uma dentre as páginas de comércio), tendo em vista o amplo uso das redes sociais por empresas como forma de capitalizar as impressões compartilhadas pelos usuários das plataformas digitais conectando-os aos seus interesses comerciais (DJICK, 2014). Mas o número reduzido em quantidade de páginas da indústria farmacêutica é compensado pelas publicações nas páginas dos usuários da saúde, onde há conteúdos de empresas que comercializam produtos para o cuidado do diabetes. À medida que os pacientes, ao relatar suas histórias de vida nas mídias digitais, estabelecem com os interlocutores uma relação de proximidade, por meio da qual constroem empatia e verdade (FRIEDMAN, 2016), os usuários se tornam representantes mais legítimos e eficazes que as próprias empresas na propaganda de produtos de saúde. Assim, verifica-se o uso das páginas de usuários como espaços de publicidade principalmente pela indústria farmacêutica, ainda que de forma indireta e velada. O resultado também confirma os dados sobre a concentração em grandes mercados com a participação de número reduzido de empresas como uma das principais características do mercado farmacêutico internacional (OLIVEIRA; LABRA; BERMUDEZ, 2006).

Por outro lado, a maior representação numérica por páginas de usuários da saúde pode ser analisada como uma confirmação do favorecimento do protagonismo desses atores nas discussões sobre saúde através das mídias digitais. As redes sociais se constituem como espaços de participação social no SUS e de constituição de atores do controle social que tem a própria vida como instrumento de construção de políticas públicas. O uso da internet permite que pacientes e familiares, organizados em comunidades e movimentos, adquiram o saber e o poder para influir nas várias dimensões de sua saúde, até mesmo na gestão e organização do SUS, assumindo o papel de principais atores do sistema de saúde (PESSONI, 2012).

Dentre as páginas de usuários da saúde, destaca-se a maior participação de indivíduos do sexo feminino, correspondendo 68,33% das páginas de usuários da saúde a mulheres (pacientes e mães), e apenas 30%, ou seja, menos da metade das páginas femininas, a homens (pacientes e pais). Estes números sugerem uma relação entre a maior procura pela assistência em saúde por pessoas do sexo feminino (LEVORATO; MELLO; SILVA; NUNES, 2014) e seu maior envolvimento com a discussão sobre questões relacionadas à saúde de seus filhos e à política pública de saúde, ou

seja, a diferenciação de gênero na busca por serviços de saúde se reproduz na participação social na gestão destes mesmos serviços.

A despeito do uso da internet como espaço de articulação de debates e ações políticas, as formas tradicionais de organização dos usuários da saúde não perderam relevância, é isso o que revela o número de páginas de associações de diabetes encontradas (27 páginas), o segundo maior depois das páginas de pacientes e familiares. No Brasil, os movimentos sociais em saúde pioneiros na defesa dos direitos das pessoas com diabetes formados (ainda que não exclusivamente) por portadores da doença e familiares foram as associações de pacientes. Ao longo das últimas décadas, as associações de pacientes vieram se constituindo em diferentes países da Europa, da América do Norte e da América Latina como atores coletivos que promovem práticas de mediação entre os demais atores da saúde (profissionais e instituições de prestação de serviços, gestores públicos, comunidades científicas e indústria farmacêutica), representando uma abertura de novos espaços de participação política para os portadores de doenças e seus cuidadores (NUNES; FILIPE; MATIAS; 2010).

Embora não tenha solucionado por completo as assimetrias dos espaços de participação social institucional, o desenvolvimento da internet renovou as perspectivas para a comunicação em saúde (PESSONI, 2012) ao ampliar as arenas de lutas sociais (GOMES, 2016), promovendo a democracia digital como um incremento das potencialidades de participação civil na condução dos negócios públicos (GOMES, 2005). Ao possibilitar a expressividade e a participação ativa dos usuários em rede, quebrando a lógica linear clássica do processo comunicativo (CORREA, 2015), a web 2.0 reconfigura o papel dos usuários da saúde no sistema comunicacional: de *pacientes* receptores de informações eles se transformam em seus produtores. Há, portanto, novas possibilidades de disputa pela formação da opinião pública. As páginas digitais aproximam os usuários entre si através da troca de experiências e da discussão de pontos relativos à vida com determinadas condições de saúde. Essas interações são ferramentas de promoção de debates que se configuram como construção de demandas políticas.

É interessante que a temática do diabetes está diretamente relacionada às questões da doença, como “diabético” como marca e “insulina” como dependência, mas ao mesmo tempo, traz temáticas da vida, dia, bom, pessoa, que a desvincula da doença e a coloca como cidadão de direito, que faz militância para produzir sentido à vida, para além da doença, e nesse sentido, se coloca no mundo como agente transformador e constrói conhecimentos. Pierre Lévy (1999) caracteriza a emergência do ciberespaço (que também chama de rede) como um movimento social de ocupação da infraestrutura de telecomunicação já existente e de transformação das relações dos indivíduos entre si e com o mundo, a partir de um “saber-fluxo” constituído de conhecimentos emergentes, abertos, contínuos, não lineares, organizados de acordo com os objetivos ou os contextos de produção. Na década de 90, o autor já antevia que a digitalização geral das informações tornaria o ciberespaço “o principal canal de comunicação e suporte da memória da humanidade” (LÉVY, 1999, p. 93) no início deste século.

A emergência do ciberespaço promoveu uma transformação na forma de produção do conhecimento, a partir da construção de laços sociais baseados no compartilhamento do saber, na aprendizagem cooperativa e em processos abertos de colaboração (LÉVY, 1999). Os temas debatidos pelos usuários da saúde no Facebook demonstram esse processo de construção colaborativa de demandas políticas e dos sentidos sobre saúde, na busca pela conquista e efetivação de direitos. A atuação dos ciberativistas em diabetes nesse campo de disputas expressa o desejo de radicalização dos direitos fundamentais ou a subversão do sentido liberal destes (MALINI; ANTOUN, 2013), através da apropriação das narrativas como forma de controle das políticas públicas e da própria saúde. Apropriar-se da palavra é tornar-se sujeito consciente construtor de sua própria história (FREIRE, 1987), e a luta pela própria palavra se constitui como luta pela representação do mundo e do direito à saúde.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O enraizamento das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação percorre de forma transversal todas as atividades comunicativas e informativas do mundo contemporâneo (CORREA, 2015), promovendo novas formas de sociabilidade a partir das conexões estabelecidas nas redes digitais. O acesso à possibilidade de publicar os próprios conteúdos na rede mundial confere a possibilidade de transformação dos usuários da saúde de objetos a sujeitos da história, autores de sua própria narrativa para uma audiência global (FRIEDMAN, 2016). Recuero (2009) considera a possibilidade de expressão e sociabilização através das ferramentas de comunicação mediada pelo computador como uma das mudanças fundamentais para a sociedade trazidas pela internet, ao permitir aos atores sociais se construir, interagir e comunicar com outros atores através das redes sociais.

A despeito das novas possibilidades democráticas relacionadas à cultura colaborativa digital, as mídias digitais também reforçam antigas formas de controle e exclusão social, incentivando um sistema de comunicação individualizado e não coletivo onde não há espaço para a alteridade (CASTELLS, 2018; CHUL-HAN, 2016), bem como a disponibilização voluntária de informações pessoais facilmente acessadas, intercambiadas e manipuladas por empresas de serviços em função da dataficação - processo de transformação de ações sociais em dados quantitativos online (DJICK, 2014).

Apesar das ressalvas que vêm sendo levantadas em relação ao controle do acesso aos conteúdos produzidos nas redes sociais pelos administradores das plataformas, como forma de manipulação da formação da opinião pública conforme seus interesses comerciais e políticos, é preciso reconhecer estes espaços como arenas de disputa, onde os usuários da saúde têm participação relevante na discussão da política pública de saúde. Através da articulação entre ciberativistas, associação de diabetes e sociedades médicas, os portadores de diabetes conquistaram a ampliação de direitos relacionados à saúde, com a incorporação de duas novas insulinas ao SUS em 2017 e 2019, período marcado pela retirada de direitos no Brasil. A insulina, como demonstra a presente análise, foi um dos temas mais debatidos no Facebook

pelos ciberativistas em diabetes, mostrando que a construção social de demandas por meio das mídias digitais tem grande potencial de influenciar a construção das políticas públicas de saúde.

É necessário criar mecanismos que integrem a participação social institucional a essas outras formas de influência sobre as decisões políticas através das mídias digitais para além da simples divulgação de conteúdos informativos pelos poderes públicos, entendendo os usuários (da saúde e das redes sociais) não apenas em suas carências, mas também em suas potências, como produtores legítimos de conhecimentos em saúde por meio de suas experiências práticas da vida cotidiana.

REFERÊNCIAS

- ALCÂNTARA, L. M. Ciberativismo e a dimensão comunicativa dos movimentos sociais: repertórios, organização e difusão. *Política e Sociedade*. Florianópolis, vol. 15, n. 34, set/dez 2016.
- ARAÚJO, I. S. de; CARDOSO, J. M. *Comunicação e Saúde*. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2007.
- AROUCA, A. S. Crise brasileira e Reforma Sanitária. *Divulg. Saúde Debate*, n.4, p.15-18, 1991.
- BAPTISTA, T. W. F.; MATTOS, R. A. Sobre Política (ou o que achamos pertinente refletir para analisar políticas). In: MATTOS, R. A.; BAPTISTA, T. W. F. *Caminhos para análise das políticas de saúde*. Porto Alegre: Rede Unida, 2015. cap.2, p. 83-149.
- BOURDIEU, P. *O Poder Simbólico*. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil S/A, 1989.
- BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaoconsolidado.htm>. Acesso em: 25 nov. 2019.
- BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Departamento de Análise em Saúde e Vigilância de Doenças não Transmissíveis. *Vigitel Brasil 2018: vigilância de fatores de risco e proteção para doenças crônicas por inquérito telefônico: estimativas sobre frequência e distribuição sociodemográfica de fatores de risco e proteção para doenças crônicas nas capitais dos 26 estados brasileiros e no Distrito Federal em 2018*. Brasília: Ministério da Saúde, 2019.
- BUPA – THE BRITISH UNITED PROVIDENT ASSOCIATION LIMITED. *BUPA Health Pulse 2010*. Online Health: untangling the web. London: The British United Provident Association Limited, 2011.
- CAMARGO, B. V.; JUSTO, A. M. IRAMUTEQ: Um Software Gratuito para Análise de Dados Textuais. *Temas em Psicologia*, Ribeirão Preto, v. 21, n. 2, p. 513-518, 2013.
- CARVALHO, A. I. de. Conselhos de Saúde, Responsabilidade Pública, e Cidadania: a Reforma Sanitária como Reforma do Estado. In FLEURY, S. (Org.) *Saúde e democracia: a luta do CEBES*. São Paulo: Lemos Editorial, 1997. p. 93-112.
- CASTELLS, M. *O poder da identidade*. 3ª ed., vol. 2. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- CASTELLS, M. *Ruptura*. São Paulo: Zahar, 2018.
- CHUL-HAN, B. *Sociedade do cansaço*. Petrópolis, Rj: Vozes, 2016.
- COELHO, V. S. P. Uma metodologia para a análise comparativa de processos participativos: pluralidade, deliberação, redes e política de saúde. In PIRES, R. R. C. (Org.). *Efetividade das instituições participativas no Brasil: estratégias de avaliação*. Brasília: IPEA, 2011. p. 279-296.
- CORREA, E. S. Centralidade, transversalidade e resiliência: reflexões sobre as três condições da contemporaneidade digital e a epistemologia da comunicação. In: ROMANCINI, R; LOPES, M. I. V. de (orgs.). *Anais do XIV Congresso Ibero-Americano de Comunicação IBERCOM 2015: comunicação, cultura e mídias sociais*. São Paulo: ECA-USP, 2015. 7.652 p.
- DIJCK, J. Facebook and the engineering of connectivity: A multi-layered approach to social media platforms. *Convergence*, London, v. 19, n. 2, p. 141-155, 2012.

DJICK, J. Datafication, dataism and dataveillance: Big Data between scientific paradigm and ideology. *Surveillance & Society*, v. 12, n. 2, p. 197-208, 2014.

DOWBOR, L. Articulações em rede na era do conhecimento. In JUNQUEIRA, L. A. P.; CORÁ, M. A. J. (Orgs.). *Redes sociais e intersectorialidade*. São Paulo: Tiki Books, 2016. p. 13-40.

FLEURY, S.; OUVENERY, A.M. Política de Saúde: Uma Política Social. In GIOVANELLA, L.; ESCOREL, S.; LOBATO, L.V. C.; NORONHA, J. C.; CARVALHO, A.I. (Orgs.). *Políticas e Sistema de Saúde no Brasil*. 1ª ed. Rio de Janeiro: Cebes / Fiocruz, 2012. p. 23-64.

FOUCAULT, M. *Microfísica do poder*. 13ª ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1998.

FOUCAULT, M. *Em Defesa da Sociedade*. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

FREIRE, P. *Pedagogia do oprimido*. 17ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

FRIEDMAN, T. L. *Thank you for being late: an optimist's guide to thriving in the age of accelerations*. New York: Farrar, Straus and Giroux, 2016.

GIDDENS, A. A vida em uma sociedade pós-tradicional. In BECK, U.; GIDDENS, A.; LASH, S. *Modernização reflexiva: política, tradição, e estética na ordem social moderna*. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1997. cap. 2, p. 73-133.

GOHN, M. G. *Sociologia dos movimentos sociais*. 2ª ed. São Paulo: Cortez, 2014.

GOMES, M. S. Ativismo social na internet: a ampliação da arena de lutas sociais. In Núcleo de Informação e Comunicação do Ponto BR. *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nas organizações sem fins lucrativos brasileiras [livro eletrônico]: TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2016*. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2017. p. 35-40.

GOMES, S.; MENICUCCI, T. *Políticas Sociais: conceitos, trajetórias e a experiência brasileira*. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2018.

GOMES, W. A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política. *Revista Fronteiras – estudos midiáticos*, São Leopoldo, v. 7, n. 3, p. 214-222, 2005.

LEMOS, A.; CUNHA, P. (orgs). *Olhares sobre a Cibercultura*. Sulina, Porto Alegre, 2003.

LEVORATO, C. D.; MELLO, L. M.; SILVA, A. S.; NUNES, A. A. Fatores associados à procura por serviços de saúde numa perspectiva relacional de gênero. *Ciência e Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, v. 19, n. 4, p. 1263-1273, abr 2014.

LÉVY, P. *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LUVIZOTTO, C. K. Cidadania, ativismo e participação na internet: experiências brasileiras. *Comunicação e Sociedade*, v. 30, p. 297-312, 2016.

MACHADO, J. A. S. Ativismo em rede e conexões identitárias: novas perspectivas para os movimentos sociais. *Sociologias*, Porto Alegre, v. 9, n. 18, p. 248-285, jul/dez 2007.

MALINI, F.; ANTOUN, H. *A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais*. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MARIA, M. Dimensões da comunicação e da informação nos espaços públicos de participação e controle social em saúde: entre múltiplos discursos e jogos de poder. In: GUIZARDI, F. L.; NESPOLI, G.; CUNHA, M. L. S.; MACHADO, F.; LOPES, M. (orgs.). *Políticas de Participação e saúde*. Rio de Janeiro: EPSJV; Recife: Editora Universitária - UFPE, 2014. p. 277-304.

MORETTI, F. A.; OLIVEIRA, V. E.; SILVA, E. M. K. Acesso a informações de saúde na internet: uma questão de saúde pública? *Rev. Assoc. Med. Brasileira*, v. 58, n. 6, p. 650-658, 2012.

McCAUGHEY, M. *Cyberactivism on the participatory web*. New York: Routledge, 2014.

MERHY, E. E.; FEUERWERKER, L. C. M. Novo olhar sobre as tecnologias de saúde: uma necessidade contemporânea. In: MANDARINO, A. C. S.; GOMBERG, E. (Orgs.). *Leituras de novas tecnologias e saúde*. São Cristóvão: Editora UFS, 2009, p. 29-74.

MINHA VIDA. *Pesquisa - Jornada Digital do Paciente – Release*. São Paulo: Grupo Minha Vida, 2016.

MORAES, D. O ativismo digital, 2001. Disponível em: <<http://www.bocc.uff.br/pag/moraes-denis-ativismo-digital.pdf>>. Acesso em: 13 out. 2019

NUNES, J. A.; FILIPE, A.; MATIAS, M. Os novos actores colectivos no campo da saúde: o papel das famílias nas associações de doente. *Alicerces*, Lisboa, ano III, nº 3, p. 119-128, abr 2010.

OLIVEIRA, E. A.; LABRA, M. E.; BERMUDEZ, J. A produção pública de medicamentos no Brasil: uma visão geral. *Cadernos de Saúde Pública*, Rio de Janeiro, v. 22, n. 11, p. 2379-2389, nov 2006.

PAIM, J. S. Reforma sanitária brasileira: contribuição para a compreensão e crítica. 2007. 300 f. Tese (Doutorado em Saúde Pública) – Instituto de Saúde Coletiva da Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2007.

PAIM, J. S. Sistema Único de Saúde (SUS) aos 30 anos. *Ciência & Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, v. 23, n. 6, p. 1723-1728, 2018.

PERUZZO, C. M. K. Comunicação nos movimentos sociais: o exercício de uma nova perspectiva de direitos humanos. *Contemporânea – Revista de Comunicação e Cultura*, Salvador, v.11, n.01, p. 138-158, jan/abr 2013.

PESSONI, A. Comunicação para a saúde em ambientes colaborativos: o empoderamento do paciente. *Organicom: revista brasileira de comunicação organizacional e relações públicas*, São Paulo, v. 9, n. 16-17, p. 67-78, 2012.

RECUERO, R. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SANTOS, B. S.; AVRITZER, L. Introdução: para ampliar o cânone democrático. In: SOUSA SANTOS, Boaventura (Org.). *Democratizar a democracia: os caminhos da democracia participativa*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002. p. 39-82.

SECCHI, L. *Políticas públicas: conceitos, esquemas de análise, casos práticos*. 2ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

SILVA, M. *Escritos guardados: sobre a experiência de participação e luta social do Movimento de Saúde da Zona Leste*. 2014. 160 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de São Paulo, São Paulo, 2014.

VALLA, V. V. Sobre participação popular: uma questão de perspectiva. *Cadernos de Saúde Pública*, Rio de Janeiro, v. 14, n. 2, p. 7-18, 1998.

(Doutorado em Saúde Pública) – Instituto de Saúde Coletiva da Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2007.

PAIM, J. S. Sistema Único de Saúde (SUS) aos 30 anos. *Ciência & Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, v. 23, n. 6, p. 1723-1728, 2018.

PERUZZO, C. M. K. Comunicação nos movimentos sociais: o exercício de uma nova perspectiva de direitos humanos. *Contemporânea – Revista de Comunicação e Cultura*, Salvador, v.11, n.01, p. 138-158, jan/abr 2013.

PESSONI, A. Comunicação para a saúde em ambientes colaborativos: o empoderamento do paciente. *Organicom: revista brasileira de comunicação organizacional e relações públicas*, São Paulo, v. 9, n. 16-17, p. 67-78, 2012.

RECUERO, R. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SANTOS, B. S.; AVRITZER, L. Introdução: para ampliar o cânone democrático. In: SOUSA SANTOS, Boaventura (Org.). *Democratizar a democracia: os caminhos da democracia participativa*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002. p. 39-82.

SECCHI, L. *Políticas públicas: conceitos, esquemas de análise, casos práticos*. 2ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

SILVA, M. *Escritos guardados: sobre a experiência de participação e luta social do Movimento de Saúde da Zona Leste*. 2014. 160 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de São Paulo, São Paulo, 2014.

VALLA, V. V. Sobre participação popular: uma questão de perspectiva. *Cadernos de Saúde Pública*, Rio de Janeiro, v. 14, n. 2, p. 7-18, 1998.

Elaine Carneiro Brito Fichefeux¹

A escrita intermediária web documentária:
um dispositivo metodológico para a produção do saber

*Intermediate web-based documentary writing: a
methodological approach to knowledge production*

RESUMO

Ao longo deste artigo, trataremos sobre a utilização científica de uma ferramenta hipermediática web documentária como dispositivo metodológico de análise dos discursos. Descreveremos o desenvolvimento da nossa metodologia e a construção de tal dispositivo, interpretado como a “escrita intermediária” (ACHARD, 1994) de uma pesquisa doutoral em Ciências da Informação e da Comunicação. A tese em questão debate a produção patrimonial através dos discursos sociais, uma pesquisa que produziu e coletou uma heterogeneidade de documentos (audiovisual, fotográfico, sonoro, cartográfico, jpeg, pdf etc.). O dispositivo metodológico web documentário autoriza a manipulação destes documentos heterogêneos, permitindo ao pesquisador analisar semio-pragmaticamente os discursos. O trabalho de organização e de estruturação do conjunto documentário evidencia por fim a construção da “representação documentária” (TARDY, 2012) da pesquisa.

Palavras-chave: escrita intermediária; dispositivo metodológico web documentário; representação documentária.

ABSTRACT

Throughout this paper, we will discuss the scientific use of a web documentary hypermedia documentary tool as a methodological device for discourse analysis. We will describe the development of our methodology and the construction of said device, interpreted as the “intermediary writing” (ACHARD, 1994) of a doctoral research in Information and Communication Sciences. The thesis in question discusses the production of heritage through social discourses, an investigation that produced heterogeneity of documents (audiovisual, photographic, sound, cartographic, jpeg, pdf, etc.). The web documentary methodological device authorizes the manipulation of these heterogeneous documents, which allows the researcher to analyse the speeches semi-pragmatically. The organization and structuring work of the documentary set finally highlights the construction of the “documentary representation” (TARDY, 2012) of the research.

Keywords: intermediary writing; web documentary methodological device; documentary representation.

1 Doutora em Sciences de l’Information et de la Communication na Université d’Avignon et des pays de Vaucluse (UAPV-França), e em Memória Social na Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO - Brasil), pesquisadora correspondente do Centre Norbert Elias. E-mail: elainebritoca@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

Este artigo tem como objetivo apresentar um dispositivo metodológico desenvolvido durante a tese de doutorado intitulada “O Rizoma patrimonial: analisar um movimento heterogêneo de atores e de sentidos”, tese defendida em Ciências da Informação e da Comunicação, na Université d’Avignon, França. Tal dispositivo tem por finalidade permitir ao pesquisador analisar semio-pragmaticamente os discursos a partir de documentos heterogêneos. Trata-se de documentos em formato texto, audiovisual, fotográfico, sonoro, cartográfico, entre outros. Ou seja, uma quantidade de documentos de diferentes formatos que compõem a coleção documentária da pesquisa. Tais documentos foram coletados ou produzidos pela própria pesquisadora durante as pesquisas de campo realizadas uma parte no Brasil e outra na França. O desejo principal desta comunicação é de expor a utilização científica da ferramenta web documentária como uma “escrita intermediária” (ACHARD, 1994) da pesquisa, isto é, uma escrita que se constitui a partir da manipulação de uma heterogeneidade de documentos. Compartilhamos assim a experiência de utilização da escrita web documentária como um dispositivo metodológico que autoriza o pesquisador a manipular o seu conjunto de documentos heterogêneos o permitindo a realização de uma análise semio-pragmática dos discursos. Em consequência de tal manipulação e organização documentária, buscamos revelar a construção de uma “representação documentária” (TARDY, 2012) da pesquisa científica.

2 A CONSTRUÇÃO DE UMA METODOLOGIA COMPÓSITA

Durante a pesquisa doutoral sobre dinâmicas sociais de patrimonialização, foi possível desenvolver uma metodologia designada “compósita”, em referência ao trabalho de Le Marec (2002) e Le Marec e Babou (2002). Tal metodologia tem por finalidade favorecer uma análise semio-pragmática dos discursos dos atores patrimoniais que puderam ser coletados durante as pesquisas de campo. Para esta composição, emprestamos da etnologia a noção de observação passiva e de “autoridade compartilhada” (CLIFFORD, 1988), se propondo assim à reflexão antropológica sobre a produção e utilização da imagem audiovisual como um dado científico (LAPLANTINE, 2007; CONORD, 2007; ECKERT e ROCHA, 2004). A sociologia nos revelou a “entrevista compreensiva” (KAUFMANN, 1996) como um método que nos permite interrogar e documentar os discursos dos atores patrimoniais através de uma relação respeitosa. Igualmente da sociologia, dispomos da noção de “ator-rede” (LATOUR, 2006; AKRICK *et al.*, 2006). Pelo estudo da ciência da linguagem, pudemos identificar os diferentes métodos de análise de discurso para finalmente reconhecer na linguística pragmática (AUSTIN, 1962; KERBRAT-ORECCHIONI, 2005) um método que se aplicaria à nossa metodologia compósita. Trata-se de apreender a produção do discurso como uma ação, ou ainda como um “intento”, segundo a noção proposta por Emile Benveniste (1974). Esta compreensão linguística se completa com a concepção semiótica de construção da representação (BARTHES, 1980). A partir da filosofia, pudemos compreender a patrimonialização como um movimento

que circula entre os atores e os associa tal um rizoma (DELEUZE e GUATTARI, 1980). As ciências da informação e da comunicação, compreendidas no âmbito da pesquisa (DAVALLON, 2006), nos permitiram conjugar os métodos citados anteriormente a fim de apoiar uma perspectiva comunicacional do objeto de pesquisa. Como conseqüente, desenvolvemos um dispositivo metodológico “architextual” (SOUCHIER *et al.*, 2003), ou ainda “hipermidiático” (ECKERT e ROCHA, 2004), a fim de nos autorizar a manipulação de documentos heterogêneos. Este artigo busca assim tratar de forma detalhada o uso científico desta “escrita hipermidiática” (*Idem*). Os outros elementos que compõem a nossa metodologia, citados acima, serão evocados aqui de forma sucinta².

Uma análise semio-pragmática da produção dos discursos supõe uma metodologia complexa – completa. Desta forma, a aplicação de uma metodologia “compósita” permite ao pesquisador coletar e explorar os dados a partir de diferentes perspectivas. Ora, nossa pretensão é de afirmar um entendimento comunicacional onde “a comunicação vista pelas ciências da informação e da comunicação é fundamentalmente técnica, no sentido de que ela é uma implementação de saberes, de saber-fazer técnicas, de conhecimentos científicos na produção de objetos” (DAVALLON, 2006, p. 36 – nossa tradução).

A perspectiva comunicacional a que buscamos dar relevância neste texto compreende uma apreensão semiótica, nos permitindo ir além do entendimento do sujeito de enunciação como produtor de significação e de interpretação. É associando a percepção pragmática à comunicação e à semiótica que chegamos ao discurso como produção de subjetividade. Finalmente, a comunicação tal qual a designamos aqui é “principalmente um fazer-acreditar e um fazer-fazer” (GREIMAS e COURTÉS, 1979, p. 48 – nossa tradução). Visto que a análise dos discursos do nosso conjunto documentário se faz através de uma perspectiva pragmática do dizer e do fazer, a produção do discurso se torna assim um fundamento essencial para compreender a construção social do(s) sentido(s) patrimonial(ais). Logo, o discurso compreendido através de uma perspectiva semio-pragmática, ou ainda pela semiótica em processo, é considerado, dentro da nossa pesquisa, como uma ação que faz agir as dinâmicas sociais patrimoniais. Em outras palavras, o ator social é identificado como vetor de um “discurso-ação” (BRITO, 2018b) que “faz-fazer³” o movimento patrimonial.

Em vista disso, nossa metodologia se preocupa em recolher e provocar discursos produzidos por diferentes atores sociais através dos quais identificamos um propósito de fazer-fazer uma dinâmica patrimonial. Estes atores são identificados aqui como detentores de saberes e fazeres, amadores e praticantes do patrimônio, pesquisadores na temática, organismos associativos e privados, instituições públicas, pessoas políticas, entre outros atores que, por meio dos seus discursos, possuem o

2 Para uma melhor apreensão da metodologia compósita desenvolvida neste trabalho de pesquisa, ler a tese « Le Rhizome patrimonial : analyser un mouvement hétérogène d’acteurs et de sens », defendida no dia 17 de dezembro de 2018 e disponível na página web: <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-02097143>.

3 De acordo com Austin (1962), o discurso pode ser analisado à partir de diferentes forças. Nós nos propomos a analisar os discursos a partir da força ilocutória, ou seja, considerar o discurso como um ato de “faire-faire”, que traduzimos por “fazer-fazer”.

“intento” de fazer-fazer as dinâmicas patrimoniais. Em suma, uma multiplicidade de atores fazedores de uma identificação do valor patrimonial.

O nosso interesse por compreender a produção do “discurso-ação” tendo por “intento” o fazer-fazer patrimonial, nos faz questionar sobre o ato da coleta de tal ação: como abordar um ato de linguagem dentro de uma situação de comunicação a fim de expor uma construção do sentido patrimonial? Como observar e evidenciar “sujeitos e objetos socialmente construídos” (BOUTAUD, 1998, p. 147 e 148)?

A pesquisa propicia assim uma legitimidade à fala do ator social, lhe acordando uma “autoridade⁴” sobre a produção de sentidos patrimoniais. Tal escolha epistemológica se reforça no reconhecimento dos “actantes” (GREIMAS, 1983) do discurso. Isto é, todo ser, humano ou não humano, que dê sentido à interação da linguagem. A sociologia pragmática desenvolvida por Bruno Latour (2006), nos propõe observar os “actantes” como mediadores do social. Estes mediadores nos permitem compreender como o ator é agido e faz agir a “rede de atores” (GREIMAS, 1983; CALLON, 2013). Os “actantes-mediadores” (LATOURE, 2006) são então identificados como instrumentos que colocam em evidência a “força ilocutória” do discurso, ou seja, a intencionalidade do ato enunciativo a fazer-fazer, ou ainda a fazer-agir. Dentro da nossa pesquisa, pudemos identificar a câmera filmadora como um “actante-mediador” que tem a função de provocar o discurso dos atores, mas também a de documentar o ato do discurso.

3 A CÂMERA FILMADORA COMO “ACTANTE-MEDIADOR” DO DISCURSO

A presença da câmera filmadora como “actante-mediador” possui a capacidade de mudar a qualidade das entrevistas. Realmente, a câmera considerada como um intermediário que documenta o discurso, ou ainda, segundo o conceito de Marie Després-Lonnet (2014), como uma “mídia a documentar”, torna de fato a entrevista mais ativa e diretiva. Nós pudemos identificar que a presença da câmera filmadora diante do ator entrevistado faz com que este se comporte como um “porta-voz” ou ainda “representante” de um grupo ou comunidade. A câmera, na sua ação de documentar, faz-fazer o entrevistado. Logo, este objeto se torna um “actante-mediador” do “discurso-ação”.

Explicando: de frente para a câmera a documentar, o ator reconhece que se inicia um processo de produção da sua representação pois documenta-se a sua imagem associada ao seu discurso. Ele sabe também que, através da criação desse documento, o seu discurso representa um grupo, ou talvez uma multiplicidade de grupos. Sendo assim, o ator social é o primeiro a querer fazer dessa entrevista-documento uma ação, como por exemplo expor um discurso reivindicativo de legitimidade, pois a câmera inserida perante o ator “deve de fato ao mesmo tempo testemunhar, mostrar que ela testemunha e fazer compreender como ela testemunha a situação que ela contribui para documentar” (DESPRÉS-LONNET, 2014, p. 74 – nossa

4 Nós fazemos referência ao conceito “autoridade compartilhada” desenvolvida por James Clifford ([1988] 1996).

tradução). Desde já, pode-se identificar uma certa autoridade imposta pela câmera. Simultaneamente um “actante-mediador”, uma “mídia à documentar” e um “tradutor” (GREIMAS et COURTÉS, 1979) da ação, a câmera implica o entrevistado e o entrevistador na ação.

A percepção da câmera filmadora como provocadora de ação nos foi revelada durante uma entrevista com um ator detentor patrimonial. O entrevistado interrompe a entrevista para enunciar: “Olha bem... [Pausa. Ator fixa a pesquisadora.] Pra te dizer a verdade, [movimento de cabeça afirmativa] já que você está filmando!” (Entrevista com C.F.P., mestre de Capoeira e doutorando na Universidade Federal da Bahia na disciplina Difusão de Conhecimento. Entrevista realizada e documentada no dia 25 de novembro de 2014, em Paris).



Imagem 1: Construção documentária dentro do dispositivo web documentário.

Fonte: Compilação da autora⁵.

In situ, a câmera filmadora faz do ator patrimonial um protagonista e guia da pesquisadora. Entretanto, é no momento da escrita que a pesquisadora se sente na autoridade de tomar o distanciamento necessário para se colocar na capacidade de manipular seus documentos e assim possibilitar uma construção de sentidos.

5 Trata-se de uma impressão de tela da pesquisadora em processo de construção da escrita intermediária web documentária. A imagem revela a análise do discurso do ator patrimonial C.F.P., entrevistado pela autora em novembro de 2014.

4 O WEB DOCUMENTÁRIO COMO UMA FERRAMENTA DE “ESCRITA INTERMEDIÁRIA”

A nossa metodologia busca reforçar uma perspectiva comunicacional que tem como objetivo demonstrar a discursivização do sentido patrimonial como um ato reflexivo. A associação de diferentes métodos nos permite criar condições para explorar as técnicas de representação da nossa pesquisa. De fato, a técnica de análise que buscamos apresentar aqui poderia ser resumida na autorização que uma escrita web documentária nos dá para organizar documentos heterogêneos e assim constituir uma representação. Sendo assim, apreendemos a ferramenta web documentária como um “architexto” (SOUCHIER *et al.*, 2003), com o objetivo de questionar sua dimensão semiótica e organizadora da prática de uma escrita em construção. A noção de “architexto” designa especificamente o papel dos médias informatizados a comandar as práticas de escrita de um terceiro. Esta construção é considerada aqui como intermediária, segundo o propósito de Pierre Achard:

“Trata-se de trabalhar conscientemente uma forma onde a subjetividade do pesquisador presente na pesquisa de campo seja acessível para seu leitor, para transmitir através de um produto (o texto) uma compreensão adquirida no ato, na oralidade, uma experiência singular dando acesso a um saber que não existe de outra forma que por apropriação”. (ACHARD, 1994, p. 150 – nossa tradução).

A “escrita intermediária” vem a ser um conjunto de gestos realizado pelo pesquisador que o conduzem à reflexão da sua pesquisa. Mais especificamente, a “escrita intermediária” poderia ser os cadernos de notas onde o pesquisador relata em detalhes as suas observações; dados coletados e/ou produzidos durante a pesquisa de campo; gráficos, mapas, matérias de jornais, e todo tipo de documento que impulsiona o pesquisador à construção da sua reflexão científica. Para nós, a ferramenta web documentária autoriza o pesquisador a questionar a dimensão semiótica dos documentos heterogêneos coletados e produzidos, juntamente com a dimensão organizadora da prática da escrita. Conseqüentemente, a escrita web documentária foi elaborada como um dispositivo metodológico para a nossa pesquisa, permitindo a análise de um conjunto heterogêneo de atores, de documentos, de imagens, de sons, de mapas, e de dinâmicas. Enfim, a partir da investigação de um denso conjunto de documentos sobre o qual a pesquisadora procura formular um sentido à sua pesquisa ao mesmo tempo em que sobrepõem e associa as dinâmicas patrimoniais observadas.

Se de um lado nós poderíamos questionar como a escrita web documentária condiciona o pesquisador nas possibilidades de acessar, de ver e de agir sobre o seu conjunto documentário, de outro lado observamos como o pesquisador pode remodelar um tal dispositivo de escrita para alcançar seus objetivos de produção de saber.

5 O PROCESSO DE ESCRITA WEB DOCUMENTÁRIA

O web documentário é uma qualificação que surge no início dos anos 2000 (GANTIER e BOLKA-TABARY, 2011, p. 119-120). Frequentemente reconhecido pela sua função de interatividade, esta forma de escrita numérica exige a intervenção do leitor para dar continuidade no texto. Sendo assim, a produção dessa escrita envolve igualmente a previsão de uma leitura interativa. Porém, o nosso interesse por este dispositivo refere-se especificamente à sua utilização científica como uma ferramenta de organização, de composição e de textualização. Portanto, não é o resultado final dessa escrita que buscamos destacar aqui, mas sim a capacidade do pesquisador em reelaborar essa ferramenta para atender às suas necessidades de produção de conhecimento.

Realmente, o processo de escrita web documentária autoriza a descrição das etapas de organização e de composição de um conjunto de documentos heterogêneos. Através deste processo de escrita fundada na manipulação de documentos, é possível construir o que a autora Cécile Tardy (2012, p. 39) chama de “representação documentária”. Em outros termos, a utilização da ferramenta web documentária permite ao pesquisador construir uma representação da pesquisa a partir da composição de documentos diversos (documento fotográfico, audiovisual, sonoro, cartográfico, textos, imagens etc.). Tratando-se aqui de uma pesquisa sobre dinâmicas patrimoniais, a construção de uma “representação documentária” vem a ser um indício das experiências em campo, dos atores entrevistados, dos discursos analisados.

Enquanto a câmera filmadora enquadra e traduz em imagem e em som o discurso do ator, a pesquisadora busca organizar e associar os discursos coletados e provocados no esforço de reestabelecer um sentido de acordo com os contextos dados *in situ*, durante a pesquisa de campo. Sendo assim, os documentos são analisados como uma “representação do real” (TARDY, 2012, p. 15), ou ainda, segundo o pensamento de Roland Barthes (1980), como o “traço” (*trace*) da pesquisa. Sendo a nossa pesquisa de campo constituída de três distintas observações⁶, o conjunto documentário, considerado como uma representação destas experiências, nos possibilitou o questionamento da patrimonialização como um movimento localizado ao mesmo tempo que globalizado.

A ferramenta escolhida para desenvolver a nossa “escrita intermediária”⁷ deveria responder simultaneamente às seguintes expectativas: de arquivamento, de organização, de elaboração de contextos e de produção semiótica do conjunto documentário. Por arquivamento, compreende-se o exercício de classificar cada dado a partir de uma descrição precisa (título, lugar, autor, data, suporte de registro, notas complementares). Por organização, além de uma simples disposição de documentos, entende-se pela possibilidade de colocar a totalidade do conjunto de documentos heterogêneos sobre uma mesma tela (superfície). Em suma, tal ferra-

6 Durante a pesquisa doutoral, realizamos três observações que formam o conjunto da nossa pesquisa de campo: na cidade de Valença, no Estado do Rio de Janeiro, Brasil; no Territoire des Garrigues, na região de Occitanie, França; e durante o evento da Nona Sessão intergovernamental para a salvaguarda do patrimônio cultural imaterial realizado na sede da UNESCO em Paris, França.

7 Neste primeiro estado da pesquisa, escolhemos a ferramenta web documentária Klynt.

menta torna-se parte da nossa metodologia de análise semio-pragmática pela sua complexa capacidade.



Imagem 2: O arquivamento de documentos dentro do dispositivo web documentário Klynt.
Fonte: Compilação da autora.

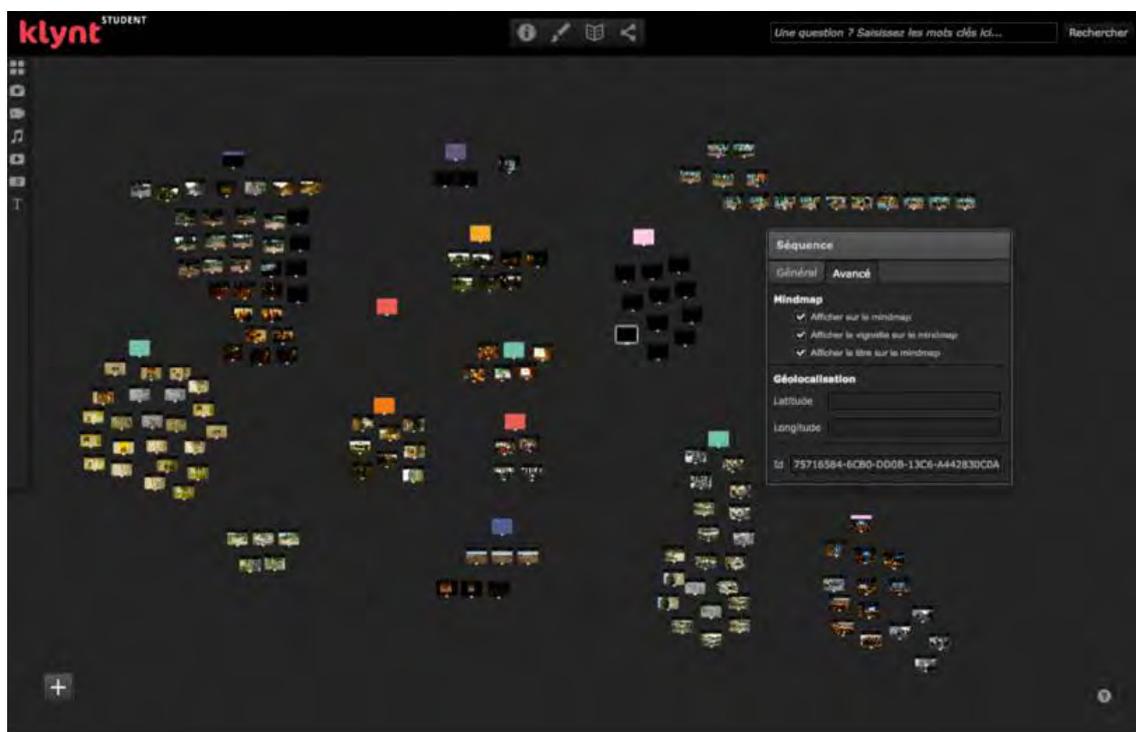


Imagem 3: Espaço de trabalho permitindo a estruturação dos documentos de acordo com a progressão da pesquisa.
Fonte: Compilação da autora.

Em relação à manipulação, o dispositivo web documentário permite ao pesquisador organizar manualmente a distribuição do conjunto de documentos he-

terogêneos por tamanho e cores. Ele autoriza igualmente modificar os lugares de exposição dos documentos na tela, de cima para baixo, da direita para a esquerda, com o intuito de distinguir ou colocar em destaque certos elementos deste conjunto. É a partir desse primeiro trabalho de organização e de relevância dos documentos que iniciamos a contextualização da representação documentária da pesquisa.

O web documentário nos permite um trabalho de contextualização da escrita, uma prática científica defendida por Roy Harris (1993). A manipulação dos documentos, e principalmente a organização espacial destes, contribui para a construção de um texto, em formato clássico ou não. Realmente, a construção representacional autorizada pelo dispositivo web documentário oferece ao pesquisador um quadro favorável para a elaboração da sua análise e conseqüentemente para a produção da sua redação.

A primeira etapa de organização se inicia a partir do momento em que o dispositivo autoriza uma distribuição documentária. Devemos precisar que o architexto (ou ainda hipertexto) Klynt, ferramenta web documentária escolhida para construir a nossa representação da pesquisa, não impõe nenhuma ordem de ação e deixa livre a decisão de iniciativa para o usuário, neste caso o pesquisador. A trajetória que nós adotamos configurou-se no momento de um primeiro exercício de reflexão sobre a representação desejada. Essa construção, designada aqui como “escrita intermediária”, segue igualmente uma prática científica de “abdução” (PEIRCE, 1978).

Em relação à nossa pesquisa sobre dinâmicas de patrimonialização, a distribuição de documentos foi definida de acordo como os temas mais enunciados pelos atores ao longo das entrevistas. Expomos aqui alguns exemplos de temas: “História e Memória”, “Organização”, “Conflitos”, “Reivindicação de direitos”, “Políticas públicas”, “Transmissão”, “Descoberta/Achado”, “Mise en scène” etc. Dentro do dispositivo web documentário, cada tema abordado se torna uma “sequência”. Cada “sequência” acolhe os documentos que enunciam o conteúdo. É desta forma que a pesquisadora se apropria do que a ferramenta Klynt denomina “sequência”. Ou seja, as “sequências” permitem à pesquisadora realizar uma organização temática da sua coleção documentária, seguindo as necessidades da sua própria pesquisa. A construção de uma primeira estruturação documentária é determinada a partir das “sequências-temas”. A partir deste espaço de trabalho, as sequências-temas podem estar expostas sobre diferentes tamanhos: grandes, médios ou pequenos. Esta distinção entre as sequências, definida manualmente pela própria pesquisadora, permite distinguir as sequências-temas de maior ou menor importância dentro do conjunto de temas.

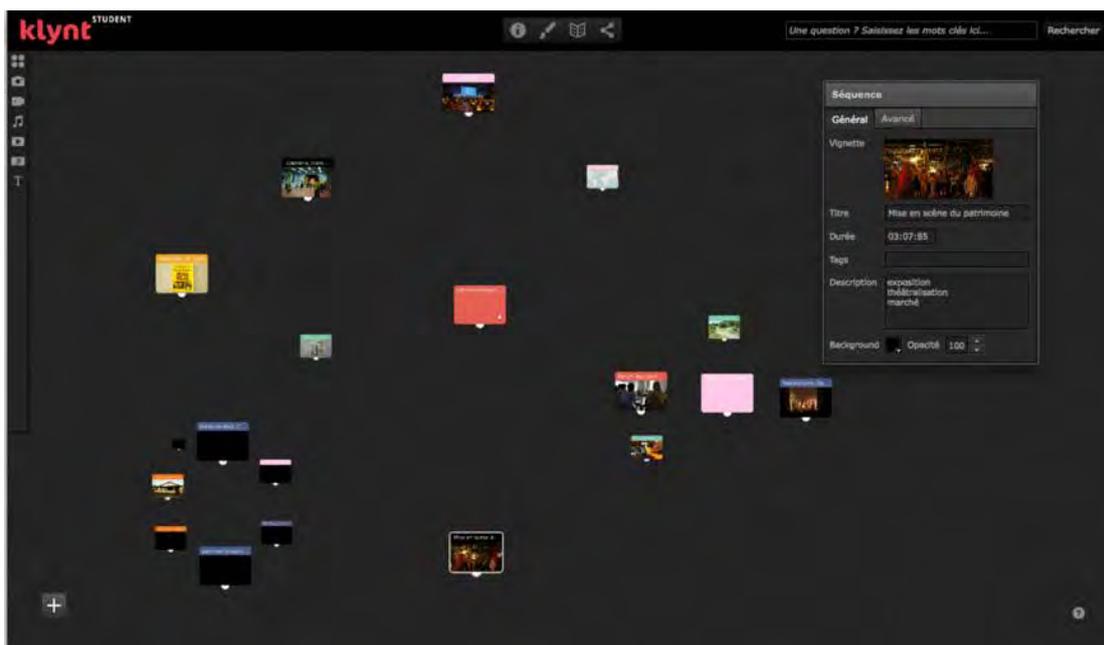


Imagem 4: Espaço de trabalho com a exposição das sequências-temas e uma primeira organização dos documentos.

Fonte: Compilação da autora.

Ao longo desta primeira organização dos documentos, sentimos a necessidade de mapear os grupos e atores documentados durante a pesquisa de campo. À vista disso, dá-se início à segunda etapa de organização da nossa “escrita intermediária”: o gesto cartográfico. A manipulação de um mapa permite situar certos documentos, ou ainda sequências-temas, em uma localização com precisões geográficas.

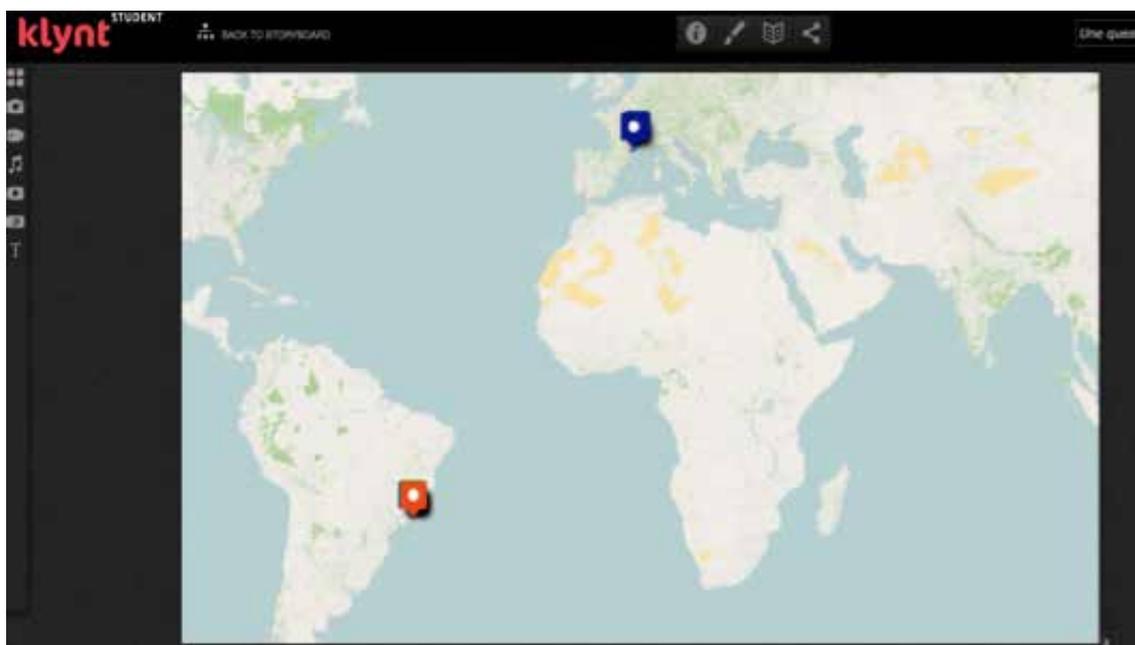


Imagem 5.1: Plano geral do mapeamento da pesquisa de campo (Brasil e França). Fonte: Compilação da autora.

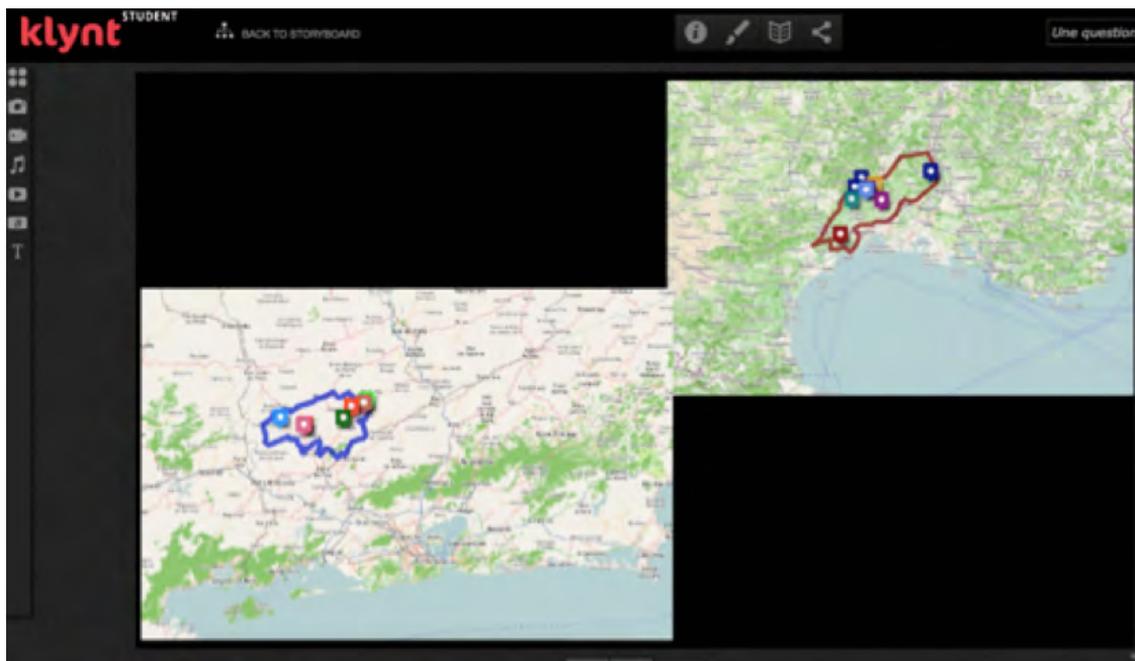


Imagem 5.2: Plano médio do mapeamento da pesquisa de campo (Brasil e França).

Fonte: Compilação da autora.

Para a nossa pesquisa situada entre Brasil e França, o gesto cartográfico do conjunto de documentos vem apoiar uma escrita em contexto (HARRIS, 1993). Esta contextualização permite ao pesquisador colocar em relevância a presença social do objeto estudado, da sua história e da sua cultura local, pois cada documento produzido ou coletado representa um grupo social. Logo, o gesto cartográfico acompanha uma reflexão dos contextos sociais que permeiam o objeto observado. Citamos como exemplo a representação documentária da prática “Folia de Reis⁸”, observada durante a pesquisa de campo na cidade de Valença, situada no Vale do Paraíba, no Estado do Rio de Janeiro. Assim que situamos a “Folia de Reis” no nosso mapa, este gesto dá sentido ao contexto cultural, histórico, político, econômico etc. Imediatamente, a escrita deixa de ser somente em contexto na superfície da tela. Para o pesquisador, a representação cartográfica permite a abertura de diferentes horizontes, assim como a percepção de problemáticas sociais e territoriais. O gesto cartográfico incita o pesquisador no trabalho de análise etnográfica dos grupos e indivíduos observados. A escrita se dá por uma tensão de duplo contexto: de um lado, a tensão da tela que favoriza o gesto documentário; de outro, a tensão da representação, que situa os traços documentários ao lugar onde foram coletados. É nessas idas e voltas entre engenharia e linguagem que o pesquisador se coloca no exercício etnográfico de descrição do seu conjunto documentário. A necessidade de descrição a partir do geste cartográfico exige assim a presença de um terceiro es-

8 Folia de Reis é uma prática social que associa cantos, instrumentos, danças e poesias em um só grupo. Este grupo tem por objetivo a representação da caminhada dos três reis magos, repetindo-se todos os anos a partir do dia 25 de dezembro até o dia 6 de janeiro, dia dos Reis magos. Esta prática chega no Brasil durante o século XIX, através dos Jesuítas portugueses. As Foliás de Reis continuam presente nas zonas rurais da região sudeste do Brasil e são hoje consideradas patrimônio cultural em diferentes cidades. Nós observamos particularmente o grupo Caravana Nova Aurora, situado no bairro rural São Bento, em Valença, no Estado do Rio de Janeiro.

paço de trabalho, colocado de forma manual pelo próprio pesquisador: trata-se do “architexto” word, que oferece ao pesquisador um espaço redacional em paralelo com a visualização cartográfica.

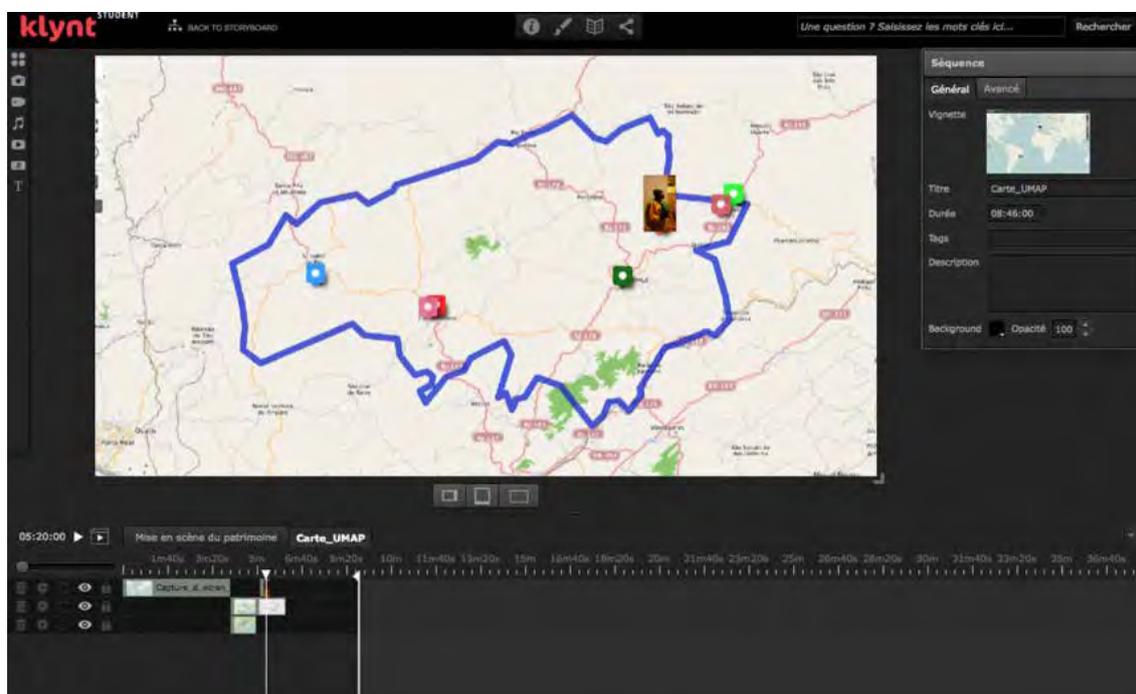


Imagem 6: Escrita em contexto à partir da localização geográfica dos documentos da pesquisa.

Fonte: Compilação da autora.

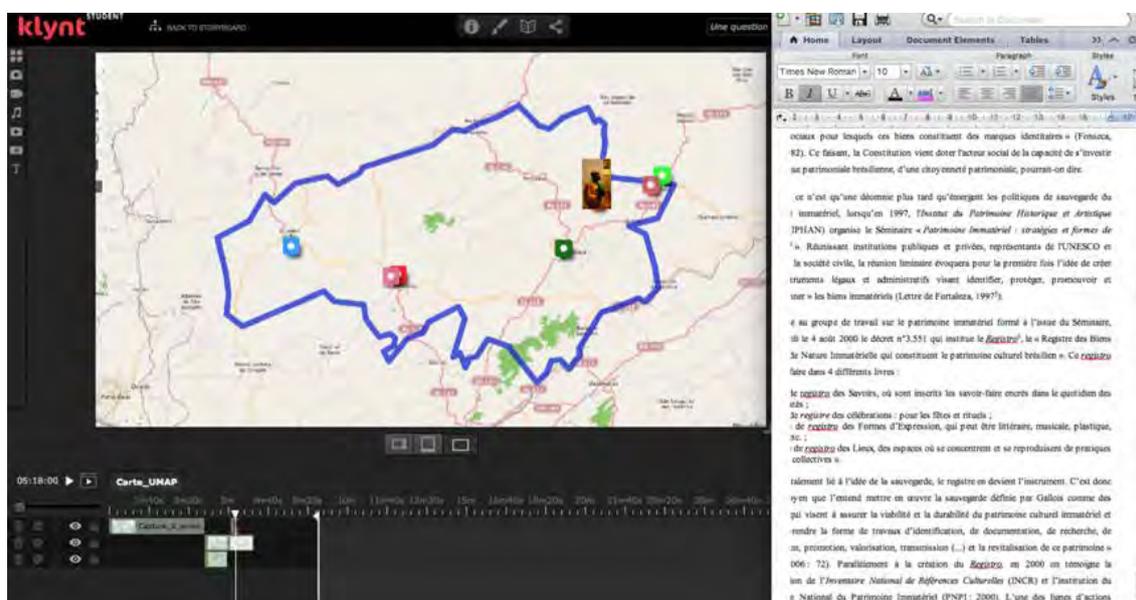


Imagem 7: Construção de uma escrita em contexto: o pesquisador localiza geograficamente um documento e anota suas descrições com a ajuda da ferramenta word, aberta em paralelo.

Fonte: Compilação da autora.

A próxima etapa do nosso trabalho representacional se sustenta sobre as funcionalidades das “sequências”. As “sequências” são espaços que autorizam a manipulação e associação de documentos heterogêneos. Favorecido por um editor de

documentos denominado “timeline”, as sequências são alimentadas pelo conjunto de documentos que já se encontram arquivados na “livraria de mídias”. Através desta ferramenta, o pesquisador pode construir com minúcia uma prática de “escritura-leitura”, associando os documentos da pesquisa. A “timeline” permite de fato uma montagem documentária.

A elaboração da representação documentária se torna evidente através das sequências-temas. A “timeline” acorda a construção de um diálogo, ou ainda da confluência entre diferentes discursos da pesquisa. A partir da “timeline”, pudemos fazer a experiência de associar ou de comparar documentos e discursos. Por exemplo, o discurso do ator local associado ao discurso de um ator institucional através de imagens e sons documentados. A “timeline” também nos autorizou a comparação de discursos de diferentes campos de pesquisas, como a de um ator institucional brasileiro com o discurso de um ator institucional francês.

Ao longo desta etapa de associação e dissociação, o conjunto documentário nos serve igualmente como ferramenta de comunicação para a análise dos atos de linguagem presentes nos discursos. Ou seja, se compreendemos o discurso como um “tudo integrado” (KERBRAT-ORECCHIONI, 2005), a produção documentária nos faz perceber a produção do discurso como um ato complexo de gestuais.

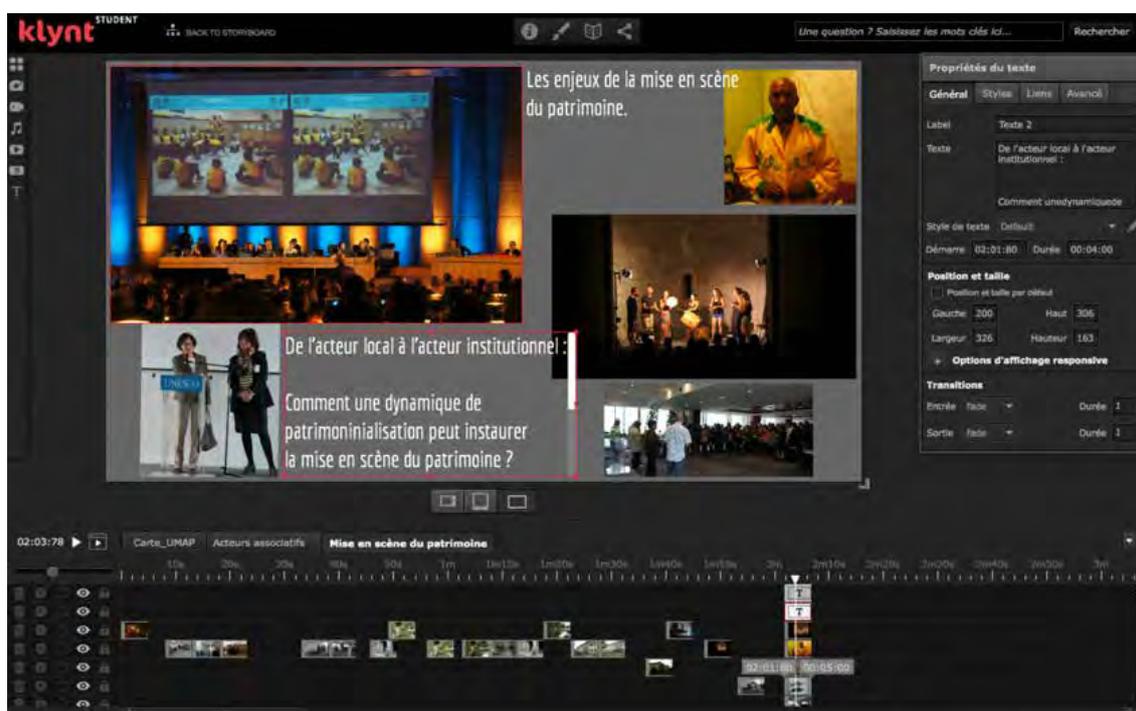


Imagem 8: Exemplo de uma elaboração representacional através das associações e confluências de documentos heterogêneos (foto, audiovisual, áudio, texto) dentro de uma sequência.

Fonte: Compilação da autora.

A manipulação do conjunto documentário permite ao pesquisador produzir uma dimensão semiótica do texto. Uma vez que as sequências autorizam uma requalificação de cada suporte documentário, o espaço de trabalho permite ligar a totalidade das sequências-temas entre elas. Estas associações podem ser consideradas

como uma prática de leitura-escritura a partir da qual o pesquisador organiza o seu pensamento e estrutura progressivamente o seu conhecimento. A associação entre as sequências pode ser realizada pela simples ação de traçar uma linha entre uma sequência e outra, o que gera uma relação entre essas sequências.

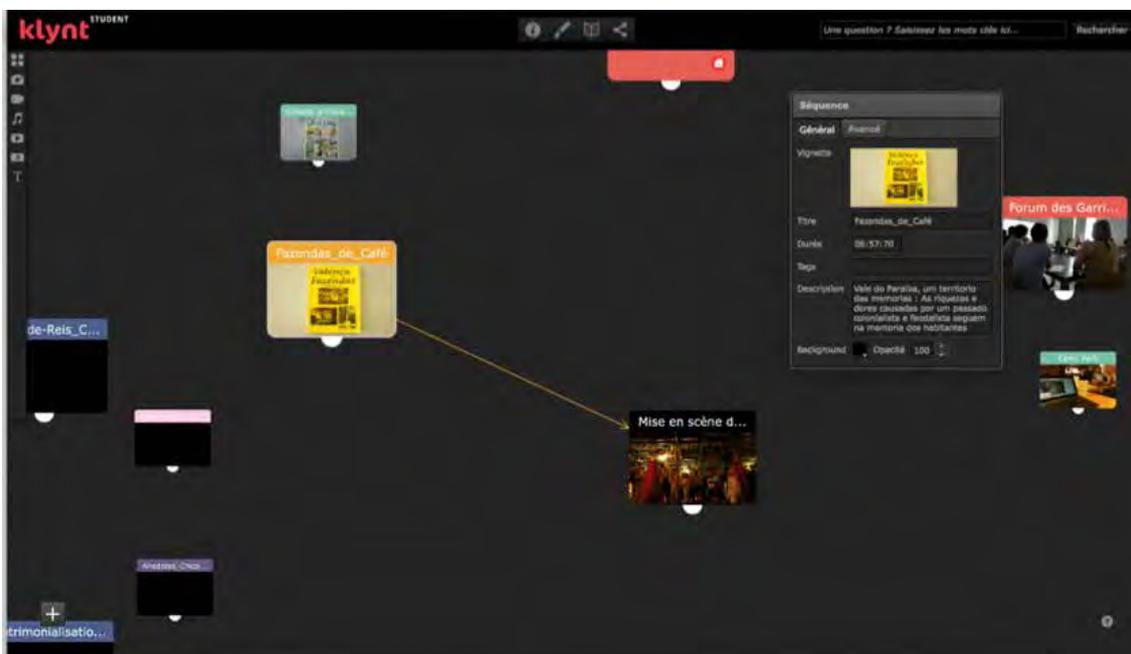


Imagem 9.1: Associação entre duas sequências.

Fonte: Compilação da autora.

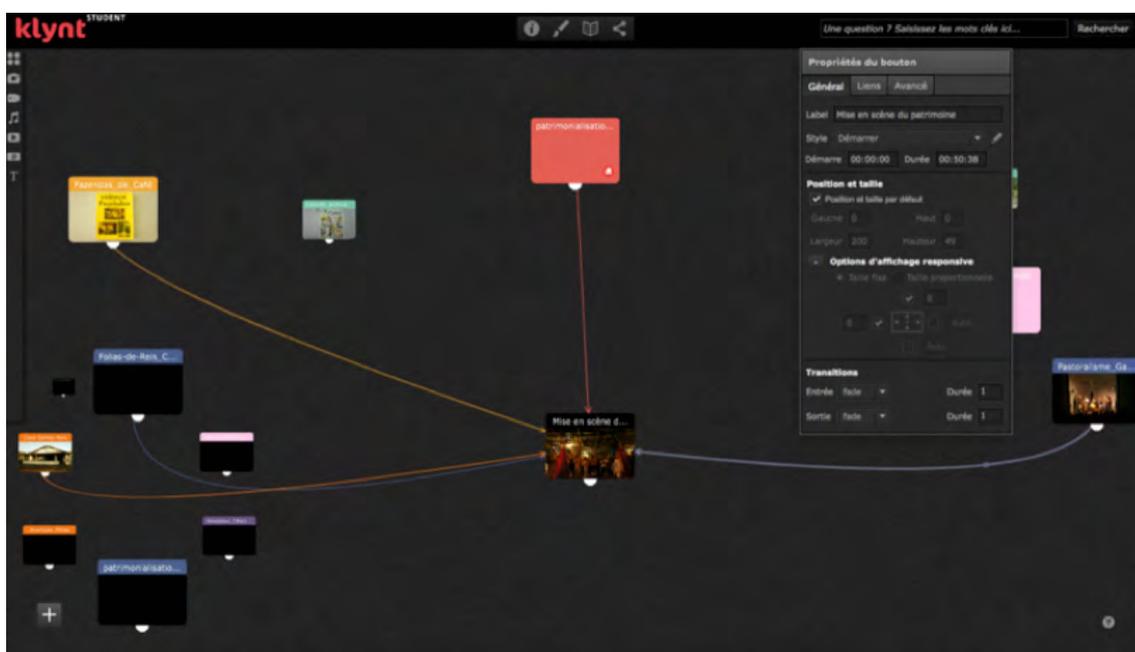


Imagem 9.2: Elaboração de várias associações entre as sequências, criando diferentes práticas de leituras. Dentro do processo de escrita, estas associações dão sentido à leitura para o pesquisador, que busca identificar as associações possíveis entre as sequências-temas em construção, ou seja as associações entre os distintos documentos que compõem o conjunto documentário.

Fonte: Compilação da autora.

6 COM O INTUITO DE CONCLUIR...

Através da manipulação do conjunto de documentos heterogêneos, torna-se possível uma multiplicidade de associações entre os atores patrimoniais da nossa pesquisa. Esses documentos são, em um primeiro lugar, as representações do real de cada ação patrimonial observada durante a pesquisa de campo. O dispositivo web documentário possibilita ao pesquisador a construção de uma escrita intermediária através da manipulação dos “traços” (BARTHES, 1980) do real. Em um esforço de associar e dissociar discursos com o objetivo de construir um sentido para a sua análise, o pesquisador revela uma “representação documentária” da sua pesquisa. Uma representação que vem expor a produção de conhecimento do pesquisador, revelando as experiências vividas, os atores encontrados, os discursos e ações analisadas.

Decidimos terminar este artigo com uma questão, propondo assim uma abertura à reflexão sobre as produções documentárias: ao longo deste artigo, expomos a utilização científica de uma ferramenta hipermediática web documentária como dispositivo metodológico que possibilita a produção de conhecimentos. Entretanto, gostaríamos de questionar sobre a pertinência da publicação do resultado desta produção, no nosso caso seria a publicação da “representação documentária” da pesquisa. O que seria mais cientificamente relevante, o processo ou o resultado?

REFERÊNCIAS

- ACHARD, Pierre. L'écriture intermédiaire. *Communications*, v.58, n. 1. Paris: Persée, p. 14956, 1994.
- AKRICH, Madeleine; CALLON, Michel; LATOUR, Bruno. *Sociologie de la traduction : textes fondateurs*. Collection Sciences sociales. Paris : Ecole des Mines de Paris, 2006.
- AUSTIN, John Langshaw; LANE, Gilles. *Quand dire, c'est faire: how to do things with words*. L'ordre philosophique. Paris: Éd. du Seuil, 1962.
- BARTHES, Roland. *La chambre claire : note sur la photographie*. Cahiers du cinéma Gallimard. Paris: Gallimard, 1980.
- BENVENISTE, Émile. *Problèmes de linguistique générale 2*. Paris: Gallimard, 1974.
- BOUTAUD, Jean-Jacques. *Sémiotique et communication: du signe au sens*. Collection Champs visuels. Paris: Harmattan, 1998.
- BRITO, Elaine. *L'usage scientifique de l'architexte webdocumentaire dans la production d'un "Rhizome patrimonial" – Un dispositif méthodologique de représentation documentaire de la recherche*. In CHAUDIRON, S.; TARDY, C.; JACQUEMIN, B. (Eds.). *Actes du 4e colloque scientifique international du Réseau MUSSI*, p. 93107. Villeneuve d'Ascq: Université de Lille, 2018a.
- BRITO, Elaine. *Le rhizome patrimonial: analyser un mouvement hétérogène d'acteurs et de sens*. Tese de doutorado. Avignon: Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse, 2018b.
- CALLON, Michel. *Sociologie de l'acteur réseau*. In AKRICH, M.; LATOUR, B. (Eds.). *Sociologie de la traduction : Textes fondateurs*, p. 26776. Paris: Presses des Mines, 2013.
- CATELLIN, Sylvie. *L'abduction: une pratique de la découverte scientifique et littéraire*. *Hermès, La Revue*, n. 39, p.17985, 2004.
- CLIFFORD, James. *Malaise dans la culture: l'ethnographie, la littérature et l'art au XXe siècle*. Paris: École nationale supérieure des Beaux-Arts, 1988.
- CONORD, Sylvaine. *Usages et fonctions de la photographie*. *Ethnologie française* 37, n. 1, p. 11–22, 2007.

DAVALLON, Jean. Le don du patrimoine: Une approche communicationnelle de la patrimonialisation. Paris: Lavoisier, 2006.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. Mille plateaux. Paris: Éditions de minuit, 1980.

DESPRÉS-LONNET, Marie. La construction documentaire d'un site culturel enfoui, Marie Després-Lonnet. In TARDY, C. (Org.). Les médiations documentaires des patrimoines, p. 69106. Nouvelles études anthropologiques. Paris: L'Harmattan, 2014.

ECKERT, Cornelia; ROCHA, Ana Luiza Carvalho da. Escrituras Hipermediáticas e as metamorfoses da escrita etnográfica no Banco de Imagens e Efeitos Visuais. Buenos Aires, 2004.

ECO, Umberto. Interprétation et surinterprétation. Paris: Presses Universitaires de France, 1996.

GANTIER, Samuel; BOLKA-TABARY, Laure. L'expérience immersive du web documentaire : études de cas et pistes de réflexion. Les cahiers du Journalisme, n. 22/23, p. 118-133, 2011.

GARFINKEL, Harold. Recherches en ethnométhodologie. Paris: PUF, 1967.

GAUDEZ, Florent. De l'abduction créative comme méthode sémio-anthropologique au service de la sociologie de la connaissance et des représentations. Sociedade e Estado, v.20, n. 1, p. 13-22, avril 2005.

GREIMAS, Algirdas Julien. Du sens II - Essais sémiotiques. Paris: Editions du Seuil, 1983.

GREIMAS, Algirdas Julien; COURTÉS Joseph. Sémiotique: dictionnaire raisonné de la théorie du langage. Langue, linguistique, communication. Paris: Hachette, 1979.

HARRIS, Roy. La sémiologie de l'écriture. CNRS langage. Paris: CNRS éditions, 1993.

KAUFMANN, Jean-Claude. L'entretien compréhensif. Édité par François de Singly. Paris, France: Nathan, 1996.

KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine. Le discours en interaction. Collection U Lettres - Linguistique. Paris: Colin, 2005.

LAPLANTINE, François. Penser en images. Arrêt sur images: photographie et anthropologie. Paris: Ethnologie française, v.37, n. 1, p.4756, 2007.

LATOURET, Bruno. Changer de société, refaire de la sociologie. Traduit par Nicolas Guilhot. Paris: La Découverte, 2006.

LE MAREC, Joëlle. Ce que le "terrain" fait aux concepts, HDR. Paris: Université Paris 7, 2002.

LE MAREC, Joëlle, et Igor Babou. De l'étude des usages à une théorie des composites: objets, relations et normes en bibliothèque. In SOUCHIER, E.; JEANNERET, Y.; LE MAREC, J. (Orgs.). Lire, écrire, récrire : objets, signes et pratiques des médias informatisés, p. 23399. Paris: Éditions de la Bibliothèque publique d'information, 2003.

MAUSS, Marcel. Manuel d'ethnographie. Paris: Payot, 1967.

PEIRCE, Charles Sanders. Écrits sur le signe. Paris: Éditions du Seuil, 1978.

SOUCHIER, Emmanuël; JEANNERET, Yves; LE MAREC, Joëlle. Lire, écrire, récrire: Objets, signes et pratiques des médias informatisés. Paris: Éditions de la Bibliothèque publique d'information, 2003.

TARDY, Cécile. Représentations documentaires de l'exposition. Cultures numériques. Paris: Hermann, 2012.

TARDY, Cécile; DODEBEI, Vera. Memória e novos patrimônios. A coleção do programa Saint-Hilaire. Brasil – França. Marselha: Open Edition press, 2015.

Luiz Carlos Pacheco Rodrigues Velho¹ Júlia Rabetti Giannella²

Visualização de coleção de imagens *Visualization of image collections*

RESUMO

A captura ou a elaboração de uma imagem pode ser realizada por diversas técnicas: fotografia, pintura, colagem, computação gráfica ou outra forma artística. No âmbito digital, imagens caracterizam-se por serem matrizes numéricas em pixels que podem ser processadas computacionalmente para análise e, inclusive, síntese em novos objetos de mídia. Também no âmbito digital, a produção imagética multiplica-se e diversifica-se. Neste artigo, apresentamos dois conceitos que inauguram possibilidades para ressignificar a produção e a distribuição de imagens no contexto digital: coleção de imagens e visualização de mídia. Para ilustrar tais conceitos, discutimos duas investigações de natureza teórica-prática conduzidas entre 2016 e 2019 no Laboratório de Visão e Computação Gráfica (Visgraf) do Instituto de Matemática Pura e Aplicada (IMPA).

Palavras-chave: imagem digital; coleção de imagens; visualização; visualização de mídia.

ABSTRACT

The capture or elaboration of an image can be accomplished by several techniques: photography, painting, collage, computer graphics or other artistic form. In the digital realm, images are characterized by being numerical arrays in pixels that can be processed computationally for analysis and even synthesis in new media objects. Also in the digital field, the imagery production is abundant and diverse. In this article, we present two concepts that inaugurate possibilities to resignify the production and distribution of images in the digital context: image collection and media visualization. To illustrate these concepts, we discuss two theoretical and practical investigations conducted between 2016 and 2019 at the Vision and Graphics Laboratory (Visgraf) of the Institute of Pure and Applied Mathematics (IMPA).

Keywords: digital image; image collection; visualization; media visualization.

1 Doutor em Ciência da Computação na Universidade de Toronto e pós-doutorado em Matemática Aplicada no IMPA. Mestre em Animação por Computador no MIT Media Lab. Bacharel em Desenho Industrial na ESDI-UERJ, Professor e pesquisador titular do Instituto Nacional de Matemática Pura e Aplicada (IMPA) e líder do Laboratório VISGRAF que realiza pesquisas nas áreas de Visão, Computação Gráfica e Multimídia. E-mail: lvelho@impa.br

2 Doutoranda do Programa de Pós-Graduação da Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI-UERJ) na linha de pesquisa Design e Tecnologia e assistente de pesquisa no Laboratório de Visão e Computação Gráfica (VISGRAF) do Instituto de Matemática Pura e Aplicada (IMPA). E-mail: juliagiannella@gmail.com

I INTRODUÇÃO

Uma imagem é um artefato que pode ser analisado a partir de vários pontos de vista distintos. Do ponto de vista cognitivo, imagens são interpretadas pelos mecanismos da percepção visual humana. Do ponto de vista informacional, imagens traduzem uma representação bidimensional de objetos do mundo real ou de universos simbólicos. Do ponto de vista da mídia, imagens realizam concretamente essa representação, seja através de um dispositivo físico, tais como nas impressões fotográficas, pinturas, desenhos etc., seja por meio de um sistema tecnológico, como a televisão e o cinema. Do ponto de vista cultural, imagens carregam conteúdos simbólicos associados a tradições e experiências sociais.

De todo modo, imagens são objetos de informação, isto é, dados que existem no contexto de um sistema de comunicação. No contexto das imagens digitais, para que elas se tornem recursos disponíveis, recuperáveis e acessíveis, é necessário o desenvolvimento de processos para construção de representações. Um impulso na revolução das imagens digitais foi dado pela expansão da utilização dos computadores que auxiliam o tratamento de imagens a fim de realizar tarefas de processamento, análise e síntese em larga escala. Esses recursos resultam em novas aplicações de exploração visual nas quais a imagem assume um papel central em sistemas inteligentes e interativos.

Neste artigo, estamos interessados em investigar as potencialidades da visualização de coleções de imagens no contexto delineado acima.

2 COLEÇÕES DE IMAGENS

Para poder estudar melhor novas aplicações de visualização de imagens, precisamos de uma conceituação matemática para caracterizar grupos de imagens. Para isso, vamos introduzir o conceito de “Coleção de Imagens” (VELHO; CARVALHO, 2006).

Uma Coleção de Imagens é um conjunto de imagens $\{I^k\}$ com as seguintes propriedades:

- a. Partilham uma *Relação de Afinidade A*
- b. Estão mapeadas em um *Suporte Comum U*
- c. *Possuem um Modelo de Atributos subjacente M*

A Relação de Afinidade pode ser considerada a propriedade mais importante para caracterizar uma coleção de imagens. Ela constitui o elo de ligação compartilhado por todas as imagens do conjunto, e que será definido precisamente por meio do Modelo de Atributos. Nesse sentido, a afinidade entre as imagens traduz algum tipo de *coerência* que relaciona as imagens do conjunto umas com as outras. Essa coerência pode ser de natureza diversa, tal como coerência espacial (mesma posição); coerência temporal (mesmo intervalo de tempo); coerência temática (mesmo objeto) etc.

O mapeamento em um Suporte Comum é necessário para estabelecer uma correspondência entre os elementos de uma imagem com os seus equivalentes nas outras imagens - fato essencial para definir um Modelo de Atributos.

Finalmente, o Modelo de Atributos especifica quais aspectos serão explorados em aplicações da coleção de imagens. Matematicamente, ele define as estruturas comuns ao conjunto de imagens e as operações que podem ser realizadas sobre elas.

Intuitivamente, podemos considerar uma Coleção de Imagens como um novo tipo de objeto de mídia, de natureza intermediária entre uma única imagem individual e um vídeo. Com isso, pela instrumentalização de sistemas digitais informatizados podemos criar aplicações midiáticas inéditas, que só agora se tornam possíveis.

2.1 Análise e Mineração de Imagens

Para realizar qualquer trabalho computacional com imagens, precisamos de um modelo matemático que permita definir as propriedades de interesse e as formas de operar com elas (VELHO *et al.*, 2008).

Matematicamente, podemos considerar uma imagem como um objeto de mídia que consiste em uma tupla³ $I = \{U, F\}$, onde:

- **U** é o Suporte Geométrico da imagem **I**. Em geral, um subconjunto retangular do plano (como numa fotografia ou tela de projeção), mas que pode também ser uma outra superfície bidimensional (como a calota esférica da retina do olho humano);
- **F** é a Função de Atributos da imagem **I** que define sobre o suporte **U** o conteúdo de dados associado com a imagem.

Em geral, **F** se refere a atributos visuais da imagem, tais como informações visuais de baixo nível (cor, brilho etc.), mas pode também especificar informações de mais alto nível, como geometria (profundidade), características estruturais, arestas, ou mesmo informações semânticas como a identificação de pessoas ou objetos. Os atributos de baixo nível, em geral, são produzidos por sensores (câmeras) ou processos de síntese de imagem. Já os atributos de alto nível são gerados por operações mais sofisticadas de análise de imagem ou são resultado de anotações, tais como metadados.

A função **F** têm como seu domínio o suporte geométrico **U** e como seu contra-domínio um espaço de atributos **A** (cor etc.). Ou seja, $F : U \Rightarrow A$. Nesse sentido, podemos nos referir a ela como função imagem: $c = F(u,v)$, que especifica para cada ponto com coordenada (u,v) do domínio um valor de atributo **c** (por exemplo, uma cor $c = [R,G,B]$ com componentes espectrais nas faixas do vermelho, verde e azul). Note que neste modelo matemático de imagem, o suporte geométrico **U** é trivial, enquanto a função de atributos **F** é complexa, pois carrega todo o conteúdo informacional da imagem.

Na definição acima, consideramos um *modelo contínuo* de imagem, isto é, **F** toma valores em qualquer ponto (u,v) do domínio. Para fins computacionais, precisamos de um *modelo discreto* de imagem, ou seja, uma *imagem digital*. Nesse modelo, temos que discretizar tanto o domínio quanto o contra-domínio de **F**, de modo que a função toma valores apenas em pontos amostrais (i,j) de uma grade regular,

³ Na matemática, uma tupla é uma sequência finita (também chamada de "lista ordenada") de objetos.

também chamados de *pixels*⁴. Assim, uma imagem digital é representada por uma matriz bidimensional de pixels contendo os valores de atributos $A(i,j)$.

O modelo matemático de imagem permite a realização de operações de natureza diversa com imagens. As operações de *processamento de imagem* transformam uma imagem em outra, enquanto as operações de *análise de imagem* fazem inferências sobre uma imagem para extrair informações estruturais, tais como reconhecimento de padrões.

Recentemente, as áreas de processamento e de análise de imagens tiveram um grande avanço com o desenvolvimento da Visão Computacional e a adoção de técnicas de aprendizado de máquina utilizando redes neurais profundas (*deep learning*). Essencialmente, o *deep learning* consiste na criação de sistemas de processamento e análise de imagens por meio de métodos estatísticos, usando grandes bancos de dados com imagens. Esse mecanismo tem duas etapas: o *treinamento* e a *inferência*, sendo que na primeira etapa os dados são escrutinados para “aprender” uma função inteligente, a qual pode, na segunda etapa, ser aplicada a novas imagens com finalidades diversas.

Na seção de estudos de caso reportada neste artigo, vamos empregar várias técnicas desse repertório de operações com imagens na mineração de imagens em grandes bancos de dados midiáticos para o desenvolvimento de aplicações de visualização de coleção de imagens.

3 VISUALIZAÇÃO E SISTEMAS DE MÍDIA

Atualmente, temos acesso a uma quantidade sem precedentes de mídia - mais do que podemos investigar, ou simplesmente assistir, ou mesmo consultar. Diversos fatores colaboram para tal panorama: o movimento de digitalização de mídias liderado por instituições culturais, museus, bibliotecas etc. preocupadas com a preservação e disseminação de seus acervos; a popularização de câmeras em dispositivos móveis; e a emergência de conteúdo gerado pelos usuários em sites e redes sociais (Facebook, Flickr, Twitter, Instagram, Youtube etc.). A constituição desse *big image data* inaugura um leque de oportunidades e desafios para as disciplinas interessadas na cultura visual. Mas como tirar vantagem desta nova escala de produção midiática? O laboratório Visgraf busca responder a essa e a outras questões por meio da investigação e do desenvolvimento de soluções para visualização de coleção de imagens em diferentes sistemas de mídia.

3.1 Visualização de mídia

Tradicionalmente, a visualização de informação corresponde ao processo de tradução de um determinado fenômeno em números e a subsequente visualização das relações entre esses números. Neste processo, as relações são visualmente implementadas em um suporte geralmente plano, com base em dois princípios. O primeiro princípio é o uso de gráficos primitivos como pontos, linhas e áreas para representar as unidades informativas. O segundo princípio é o uso de variáveis visu-

4 Do inglês *Picture Elements*.

ais (cor, forma, valor, tamanho etc.) para representar semelhanças e diferenças nos dados e revelar padrões. No entanto, como proceder com visualizações cujos dados de *input* são imagens? Lev Manovich, pesquisador na área de novas mídias, mídias digitais, design e estudos do *software* oferece uma perspectiva para refletir sobre tal problema. Em oposição à visualização de informação tradicional, o autor inaugura o conceito de *visualização de mídia*, método que envolve a tradução de um conjunto de imagens em um novo objeto de mídia. Visualização de mídia pode ser formalmente definida como a “criação de novas representações visuais a partir de objetos visuais de uma coleção” (MANOVICH, 2011, p. 41, tradução nossa).

A capacidade de exibir milhares de imagens simultaneamente em um suporte comum permite a visualização da estrutura de uma coleção de imagens. Conceitualmente, visualizar o *todo* pode ser compreendido como a extensão de uma operação intelectual fundamental para análise de mídias: a comparação de um conjunto de imagens e identificação de padrões de coerência.

Atualmente, interfaces de aplicativos em computadores, notebooks, tablets, celulares e *web browsers* permitem a exibição simultânea de dezenas de imagens em formato de grade (*grid*). Essas grades de imagem podem ser organizadas de acordo com metadados conhecidos nas imagens (ano de produção, país, nome do criador, tamanho da imagem, datas de envio) ou atributos processados (cor etc.). Organizadores de imagens comumente usados em aplicativos e editores - incluindo Fotos (da Apple) (Fig.1), Instagram, Adobe Photoshop - disponibilizam esse leiaute de acesso como forma de visualização. Da mesma forma, serviços de pesquisa de imagens na *web* - como o Google Imagens e o Flickr - também recorrem à grade de imagens como interface padrão.

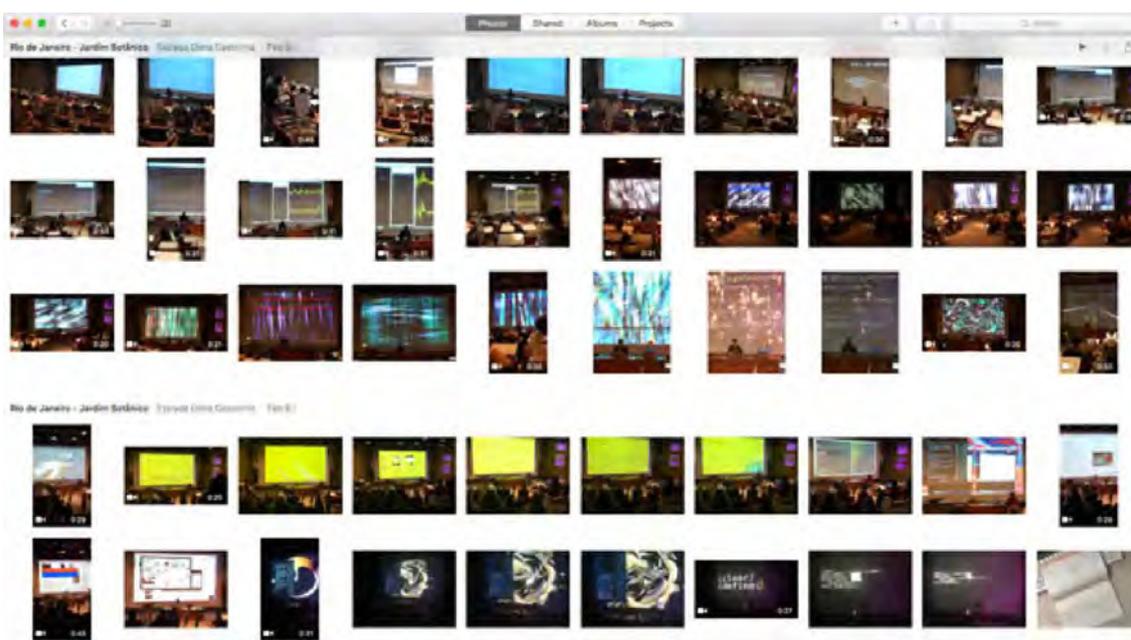


Figura 1 - A interface do aplicativo Fotos é um exemplo de visualização de mídia em grade.

Fonte: Captura de tela (2019).

O método de visualização de mídia explora o fato de que as imagens das coleções vêm, geralmente, acompanhadas de atributos mínimos que podem ser utilizados para definir o mapeamento das imagens na visualização em grades. Dentre as técnicas de visualização de mídia propostas por Manovich (2012a), o mosaico⁵ é uma extensão conceitual e técnica da grade de imagens. O desenvolvimento de mosaicos é baseado em três operações que podem ser implementadas separadamente ou combinadas, a saber:

- a. *Zoom out* - a visualização simultânea de todas as imagens da coleção em um suporte comum e que permite reconhecer a relação de coerência entre as imagens;
- b. Amostragem - recortes (temporais, espaciais ou semânticos) que representam a seleção de um subconjunto de imagens de uma coleção maior;
- c. Remapeamento - rearranjo das imagens em novas configurações.

A Figura 2 é um mosaico contendo 4535 imagens (miniaturas) de capa da revista Time publicadas entre 1923 e 2009. A organização temporal das capas é mapeada no mosaico da esquerda para direita, de cima para baixo. O visualizador do Flickr, no qual uma versão do mosaico é disponibilizado, permite realizar operações de *zoom out*. Nesse exemplo de mosaico não há amostragem, pois todas as capas da coleção original são visualizadas.

5 No original, em inglês, essa técnica de visualização de mídia é denominada *montage*.

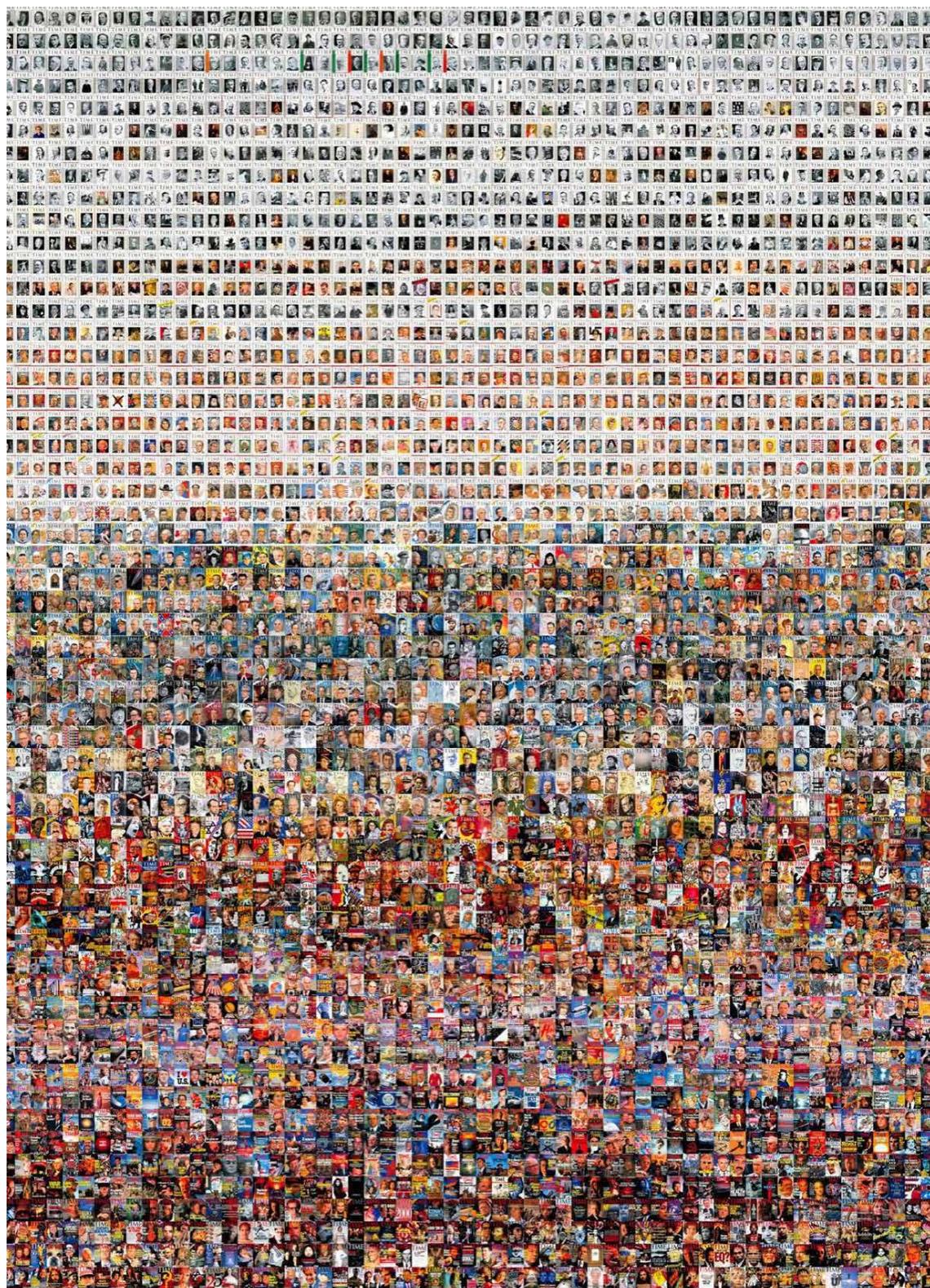


Figura 2 - Mosaico contendo 4535 miniaturas de capa da revista Time.

Fonte: Manovich (2012b).

A organização por data de publicação revela vários padrões históricos. A visualização em mosaico mostra a era da pré-impressão colorida na década de 1920, seguida de um período de experimentos iniciais em impressão colorida (com aplica-

ção de faixas de cor na margem esquerda da capa) e depois a mudança gradual das capas monocromáticas para as capas coloridas. Na década de 1930, a fotografia é a principal técnica de representação de imagens utilizada nas capas. Depois de 1940, a pintura prevalece por um determinado período. Finalmente, nas décadas mais recentes, a fotografia gradualmente volta ao domínio.

3.2 Sistemas de mídia

O que hoje chamamos de *novas mídias* pode ser entendido como um campo acadêmico e artístico dedicado à investigação e difusão de objetos culturais a partir do uso de computadores e tecnologias computacionais. Seu histórico pode ser reconstituído desde o fim da década de 1970, com a criação de relevantes conferências internacionais na área de Computação Gráfica, como o Siggraph, nos Estados Unidos, e o Ars Electronica, na Áustria (MANOVICH, 2005). Mas foi somente no fim da década de 1980 que o campo das novas mídias começou a amadurecer, com o surgimento de instituições dedicadas a sua pesquisa e produção. Na Europa, podemos citar o ZKM, em Karlsruhe (1989); New Media Institute, em Frankfurt (1990); e Inter-Society for the Electronic Arts (Isea), na Holanda (1990).

Mas o que são exatamente as novas mídias? E quais são as características que as definem como um sistema digital? As quase quatro décadas de existência do campo parecem não ser suficientes para responder precisamente a essas questões. O laboratório Visgraf, no entanto, busca refletir sobre essas questões por meio de projetos práticos orientados à pesquisa. Ao longo dos últimos 30 anos, o Visgraf conduziu trabalhos na área de novas mídias a partir da definição de aspectos que podem ser distribuídos em três pilares, a saber:

Aspectos tecnológicos: diz respeito ao conjunto de objetos que constitui a coleção. No caso, cada objeto é uma imagem. Diz respeito também aos atributos (metadados ou *features* visuais) de cada imagem que podem ser adicionadas manualmente ou extraídas computacionalmente;

Aspectos produtivos: diz respeito às decisões projetuais e metodológicas que podem ser orientadas tanto por um objetivo de pesquisa mais específico como por um estudo mais exploratório.

Aspectos distributivos: diz respeito às características do meio em que a interação com visualização de mídia acontecerá e aspectos de implementação do sistema de mídia.

4 ESTUDOS DE CASO

Nesta seção, apresentamos dois projetos conduzidos no laboratório Visgraf entre 2016 e 2019 e que investigam e desenvolvem aplicações para visualização de coleções de imagens.

4.1 Visualização das imagens da Rio-2016

Em 2016, o laboratório Visgraf iniciou o projeto OBSERVATÓRIO2016 (GIANNELLA; VELHO, 2016), que se caracteriza por ser uma plataforma *online* para monitoramento, organização e visualização do debate sobre as Olimpíadas Rio-2016 no Twitter. A plataforma coletou, entre 18 de abril e 25 de agosto de 2016, aproximadamente 1 milhão de *tweets*. De forma a dar visibilidade às diferentes opiniões sobre as Olimpíadas, estabelecemos sete procedimentos para coleta de dados do Twitter por meio de seu API público. Os dados são apresentados em oito visualizações interativas em um portal (Fig. 3).

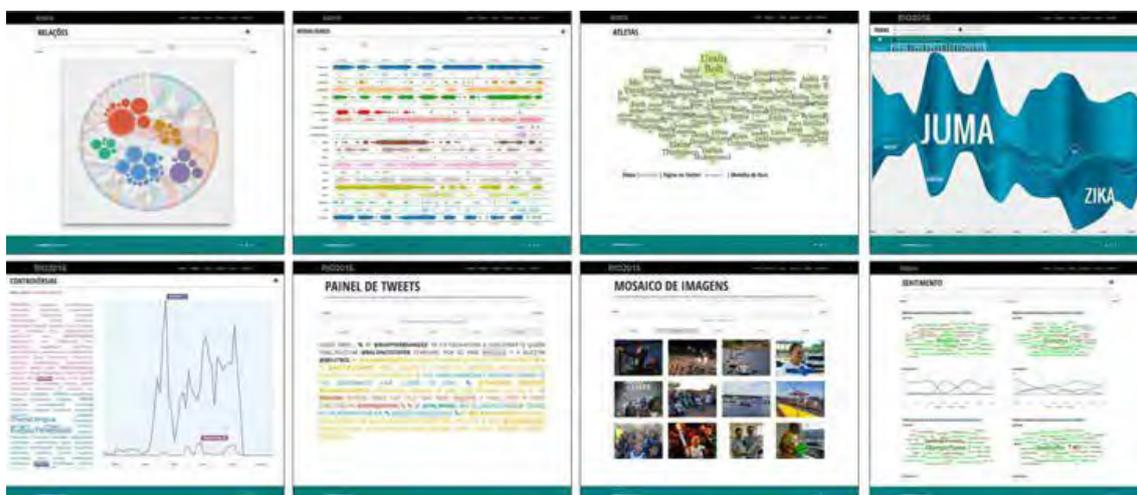


Figura 3 - Visualizações interativas do portal OBSERVATÓRIO2016. Fonte: Captura de tela (2016).

Aproximadamente 180.000 dos *tweets* coletados incluíram imagens únicas (fotografias, ilustrações, montagens etc.)⁶. A produção e circulação de grandes volumes de imagens digitais nas redes sociais desperta a atenção de pesquisadores interessados na prática criativa humana. A investigação de Lev Manovich em métodos digitais para estudar a manifestação da cultura visual é um trabalho pioneiro que busca valer-se de tal oportunidade. O desafio que se coloca, neste cenário, é entre a abundância de dados visuais e a não trivialidade de seu tratamento. Se, por um lado, o acesso ao vasto repertório imagético é facilitado pelos avanços em tecnologias de coleta e armazenamento de dados visuais, por outro lado, o acesso em si não é suficiente para propor problemas de análise e síntese de imagens. Volumosas coleções de artefatos visuais justificam a urgência de se explorarem mecanismos inteligentes capazes de identificar e agrupar imagens não apenas a partir de seus metadados textuais, mas principalmente a partir de metodologias de análise e pro-

6 As imagens podem ser consultadas por dia e categoria em <http://oo.impa.br/dimagens/>. As imagens também estão armazenadas em um banco de dados do Visgraf. Para acesso, através de um API Rest, entre em contato com lvelho@impa.br.

cessamento de dados visuais. O laboratório Visgraf desenvolve, entre outras atividades, pesquisa e projetos em visão computacional, área da computação que lida com maneiras de analisar e sintetizar imagens a partir do reconhecimento de formas, estilos e propriedades visuais em imagens e vídeos. Nesse sentido, o laboratório identificou a oportunidade de inaugurar uma nova fase de pesquisa para o projeto OBSERVATÓRIO2016, voltada para análise e visualização das imagens coletadas a partir técnicas computacionais.

4.1.1 Aspectos tecnológicos

A partir da identificação da oportunidade de pesquisa, o projeto original desdobrou-se em uma investigação exploratória que teve como objetivo inicial a familiarização com recursos avançados, oriundos da Inteligência Artificial, para análise e mineração de dados. Os resultados dessa segunda fase de pesquisa foram o *website* "OBSERVATÓRIO2016: Experiências em *Deep learning*" e um poster apresentado em conferência internacional (GIANNELLA;VELHO, 2017). Nesse trabalho, análise e síntese de imagens - dois problemas tradicionais do campo da visão computacional - são exploradas a partir de técnicas *deep learning*, uma técnica de implementação de aprendizagem por máquina (*machine learning*). As seguintes tarefas, respectivamente referentes à análise e síntese de imagens, foram realizadas:

- a. Classificação de imagens: no nosso trabalho, realizamos dois tipos de classificação:
 - **Tocha olímpica:** analisamos computacionalmente as imagens para classificar a probabilidade delas conterem o objeto tocha olímpica. Como resultado, identificamos 4094 imagens com mais de 83% de probabilidade de conter o objeto;
 - **Modalidades olímpicas:** analisamos computacionalmente as imagens para classificar a probabilidade de elas representarem determinadas modalidades olímpicas⁷. Assim como para tocha olímpica, estabelecemos o limiar de 83%.
- b. Geração automática de uma nova imagem e vídeos: no nosso trabalho, as imagens analisadas e classificadas dentro de um limiar satisfatório foram usadas para gerar novas mídias. Essas mídias representam novas maneiras de visualizar as imagens:
 - **Mosaico da tocha:** coleção de imagens do tour da tocha olímpica visualizada na forma de um mosaico interativo;
 - **Globo de vídeos:** *slideshows* musicais que agrupam imagens por modalidades olímpicas e atletas.

Durante as pré-Olimpíadas, tornou-se evidente que muitas das imagens coletadas por nossos *scripts* de consulta ao API do Twitter eram relacionadas ao reveza-

⁷ As modalidades olímpicas escolhidas foram, em ordem alfabética: atletismo, badminton, basquete, canoagem slalom, ciclismo, esgrima, futebol, ginástica, golfe, hipismo, hóquei sobre grama, judô, levantamento de peso, nado sincronizado, polo Aquático, tênis tiro com arco, vela e vôlei de praia.

mento da tocha olímpica e representavam este objeto icônico. Uma parcela dessas imagens veio acompanhada por palavras ou *tags* que remetem à tocha, mas outra parcela não faz nenhuma menção textual. Além disso, uma grande parcela de tweets que faz menção ao termo “tocha”, e a outros termos similares, vem acompanhada de imagens que nada tem a ver com a representação visual do objeto. Em outras palavras, a análise textual por si só não é suficiente para a seleção de um conjunto de imagens contendo a tocha.

Recorremos, então, à técnica de *deep learning* - mais especificamente à prática de treinamento supervisionado utilizando redes neurais convolucionais - para reconhecer visualmente a presença da tocha olímpica nas imagens do nosso banco de dados. O campo do reconhecimento de padrões visuais foi recentemente aprimorado pelo eficiente desempenho das chamadas Redes Neurais Convolucionais⁸ (CNN). Em 2012, o trabalho de Krizhevsky *et al.* (2012) no treinamento de uma rede neural convolucional profunda para classificar 1,2 milhão de imagens em 1000 diferentes classes durante o Concurso ImageNet LSVRC-2010 impactou substancialmente a comunidade de visão computacional.

Mais recentemente e em virtude dos esforços da Google, a tarefa de classificação de imagens tornou-se relativamente mais fácil de ser resolvida. Isso porque a empresa liberou, em 2015, o uso *opensource* da rede neural Inception-v3 - capaz de classificar imagens a partir de 1000 categorias fornecidas pela ImageNet - e da biblioteca de códigos TensorFlow - que auxilia o desenvolvimento de um sistema de classificação de imagens.

Além disso, a rede Inception-v3 pode ser retreinada para detectar uma nova classe de objetos, qualidade que é muitas vezes referida como transferência de aprendizagem e tem contribuído para disseminar, ainda mais, o potencial das CNNs no contexto da visão computacional. Dito isso, para retreinar a rede a fim de reconhecer a tocha olímpica nas imagens, precisamos, além de uma infraestrutura computacional adequada para otimizar o processo, de uma amostra de cem imagens da tocha olímpica manualmente rotuladas. Cabe aqui dizer que o sucesso de uma nova categoria de classificação depende dos exemplos de imagens fornecidos à máquina.

Após ser retreinada, a rede neural reconheceu a presença da tocha olímpica nas imagens do banco de dados segundo uma lógica de probabilidade. Até o dia 25 de junho de 2016 (quando decidimos criar o mosaico de visualização da tocha), cerca de 1500 imagens com mais de 85% de probabilidade de conter a tocha olímpica tinham sido classificadas pela rede. Usamos essas imagens para criar a visualização de mídia *mosaico da tocha*. Para a seleção das imagens das modalidades olímpicas, recorreremos ao mesmo procedimento (Fig. 4).

8 Do inglês, *Convolutional Neural Network*.

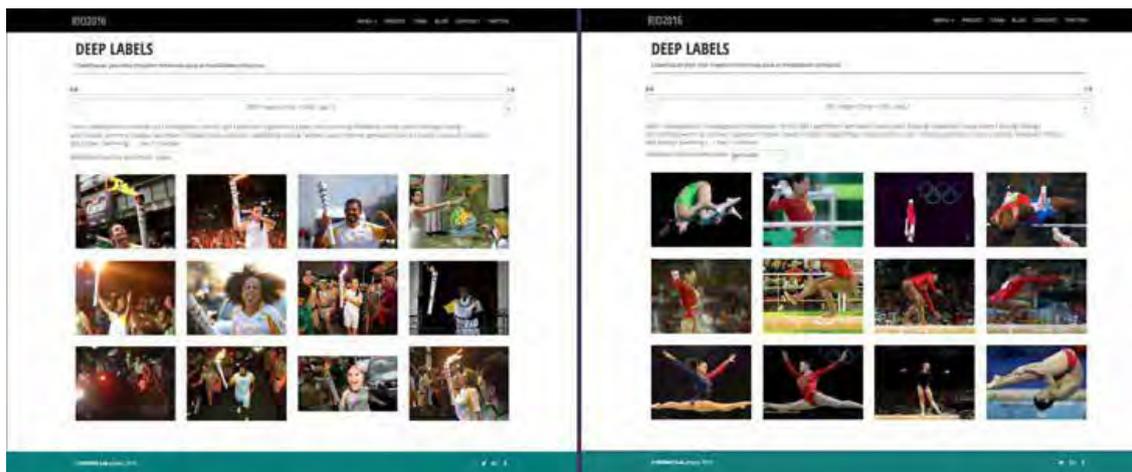


Figura 4 - À esquerda, imagens classificadas com mais de 83% de probabilidade de conter a tocha olímpica. À direita, imagens classificadas com mais de 83% de probabilidade de representar a modalidade Ginástica.

Fonte: Captura de tela (2016).

4.1.2 Aspectos produtivos

O sucesso da etapa de análise e mineração dos dados nos motivou a desenvolver duas visualizações de mídia: o *mosaico da tocha* e o *globo de vídeos*. Cada uma é resultado de uma diferente técnica de síntese de imagens.

Conceitualmente, o *mosaico da tocha* é produzido a partir das três operações (*zoom out*, amostragem e remapeamento) descritas previamente. O *zoom out* permite a visualização interativa das imagens em diferentes granularidades (da visão geral do todo até a visão detalhada de um item) e a amostragem se dá pelo recorte semântico (as imagens visualizadas são as que contêm a tocha olímpica). O remapeamento talvez seja a operação mais inusitada desta visualização de mídia. Ao invés de utilizar um parâmetro racional para o remapeamento das imagens (como a sequência temporal ilustrada na Figura 2), as miniaturas são remapeadas de modo que a imagem final (a visualização de mídia propriamente dita) sugira, de um ponto de observação afastado, a forma de outra imagem (um objeto, uma paisagem, um retrato etc.). A ideia central deste tipo de remapeamento deriva do trabalho de síntese de imagens de Finkelstein e Range (1998), em que dada uma determinada imagem (imagem alvo), outra imagem (mosaico) é automaticamente construída a partir de várias imagens menores (imagens em miniatura). Para sugerir visualmente a forma do mosaico, as imagens em miniatura são computacionalmente analisadas e organizadas para corresponder a uma imagem grande e, em seguida, suas cores são ajustadas para melhor sugerir a forma. A Figura 5, a seguir, ilustra esse tipo de remapeamento:



Figura 5 - À esquerda, a imagem alvo e, à direita, o mosaico. Fonte: elaborado pelo autor.

Já o desenvolvimento do *globo de vídeos* engloba a noção de remixagem das imagens em *slideshows* musicais. E para sintetizar cada um dos *slideshows* apresentados no *globo de vídeos*, recorreremos a recentes recursos automatizados da Apple para produção de filmes.

A versão do sistema operacional da Apple lançada em setembro de 2016 (iOS 10) trouxe uma forte presença de inteligência artificial em seus aplicativos nativos. O aplicativo Fotos, por exemplo, utiliza *deep learning* para reconhecer rostos, objetos e cenas nas fotografias e vídeos armazenados no álbum de fotos do usuário. No iOS 10, o aplicativo *Photos* oferece a funcionalidade “Memórias”, que gera automaticamente *slideshows* musicais com base no reconhecimento de pessoas, lugares, cenas e datas. Depois de pronto, o aplicativo permite personalizar algumas propriedades (duração, número de imagens etc.) de *slideshow* por meio de seu ambiente de autoria.

Para que *Photos* criasse automaticamente os *slideshows* musicais com as imagens da Rio-2016, importamos, progressivamente, amostras de imagens no aplicativo com base nas classificações previamente feitas pela rede neural (no caso, amostras temáticas referentes às modalidades esportivas). Na ocasião, escolhemos trabalhar com o aplicativo Fotos para iPad. A Figura 6 contém reproduções de telas do aplicativo Fotos.

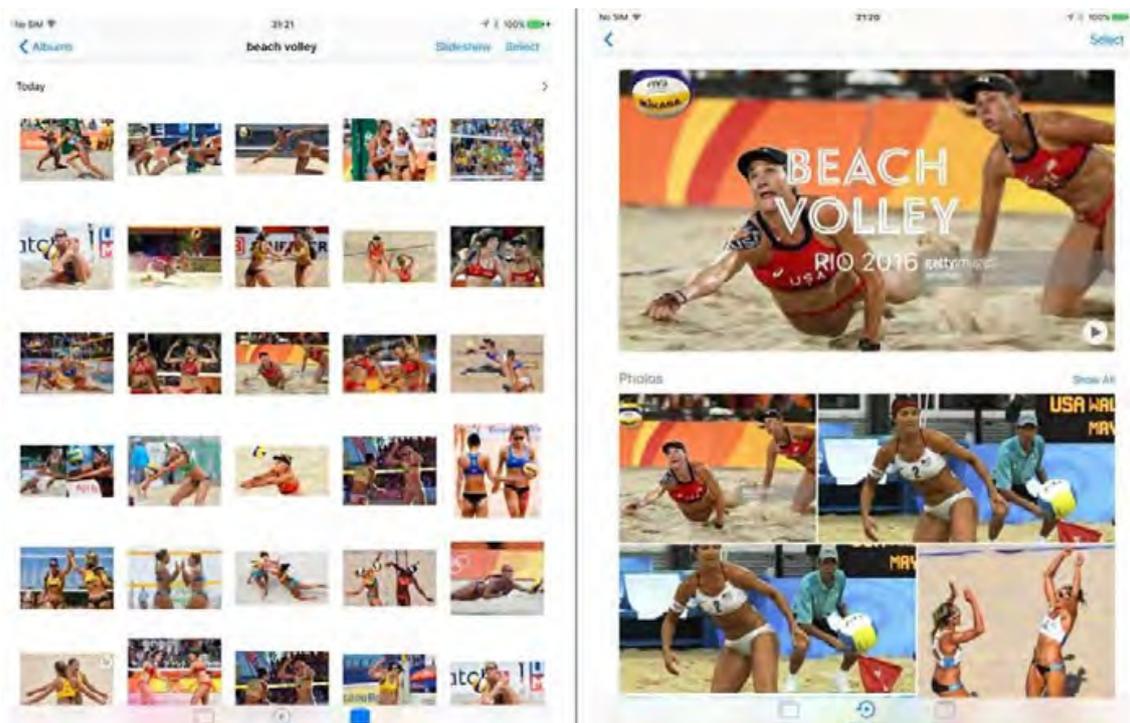


Figura 6 - Telas do aplicativo Fotos. A tela à esquerda apresenta parcialmente a coleção com todas as imagens (miniaturas) da categoria “vôlei de praia” importadas pelo aplicativo. A tela à direita mostra a aba “Memórias” com o *slideshow* criado pelo aplicativo, na parte superior, e algumas das imagens individuais, na parte inferior.

Fonte: Captura de tela (2017).

4.1.3 Aspectos distributivos

O meio de acesso às visualizações elaboradas para a coleção de imagens da Rio-2016 é uma aplicação *web* para desktops. Para implementar o *mosaico da tocha*⁹, usamos um visualizador *web* em código aberto chamado OpenSeadragon. Esse visualizador, escrito em linguagem JavaScript, possibilita um ambiente de imersão para imagens em alta resolução. Os elementos de interface padrão incluem recursos como *zoom in*, *zoom out*, ajustar ao tamanho de tela e alternar para tela cheia (Fig. 7).



Figura 7 - Recursos do OpenSeadragon. Fonte: captura de tela (2017).

9 O *mosaico da tocha* está disponível em: http://velho.impa.br/dl_rio2016/mosaico.html



Figura 8 - Quatro níveis de zoom do *Mosaico da tocha*. Fonte: captura de tela (2017).

Para implementar o *globo de vídeo*¹⁰, usamos uma interface web para visualização e navegação de vídeos em ambiente 3D chamada Goo Video Sphere. Criada em WebGL¹¹ e disponibilizada em código aberto pela Goo Engine, essa interface permite a incorporação de vídeos em stream em telas que preenchem uma esfera tridimensional (Fig. 9). Recursos como *zoom*, *pan* e clique podem ser usados para navegar pelo globo - podendo inclusive rotacioná-lo e entrar nele - e acessar os *slideshows* em tela cheia.



Figura 9 - *Globo de vídeos*. Fonte: captura de tela (2017).

10 O *globo de vídeos* está disponível em: http://lvelhoimpa.br/dl_rio2016/videos.php.

11 WebGL (*Web Graphics Library*) é uma API em JavaScript, disponível a partir do novo elemento canvas da HTML5, que oferece suporte para renderização de gráficos 2D e gráficos 3D.

4.2 Visualização do acervo fotográfico do Instituto Moreira Salles

Em junho de 2018, o Instituto de Matemática Pura e Aplicada (IMPA), através do Laboratório Visgraf, e o Instituto Moreira Salles (IMS), através da Coordenação de Fotografia, assinaram um acordo de cooperação (IMPA, 2018) com foco na investigação e no desenvolvimento de aplicações para difusão do acervo fotográfico do IMS. Acreditamos que tanto a experiência vivenciada quanto os resultados obtidos nesse processo vislumbram uma forma inédita de integração entre duas instituições destacadas em suas respectivas áreas de excelência – científica e cultural, com benefício mútuo no contexto das complexas transformações tecnológicas e sociais da atualidade.

O plano de trabalho centrou em três principais linhas de pesquisa e atuação:

- a. Georreferenciamento de fotografias urbanas: foco em imagens urbanas do Brasil dos séculos XIX e XX, que se destacam em quantidade e relevância no acervo fotográfico do IMS. Este eixo inclui os seguintes tópicos de interesse: exploração de tecnologias e metodologias para georreferenciar fotografias urbanas, tendo como referência a posição, precisa ou aproximada, de câmera; visualização e justaposição entre fotografias e modelos tridimensionais do espaço urbano; interface entre acervo fotográfico e plataformas de visualização cartográfica;
- b. Tecnologias e mídias para bancos de imagens: investigação de temas emergentes da Tecnologia de Informação para o acesso e a difusão de acervos fotográficos. Este eixo inclui os seguintes tópicos de interesse: visualização de dados semânticos estruturados no Wikidata; visualização de imagens fotográficas em multirresolução; identificação de protocolos abertos e bem documentados que permitam a comparação de imagens entre diferentes instituições;
- c. Operacionalização da plataforma Liquid Galaxy: Estudo da plataforma de visualização Liquid Galaxy (LG) e desenvolvimento de protótipos. Este eixo inclui os seguintes tópicos de interesse: colaboração com a empresa End Point¹², doadora do equipamento, para suporte e treinamento; operacionalização do LG nas instalações do IMS; elaboração de metodologias para publicação de conteúdo e construção de narrativas panorâmicas; e identificação de oportunidades para desenvolvimento de projetos.

Um dos resultados da cooperação de pesquisa foi o desenvolvimento de demos para a plataforma LG. Esses demos são formas de georreferenciar e visualizar o acervo fotográfico do IMS em interfaces panorâmicas, imersivas e dotadas de uma série recursos que serão comentados nas próximas seções.

4.2.1 Aspectos tecnológicos

No período em que acordo vigorou (julho de 2018 a janeiro de 2019), foram desenvolvidos dois demos para a plataforma LG: Centros Culturais do IMS e Obras Seleccionadas de Marc Ferrez no Rio de Janeiro. Enquanto o primeiro demo tem

12 End Point é uma empresa consultora de *software* com sede em Nova York.

como objetivo apresentar uma visão geral e histórica dos três centros culturais do instituto (Poço de Caldas, Rio de Janeiro e São Paulo), o segundo demo encarrega-se da visualização de itens de uma coleção fotográfica. No presente artigo, nos concentramos sobre o segundo demo.

O IMS é uma importante instituição na paisagem cultural brasileira. Possui importantes patrimônios em quatro áreas: fotografia, em mais larga escala, música, literatura e iconografia. O acervo fotográfico de cerca de 2 milhões de imagens é distribuído entre aproximadamente 52 coleções - muitas vezes a obra completa de seus fotógrafos -, representando, portanto, um expressivo conjunto da fotografia do século XIX e XX no Brasil.

Marc Ferrez é o mais importante fotógrafo do século XIX no acervo do IMS. Sua obra compreende uma coleção de aproximadamente sete mil fotografias. Nascido no Rio de Janeiro em 1843, descendente de uma família francesa, Ferrez é popularmente conhecido pelas fotografias de paisagens naturais e de cenas urbanas no cidade carioca. Seu trabalho documenta a transformação do Rio de Janeiro ao longo do tempo e representa algumas evidências de urbanização e desenvolvimento industrial.

A presença de marcos naturais e arquitetônicos conhecidos em suas fotografias (caracterizadas pelas vistas externas) (Fig. 10) torna possível estimar a posição da câmera para anotação de metadados geográficos.



Figura 10 - Panorama do Rio de Janeiro, vendo-se a Glória e o Catete em fotografia tirada de Santa Teresa, c. 1885. Marc Ferrez.

Fonte: Coleção Gilberto Ferrez / IMS (2018).

Para entender como a estimativa e a anotação dos metadados geográficos foram realizadas no nosso trabalho, é necessário, antes, descrever a plataforma LG. LG é uma plataforma de visualização de dados *multi-display* que permite uma experiência panorâmica imersiva por meio de apresentações interativas, usando recursos

como vídeos, fotos, gráficos 2D e 3D e arquivos específicos para anotação geográfica. Seu *hardware* padrão inclui sete telas HDTVs posicionadas lado a lado com um ângulo de quinze graus, resultando em um amplo *display* FoV com uma resolução de definição alta (7056 x 1080 pixels). O equipamento ainda inclui uma tela *touchscreen*, montada sobre um pódio, que serve à seleção de cenas dentro de uma apresentação e um controle, chamado de *SpaceNav 3-dimensional joystick*, que permite navegação em 6 eixos (Fig. 11). As aplicações do LG abrangem uma grande variedade de contextos de uso, da consultoria em sistemas de informação geográfica (GIS) ao mercado imobiliário, passando por instalações em museus, hotéis e escolas (LIQUID GALAXY, 2019). Nosso interesse investigativo está no LG como suporte panorâmico para consulta das coleções fotográficas, com particular atenção em como seus recursos podem ser explorados para visualização geoespacial e histórica¹³ do acervo.



Fig. 11 - *Hardware* do LG. Da esquerda para direita: tela multi-*display*, tela multitouch, controle de navegação. Fonte: GIANNELLA; VELHO, 2018.

A empresa End Point fornece um *Content Management System*¹⁴ (CMS), disponibilizado através de um navegador da *web*, para criação de conteúdo para as apresentações interativas. Esse CMS constitui-se como o principal ambiente de autoria para a plataforma LG à medida que é responsável por criar a estrutura narrativa da apresentação e organizar os diferentes recursos da apresentação. Ainda assim, alguns recursos precisam ser previamente preparados antes de serem importados no CMS. Arquivos contendo a anotação geográfica de objetos 2D (fotografias, por exemplo) são exemplos de recursos a serem desenvolvidos fora do ambiente do CMS.

Keyhole Markup Language (KML) é um formato de arquivo para anotação e exibição de dados geográficos em um navegador da Terra, como o Google Earth. O KML possui uma sintaxe baseada em *tags* com aninhamento de elementos e atributos e é baseado no padrão XML. No nosso trabalho, o desenvolvimento em KML foi realizado combinando a manipulação da interface gráfica do Google Earth (GE) e a escrita do código usando um *software* de edição. Essa combinação permite criar arquivos contendo instruções para justaposição de imagens no GE, isto é, a sobreposição de um fotografia bidimensional em um modelo tridimensional do espaço urbano. Em termos técnicos, essa fotografia é referida como um elemento de <photoOverlay> na linguagem em KML.

13 O termo histórico está sendo usado no sentido de permitir uma comparação histórica entre a o local registrado na fotografia original e o mesmo local nos dias de hoje, representado pelo modelo 3D.

14 Sistema de gerenciamento de conteúdo.

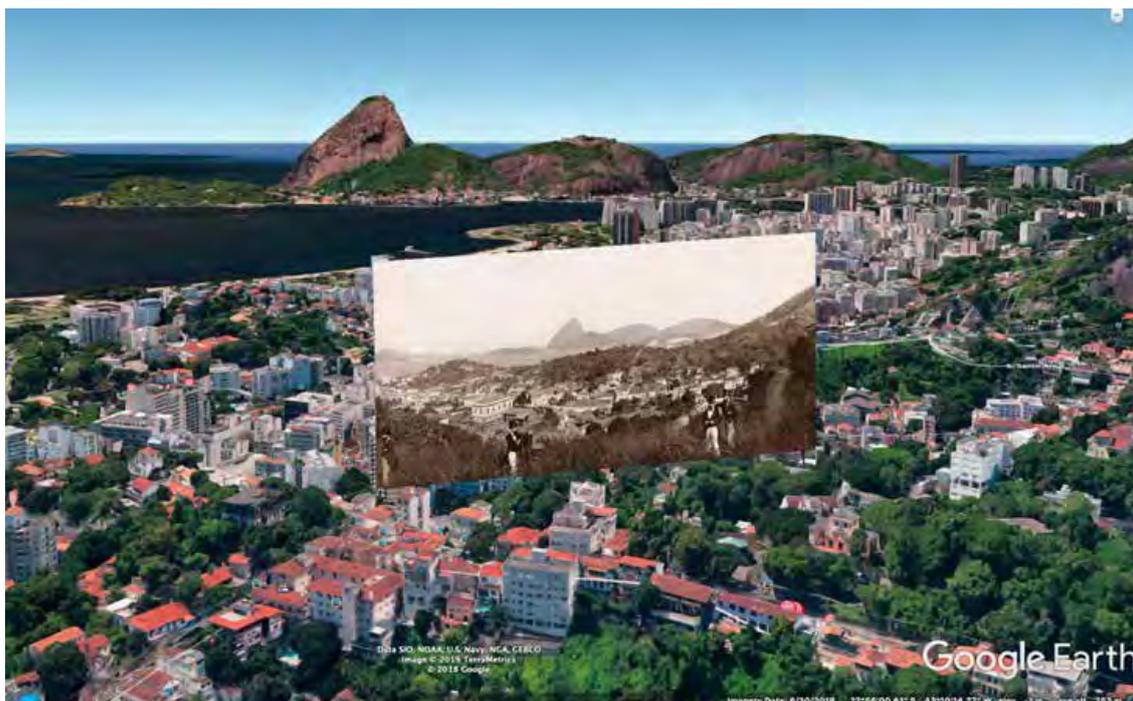


Figura 12 - Justaposição da fotografia bidimensional no modelo tridimensional do espaço urbano.
Fonte: captura de tela (2019).

4.2.2 Aspectos produtivos

Selecionamos dez fotografias de Marc Ferrez captadas no Rio de Janeiro que são passíveis de terem sua posição de câmera estimadas no GE. O princípio norteador do demo é que a apresentação permita comparar o Rio antigo com o Rio atual. Nosso critério para escolha das fotografias levou em consideração a distribuição espacial das imagens no terreno carioca. Escolhemos imagens que, em uma determinada vista aérea, não se sobrepusessem nem ficassem muito distante umas das outras.



Figura 13 - Distribuição das fotografias selecionadas no modelo 3D do espaço urbano.
Fonte: captura de tela (2019).

Usando o *software* GE para desktop, definimos os parâmetros¹⁵ de <Photo Overlay> a serem exportados para cada imagem como arquivos KML. Então, usando o CMS da LG, desenvolvemos uma apresentação para visualizar fotografias registradas por Marc Ferrez no século XIX sobrepostas à paisagem urbana atual, representada pelo modelo tridimensional do GE em segundo plano. A demonstração cumpre a tarefa de localizar espacialmente as fotografias de Ferrez e comparar uma mesma vista em diferentes períodos de tempo.

As funcionalidades do CMS do LG permitem diferentes estruturas narrativas com diferentes níveis de interatividade para as apresentações criadas. Um dos escopos do plano de trabalho instituído entre IMPA e IMS foi o estudo da plataforma LG e o mapeamento das diferentes formas de produzir conteúdo dentro do contexto de acervos museológicos. Em relatório técnico (GIANNELLA; VELHO, 2018), classificamos as estruturas narrativas em dois níveis que se desdobram em sub níveis, a saber:

1. Não-interativa
 - a. Linear com *looping*
2. Interativa
 - a. Linear
 - b. Não-linear
 - i. Dinâmica
 - ii. Exploratória

Para desenvolvimento do demo, optamos pela estrutura interativa não-linear dinâmica, que pode ser compreendida como uma estrutura em que a duração da apresentação, assim como a concatenação das cenas que a constituem, dependem da interação do usuário. Essa interação se dá dinamicamente de duas formas: por meio do controle de navegação 3D, que permite uma visualização interativa a partir das funcionalidades de *pan*, *zoom* e rotação, e por meio da tela *touchscreen*, que permite a seleção de cenas de modo não sequencial. As figuras a seguir ilustram, respectivamente, a cena inicial do demo e uma cena secundária.

15 Mais especificamente parâmetros de coordenada geográfica, altitude e ângulo de câmera.

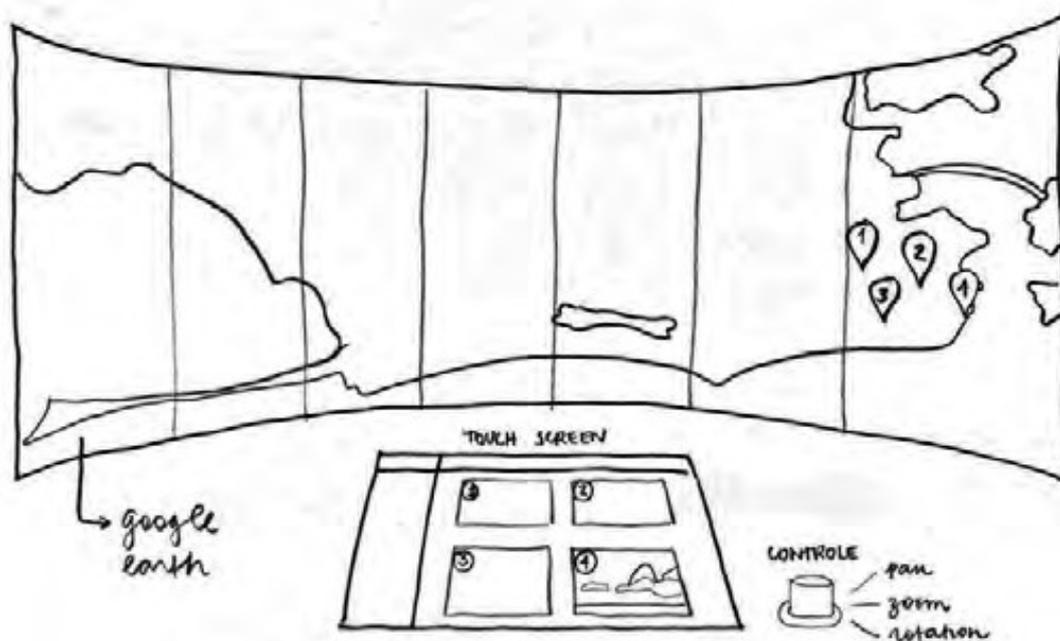


Figura 14 - Ilustração conceitual do demo: a cena inicial da apresentação é uma visualização ortogonal do modelo tridimensional do Rio de Janeiro no qual elementos visuais (no caso ícones) são georreferenciados no local aproximado de onde as fotografias correspondentes foram capturadas.
Fonte: elaborado pelo autor.

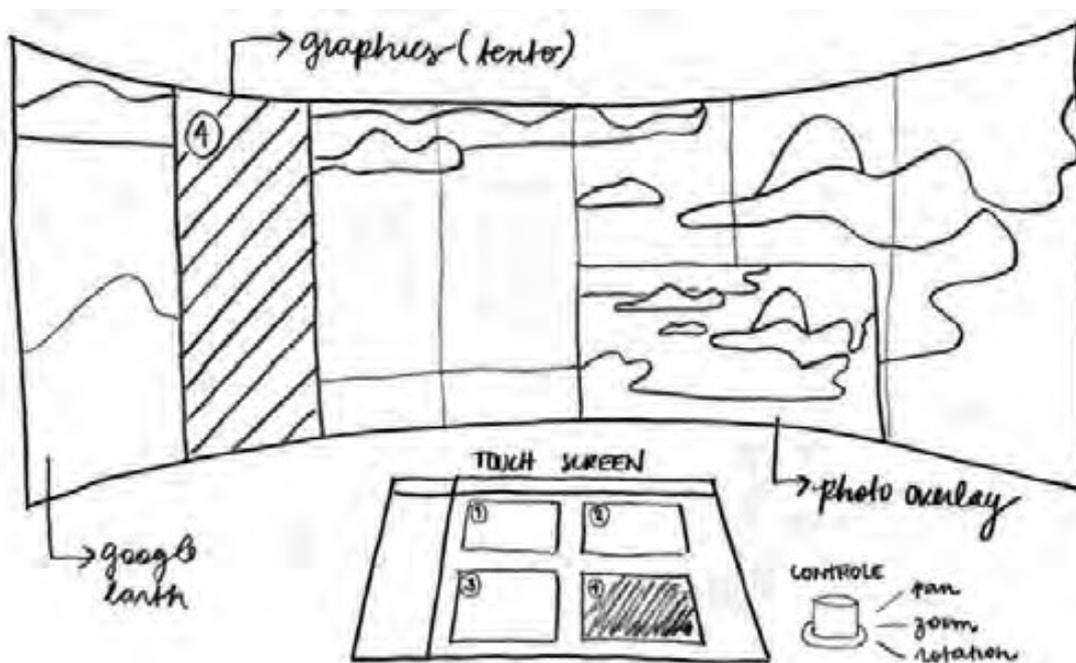


Figura 15 - Ilustração conceitual do demo: cena secundária Ao interagir com a tela *touchscreen* e/ou com o controle de navegação, o usuário imerge para uma cena de visualização oblíqua do modelo tridimensional do Rio de Janeiro. Nessa cena, o usuário vê a fotografia selecionada de Marc Ferrez (*photo overlay*) de um ponto de vista em que pode comparar a foto original com a vista atual da cidade (Google Earth). O recurso *graphics* é utilizado para oferecer informação complementar.
Fonte: elaborado pelo autor.

4.2.3 Aspectos distributivos

Uma vez finalizada, a apresentação é disponibilizada para acesso via tela *multitouch* da plataforma LG. A tela mostra uma grade de cenas em miniatura (Fig. 16), cada uma correspondente a uma fotografia de Ferrez registrada em um lugar diferente do Rio de Janeiro. A tela *multi-display* (Fig. 17), por sua vez, apresenta a visualização das fotografias justapostas no modelo 3D do GE e outros elementos gráficos, como infoboxes e uma versão da fotografia em maior resolução¹⁶. O usuário pode selecionar as cenas na ordem que preferir e também pode navegar pelo espaço urbano usando o controle joystick. Nesse demo, os usuários são convidados a usar o controle para tentar posicionar seu ponto de observação no mesmo ângulo de visão no qual a fotografia foi registrada, comparando, dessa forma, a vista atual da cidade com a vista passada capturada pelo fotógrafo. Um vídeo da demonstração pode ser visto em <<https://youtu.be/yZpTpdq-j14>>.



Figura 16 - Tela *multitouch*. Fonte: acervo pessoal.

16 A necessidade de inserir uma nova versão da fotografia surgiu de uma limitação do elemento <*photo overlay*>, que reduz a resolução da imagem.



Figura 17 - A tela *multi-display* do LG apresenta uma fotografia de Ferrez justaposta ao modelo 3D do GE. Fonte: acervo pessoal.

REFERÊNCIAS

- FINDELSTEIN, A.; RANGE, M. Image Mosaics. In: 7th International Conference on Electronic Publishing, 1998. London, UK. Proceedings [...]. London, UK, 1998. Disponível em: <<http://dl.acm.org/citation.cfm?id=647506.725891>>. Acesso em: 10 jun. 2019
- GIANNELLA, J. R.; VELHO, L. Liquid Galaxy: a multi-display platform for panoramic geographic-based presentations. Technical Report. VISGRAF Lab. IMPA, 2018.
- GIANNELLA, J. R.; VELHO, L. Observatório2016. In: Digital Humanities, 2017, Montreal. Proceedings [...]. Montreal: McGill University, 2017. Disponível em: <<https://dh2017.adho.org/abstracts/558/558.pdf>>. Acesso em: 17 jun. 2018.
- GIANNELLA, J. R.; VELHO, L. Observatório2016 - Technical Report. IMPA, dez. 2016. Disponível em: <https://www.visgrafimpa.br/Data/RefBib/PS_PDF/tr-08-2016/tr-08-2016.pdf>. Acesso em: 27 jan. 2018
- IMPA. IMPA e IMS firmam parceria com foco em acervo fotográfico. 2018. Disponível em: <<https://impa.br/noticias/impa-e-ims-firmam-parceria-com-foco-em-acervo-fotografico/>>. Acesso em: 10 jun. 2019
- KRIZHEVSKY, A.; SUTSKEVER, I.; HINTON, G. E. Imagenet classification with deep convolutional neural networks. In: 25th International Conference on neural information Processing Systems. Proceedings [...]. Lake Tahoe, Nevada, 2012.
- LIQUID GALAXY. Disponível em <<https://liquidgalaxy.endpoint.com/>>. 2019
- MANOVICH, L. Novas Mídias como Tecnologia e Ideia: dez definições. In: LEÃO, L. (Ed.). O Chip e o Caleidoscópio: Reflexões sobre as novas mídias. São Paulo: Senac, 2005.
- MANOVICH, L. What is visualisation? Visual Studies, v. 26, n. 1, p. 36-49, 15 mar. 2011.
- MANOVICH, L.; GATES, K. Media visualization: Visual techniques for exploring large media collections. In: Media Studies Futures. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2012a.
- MANOVICH, L. Media visualization: Visual techniques for exploring large media collections. In: GATES, K. (Ed.). Media Studies Futures. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2012.
- MANOVICH, L. Visualizing image and video collections: Examples, 2012b. Disponível em: <<https://www.slideshare.net/formalist/visualizing-image-and-video-collections-examples>>. Acesso em: jun. 2019

VELHO, L.; CARVALHO, P. Analysis and Synthesis from Image Collections, 2006. IMPA Summer Short Course. Disponível em: <<http://lvelho.impa.br/icol06/>>. Acesso em: jun. 2019

VELHO, L. ; FRERY, A.; GOMES, J. Image Processing for Computer Graphics and Vision. New York: Springer-Verlag, 2008.

Elif Emel Firat¹
Robert Steven Laramée²

Inclusivity for visualization education:
a brief history, investigation, and guidelines

*Inclusão para educação em visualização:
breve história, investigação e diretrizes*

ABSTRACT

Diversity and inclusion are currently very trendy themes in higher education in science, mainstream culture, and the visualization community. However, the study of diversity with respect to spatial cognition has a long and rich research history extending far beyond the birth of the visualization community. In this brief study, we present a short historical overview of research on the topic of gender diversity and spatial cognition that dates back to the 1940s. We follow this with a small investigation of gender bias in our own data visualization classroom for university students studying computer science. Finally, we round this overview up, with concise recommendations on how to make the visualization classroom more inclusive to support diversity. We believe this educational paper provides a convenient introduction and overview to the topic of diversity in the visualization classroom.

Keywords: diversity; inclusion; data visualization.

RESUMO

Diversidade e inclusão são temas muito atuais no ensino superior em ciências, cultura e visualização. No entanto, o estudo da diversidade em relação à cognição espacial tem uma longa e rica história de pesquisa que se estende muito além do nascimento da comunidade de visualização. Neste breve estudo, apresentamos uma pequena visão histórica das pesquisas sobre o tema diversidade de gênero e cognição espacial, que remontam à década de 1940. Seguimos com uma pequena investigação sobre o viés de gênero em nossa própria sala de visualização de dados para estudantes universitários que estudam ciência da computação. Por fim, fechamos essa visão geral, com recomendações concisas sobre como tornar a sala de aula de visualização mais inclusiva para apoiar a diversidade. Acreditamos que este é artigo educativo que fornece uma introdução e uma visão geral importantes quanto a diversidade na sala de aula de visualização.

Palavras-chave: diversidade; inclusão; visualização de dados.

1 PhD candidate in Information Visualization at Swansea University with a focus on Visualization for Education. Her interests are in the areas of information visualization, visualization literacy and use of visualization for pedagogical processes. E-mail: elifemelfirat@gmail.com

2 Associate Professor at the Swansea University in the Department of Computer Science. His research interests are in the areas of scientific visualization, information visualization, and visual analytics. He has published more than 150 peer-reviewed papers in scientific journals and conferences. E-mail: rlaramee@gmail.com

1 INTRODUCTION

Diversity and inclusion have become more and more important in several fields. The main goal of this study is to address the topic of diversity and inclusion in the visualization community. In particular, we aim to give an overview of studies on diversity concerning spatial cognition and improve issues related to this subject. To get a better understanding of the impact of possible bias in visualization education, we investigate gender bias in data visualization class and evaluate the computer science students' scores. Additionally, we provide recommendations on how to make the visualization classroom more inclusive, supporting diversity and inclusion.

The contributions of this paper are:

- A compilation of the historical study of gender bias in spatial cognition.
- The reporting of student scores from a data visualization class, focusing on gender bias.
- To provide a list of recommendations for visualization teachers, helping cater to a more diverse and inclusive classroom.

We start with a brief history of research on spatial cognition diversity with respect to gender. This is followed by a small investigation of evidence of gender bias in a data visualization course. This is followed by recommendations for inclusion in a visualization classroom.

2 A SHORT HISTORY OF DIVERSE COGNITION

The study of spatial cognition and perception with respect to gender has a long history dating back to the 1940s. Spatial ability is the capacity of imagining the shape of an object, its dimensions, co-ordinates, aspect ratio, movement, and geography. Picturing an object being rotated in space, turning around an obstacle and seeing things from a three-dimensional view can be included in the description of spatial ability (PEASE; PEASE, 2003).

1940s: In 1943, O'Connor uses a performance test called the "Wiggly Block" and discovers that almost 25% of females outperform the males' average spatial ability (O'CONNOR, 1943). The earliest research paper reference we found on the topic dates back to 1943.

1950s: Guilford designs seven tests including spatial visualization, spatial orientation, and perceptual speed to assess a diverse tendency factor or primary mental ability (GUILFORD, 1956). Results indicate that scores for females are significantly lower than scores of males in spatial visualization and spatial orientation. In contrast, females perform better than men in a perceptual speed test however the findings are not conclusive in that participants represent their gender.

1960s: In one study from the 1960s, 104 males and females are given the Identical Blocks Test, as a standard test of spatial visualization, developed by Stafford in 1961. Results suggest that a gender-linked recessive gene may affect spatial abilities. Also, test scores demonstrate that females' scores are significantly lower than males' (STAFFORD, 1961).

1970s: The right hemisphere plays a key role in spatial, holistic cognitive processing, and handles visual and tactile spatial processing skills. An experiment with 200 boys and girls between 6 and 13 years of age demonstrates that the right hemisphere of boys is powerful in processing non-linguistic spatial information by about age 6 (WITELSON, 1976). Conversely, the right hemisphere in girls is not spatially developed even by the age of 13. These outcomes indicate that boys have greater hemisphere specialization and there is a gender dimorphism in the neural organization related to spatial cognition. The outperformance of males to females on many spatial tests is related to neural dimorphism. Spatial ability is connected to gender chromosomes and testosterone. Genetic and hormonal agents are the factors of neural dimorphism for the two gender (WITELSON, 1976).

Research by Waber indicates that gender difference in adolescence has benefits for males with respect to spatial ability (WABER, 1977). He reveals that early maturers score lower on spatial ability tests than late maturers. Since puberty occurs earlier in females than in males, adolescent females are expected to have poorer performance on the spatial test.

1980s: Sander, Soares and Daqila indicate that male performance is higher on a task that required subjects to mentally rotate three-dimensional arrays of cubes (SANDERS; SOARES; DAQILA, 1982). Gilmartin and Patton (1984) test college students and undergraduates to study the student skills with cartographic illustrations conveying geographic information (GILMARTIN, 1984). The gender-based differences are observed in the younger age groups, where males outperform females and map use scores for females and boys are almost similar between college students. Research by Gilmartin investigates the effect of mental imagery on recall of spatial information and whether there is gender-based differences in ability to employ such a visualization technique (GILMARTIN, 1984). Subjects in three different groups are given maps with geographic text, illustrated with text and mental images of the text to read. Outcomes of the research indicate that gender has a significant impact on recall of spatial relationships where men score higher than women on reading the text with maps.

Dr Camilla Benbow, a psychology professor at Iowa State University, scanned the brains of more than a million males and females to examine their spatial ability and reports the distinction between genders are visible by the age of four. She finds that while females are successful at perceiving two dimensions in the brain, males have a better ability to perceive the third dimension (PEASE; PEASE, 2003).

Dr Benbow and Dr Stanley test a set of talented children and discover that males outperform females at spatial mathematics by 13 to 1 (BENBOW, 1983)

Males can build a block building from 2D plans faster and easier than females. Males can predict angles precisely.

Beatty and Tröster perform a survey of 1800 undergraduate students indicating that males could locate targets on a US map more accurately than females (BEATTY, 1987). A group of 202 male and female college students are tested by Chang and Andes (1987) to investigate gender differences when reading reference

and topographic maps (CHANG; ANTES, 1987). Results indicate that males outperform females in reading reference and topographic maps. The gender difference in mental rotation ability was, in 1989, the largest cognitive gender difference documented in the literature (HALPERN, 2000).

3 DIVERSE SPATIAL COGNITION IN POPULAR LITERATURE

We highlight some findings from a popular book on the subject of spatial cognition with respect to gender (PEASE; PEASE, 2003).

1990s: A perspective on gender differences in spatial ability is published by Goldstein (GOLDSTEIN, 1990). He supports that males outperform females on spatial ability tests. However, his study also indicates that females' spatial skills may be masked due to lower confidence in their ability. If the confidence level of females could be lifted through experiments, their performance on a timed test might be identical to that of males.

Males outscore females in spatial ability by a ratio of 4.1 on three-dimensional video tests. Spatial ability also enables a man to rotate a map in his mind and understand directions. The spatial field in his brain can store this information for future events. Research indicates that a man's brain can measure speed and distance to understand when to change direction (PEASE; PEASE, 2003).

Reading maps and understanding current location are related to spatial ability. Brain scans demonstrate a male's most powerful ability spatial ability is situated mainly in the right brain of men. Spatial ability is located in both women's left and right brain hemispheres. However, most women have limited spatial ability. Only 10% of them have spatial abilities as dynamic as men according to Pease and Pease (PEASE; PEASE, 2003).

The anatomy of Albert Einstein's brain was examined and compared to the preserved brains of 35 men and 56 women with average intelligence by Dr Sandra Witelson with other scientists at McMaster University (WITELSON; KIGAR; HARVEY, 1999). It was found that the spatial area of Einstein's brain, connected to his mathematical skills, is 15% larger on both sides than in the average men and women.

In males, the right-brain hemisphere improves faster than the left-brain hemisphere and develops more connections within itself and fewer connections with the left-brain hemisphere. In females, both sides of the brain improve at an equal speed which provides females with a more diverse range of skills. They also have more connections between left and right through a thicker corpus callosum which results in a tendency of females to be more ambidextrous than males. Many more women have difficulty identifying their left hand from their right.

Pease and Pease state,

Testosterone hormones inhibit the left-brain growth in boys as a trade-off for greater right-side development, giving them a better spatial ability for hunting. Studies of children between the ages of five and eighteen show that boys outstrip girls in their ability to move a beam of light to hit a target, reproduce a pattern by walking it out on the floor, assemble a range

of three-dimensional objects and solve problems requiring mathematical reasoning. All these skills are located mainly in the right brain of at least 80% of men and boys (PEASE; PEASE, 2003).

Dr D. Wechsler develops IQ tests to remove sexual bias against men or women during spatial tests. People from cultures of primitive races to developed city residents are examined. Findings indicate that although women have slightly smaller brains, women exceed men in intelligence being around 3% smarter than men. When participants are asked to solve maze puzzles, men outperform women, scoring 92% without factoring in culture (PEASE; PEASE, 2003).

The British Cartography Society declares that half of its members are female, and maps are designed and edited by women as well. British cartographer Alan Collinson states, *"Map design is a two-dimensional task in which women are equally as capable as men"*. Alan Collinson adds that most women face challenges when reading and navigating with the map because 3D perspective is required to navigate a route. Tourist maps have a 3D perspective. Thus trees, mountains, and other landmarks are featured on such maps which support women to perform better when reading the maps. His study also indicates that men have the ability to cognitively turn a 2D map into a 3D view in their mind, but most women don't seem to be able to do this (PEASE; PEASE, 2003).

Women develop spatial ability on both sides of their brain thus this may interfere with speech function. If a woman is given a street directory, she will stop talking before she turns the guide around. Whereas men will maintain speech. However, he will turn the radio off because he cannot manage to auditory processing while he is engaging his map reading abilities (PEASE; PEASE, 2003).

Practice and recurrence of a task increase the brain connections. As an example, brain mass of a retired person who has nothing to do decreases over time. Whereas active intellectual interests protect brain mass and even improve it (PEASE; PEASE, 2003).

4 DIVERSE SPATIAL COGNITION IN VISUALIZATION LITERATURE

The impact of cognitive abilities on the understanding of visual designs and what features of the visual designs influence users' understanding are considered unsolved problems. Velez, Silver, and Tremaine (2005) aim to study spatial ability in a varied subject group to examine subjects' perceptions of complex visualizations. Velez, Silver, and Tremaine (2005) contribute a basic visualization test experiment to assess comprehension and difficulty when visualizing spatial ability and report several outcomes from the experiment.

5 CHALLENGES IN VISUALIZATION UNDERSTANDING

Classic 2D visualizations feature 2D slices and 3D volumetric orthographic projections. Research indicates that projection and slice-based visualizations are not ideal for shape understanding and comprehension of 3D space layout

(REHM *et al.*, 1998; TORY, 2003). Therefore, combining 2D and 3D methods, cross sections or orthogonal projections unified with 3D position references are suggested.

Spatial ability is relative to skills involving the retrieval, retention and conversion of visual information from a spatial source (HALPERN, 2000). Researchers sub-divide the concept of spatial ability into more specific factors to help understanding. Six spatial factors are described by Kimura and can be identified by experimental assessment (KIMURA, 2000). These are: spatial orientation, spatial location memory, targeting, spatial visualization, disembedding and spatial perception.

6 VISUALIZATION COMPREHENSION

Rizzo *et al.* studies subjects that have difficulties with the Shepherd and Metzler mental rotation test (RIZZO *et al.*, 2001; SHEPERD; METZLER, 1971). Some users can develop their mental rotation ability through training in a VR environment. Gender differences in 3D virtual environment navigation is studied by Czerwinski (CHANG; ANTES, 1987; TAN; CZERWINSKI; ROBERTSON, 2003). Their results indicate that larger displays and a broad field of view enhanced female performance in navigation tasks and was comparable to male performance.

An experiment is designed to assess a person's ability to understand visual designs and define how this ability is related to spatial skills. Velez, Silver, and Tremaine describe an experimental method that focuses on fundamental visualization tasks by designing a simple visualization test that requires participants to form a mental picture of a 3D object based on its 2D projections (VELEZ; SILVER; TREMAINE, 2005). The test design is simple enough for inexperienced users and resembles standard spatial ability tests. The goal is to understand what makes a 3D visualization challenging based on the features of the objects and their visualization presentation.

A total of 56 students, half of them female, aged between 18 to 31, studying or graduated from US University, participate in the study. Each experimental session takes approximately two hours. In the first hour, participants are given five paper-based cognitive factor tests. After the paper tests, computer-based visualization tests are administered. Subjects are seated in front of desktop computers on which the orthogonal projection test is administered and are expected to answer 38 questions. Figure 1 provides two examples used in the visualization test.

Data from the experiment is analyzed based on gender for visualization ability for each of the spatial skill tests. The result indicates that males perform distinctly better on the visualization test than females. Velez, Silver, and Tremaine (2005) determine that geometric objects, the number of original and hidden surfaces, edges, and vertices relate to accuracy, and that low spatial ability participants are able to understand only basic geometrical objects such as cubes and cones (VELEZ; SILVER; TREMAINE, 2005).

Velez, Silver, and Tremaine (2005) summarize some results from the study.

- Spatial ability diversity in the population is quite large. They argue that they examine a large enough subject pool.
- Understanding a visualization is related to spatial ability. The level of spa-

tial skill can help to explore the reasons behind comprehension problem by comparing distinct comprehension mistakes. Spatial ability can also be used to classify the population so that visualizations can be customized for different spatial ability groups.

- Time is not related to visualization accuracy. Time to understand projections does not affect accuracy in a visualization test. Using time to assess the properties impact on understanding of visualization is not recommended.
- The number of geometric properties influences visualization accuracy and examination time. This result indicates that if an animation is aimed for the general population the speed of animations for complex objects presented can be a strong influence.

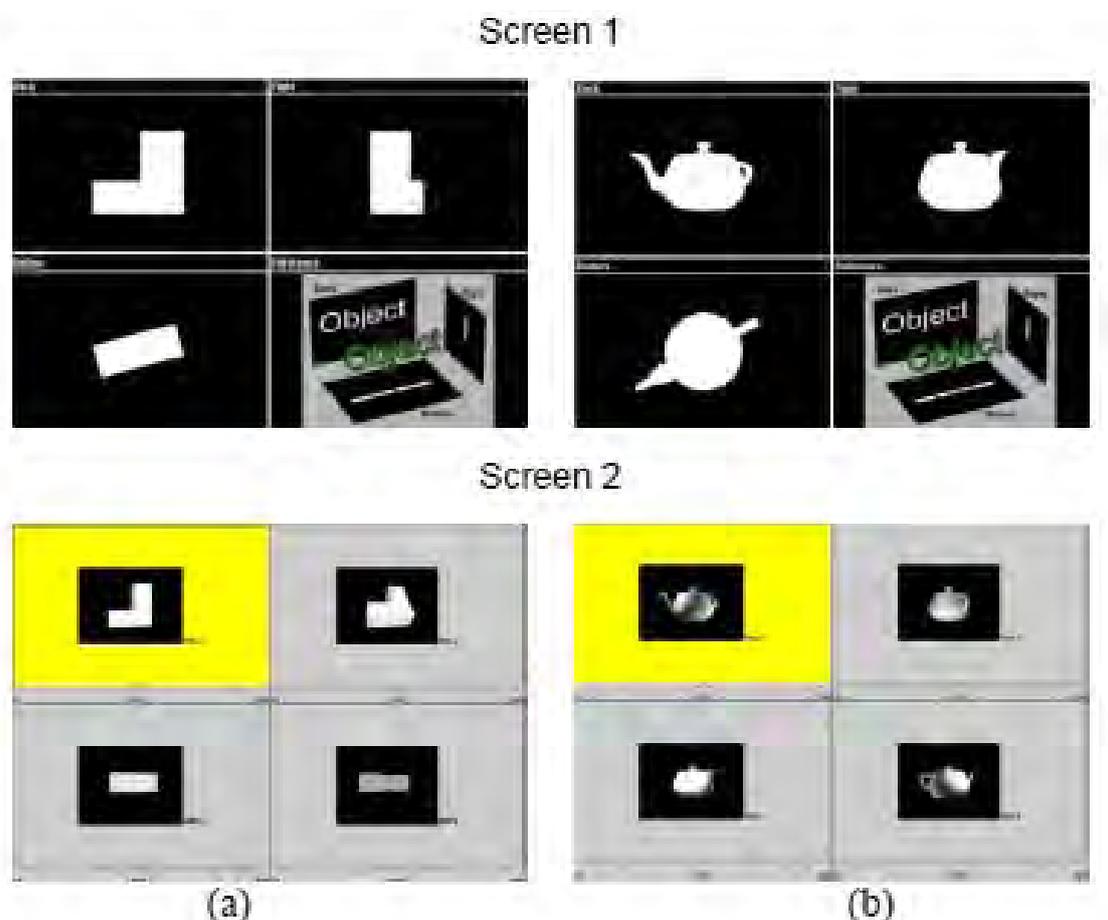


Figure 1. Two object examples used in a visualization test. The figures in Screen 1 show the orthogonal projections and Screen 2 shows four possible answers. The correct answer appears highlighted (VELEZ; SILVER; TREMAINE, 2005). Image courtesy of Velez, Silver, and Tremaine (VELEZ; SILVER; TREMAINE, 2005).

- The hidden geometric properties in the visual representation of objects influences the accuracy of the visualization. Hidden objects in the visualization make the image difficult to understand for a user with low spatial ability. Rotating the object will enhance understanding for a user.
- Small rotations are difficult to detect. To identify small changes of rotation with small angles when comparing two objects is a difficult task.

7 INVESTIGATING EVIDENCE OF GENDER BIAS IN A DATA VISUALIZATION CLASS

Surprised and interested in the gender-based diversity in spatial cognition research literature, we decided to look for evidence of gender bias in the data visualization module at Swansea University, Wales. The Data Visualization module has been taught to third-year undergraduate and master level students since 2006. The course includes two lecture hours and a one-hour lab session each week during the semester. Many students enrolled in this course are from overseas countries, and most of the class consists of male students, about 85% of the class, as do all computer science classes at Swansea University.

The assessment consists of one exam at the end of the semester, and two assignments, one of which is focused on information visualization and the other on scientific visualization. Students are provided with a data set and asked to create and explain at least five unique visual designs using existing data visualization tools for the first assignment. For the next assignment, students must modify source code given by the lecturer and use this code to produce volume visualizations with the help of existing volume renderers and describe how they obtain the visual representations. In addition to the programming aspect, they also use a volume data set provided to them to use volume visualization software such as ParaView and Inviwo (INVIWO, 2018; PARAVIEW, 2018). Both assignments are marked by focusing on students' visual designs and the description of each image.

We aim to investigate for evidence of gender bias and its impact on students in our class by comparing scores for both genders. We produce six histograms for this investigation. Three histograms consist of the 2018 exam and coursework assessment results. The other three histograms represent five years' worth of exam and assignment assessment results from 2013-2017.

2018 Exam Results

We classify students according to gender. The histogram for 2018 exam results (See Figure 2) displays the minimum and maximum exam scores as 0 and 86 respectively. Only seven students, one of them female, score higher than 80 (In the UK, scores above 70 are considered excellent.).

Exam, 2018

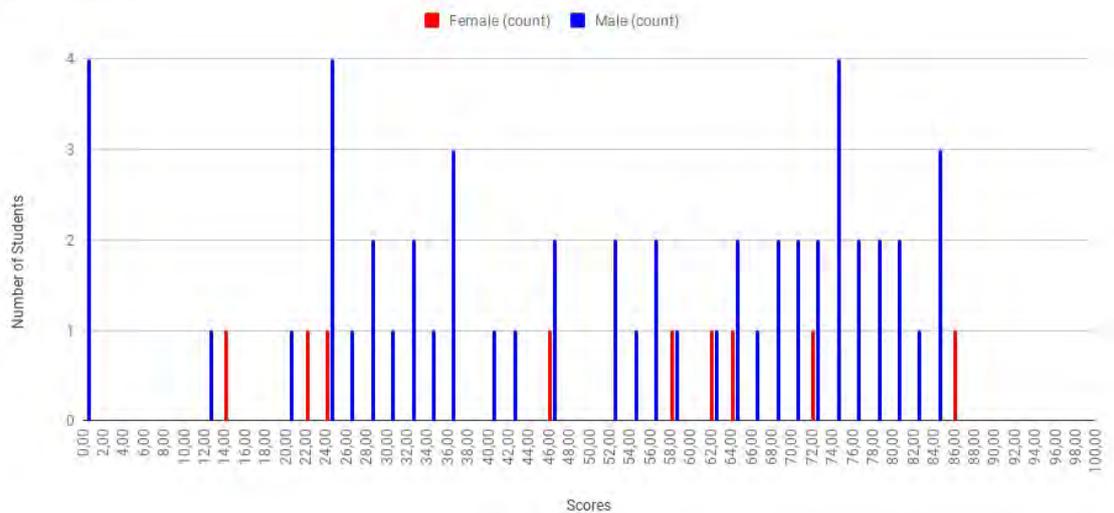


Figure 2. Histogram of the Data Visualization Exam scores in 2018 includes the average score for males (50) and females (50). Gender is indicated.

Similar to higher scores, seven student scores are lower than 20 with four zeros by male students. Much to our surprise, our initial investigation indicates that exam results appear to be evenly distributed between male and female grades from 0 to 86. However, we do notice that a binomial distribution with a dip in the middle with a score of 50. Upon further investigation we noticed a different kind of bias based on language (Asian vs English). This cannot be seen in the histogram but was observed first hand by the teacher.

2018 Information Visualization Assignment

The next two histograms reflect the distribution of the first and second assignment grades. For the information visualization assignment, the females and males perform similarly, and their scores are very close include the average score for males and females. One female and one male student have a score of 98 while six male students receive 0 on the first assignment. Zero indicates that a student does not submit any assignments (See Figures 3, 4).

Coursework 1, 2018

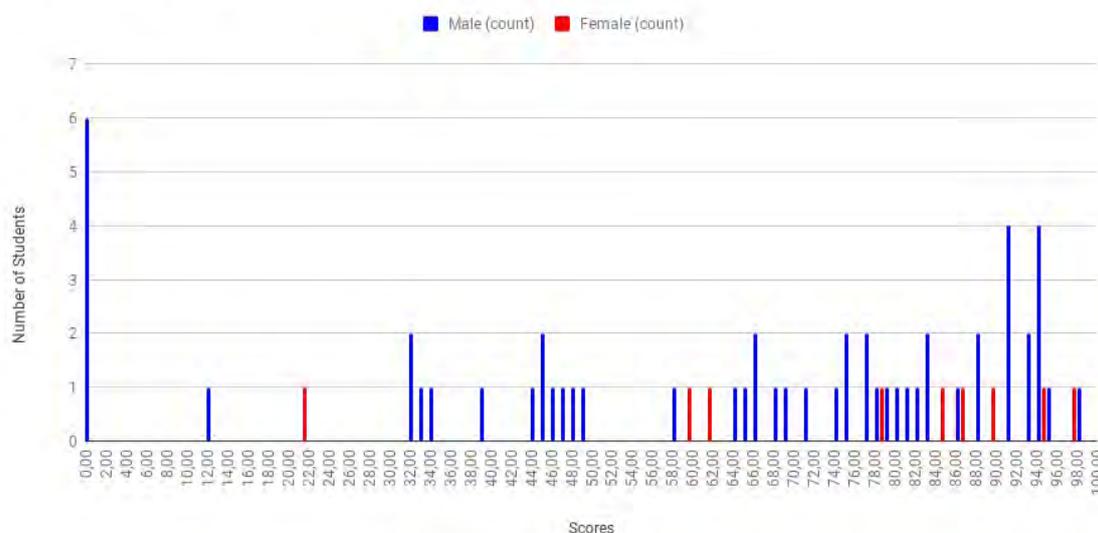


Figure 3. Histogram of the Data Visualization Coursework 1 in 2018 including the average score for males (64) and females (74). Gender is indicated.

Coursework 2, 2018

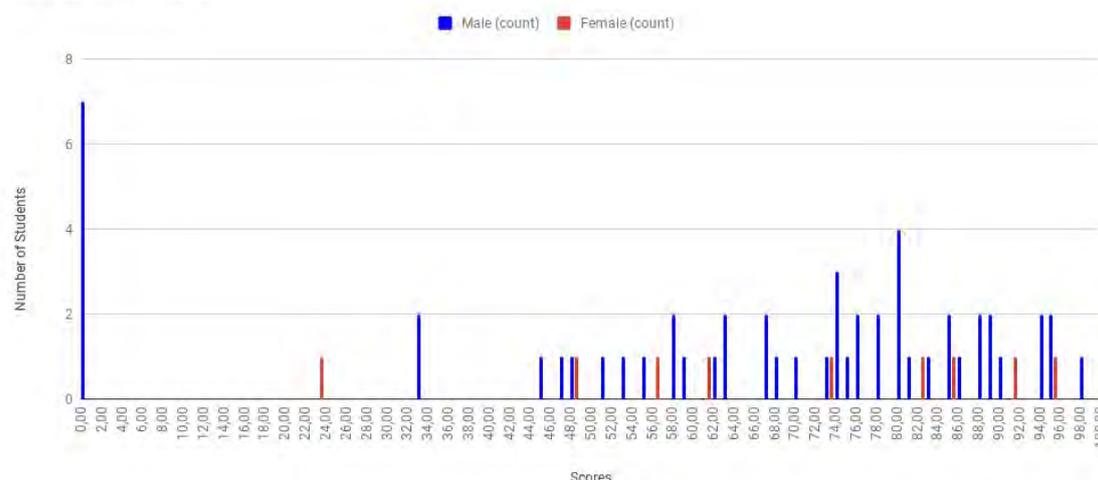


Figure 4. Histogram of the Data Visualization Coursework 2 in 2018 includes the average score for males (63) and females (68). Gender is indicated.

2018 Scientific Visualization Coursework

Male and female student score better results than on the first assignment. Almost half of the class scores higher than 80 for both genders with some at almost 100% while there are seven 0 scores by male students. None of the graphs for 2018 indicates any gender-related differences.

2013-2017 Exam Results

Furthermore, we create three more histograms over a five-year period for the exam and two coursework for the years 2013-2017 in order to find evidence of gender bias. The histogram for five years' worth of exam results indicates that the distribution of scores is very similar for both genders. Similar to the histograms for 2018, not many female students enrol in our module over these five years. There

are 24 females and 148 males enrolled in the Data Visualization module over the 5 years. However, exam results of female and male students show a similar tendency, and they have a similar distribution of exams scores from 2013 to 2017. We observe a peak at a score of 66 with eleven students, and five students receive 0 while only two students receive 98 in five years (See Figure 5).

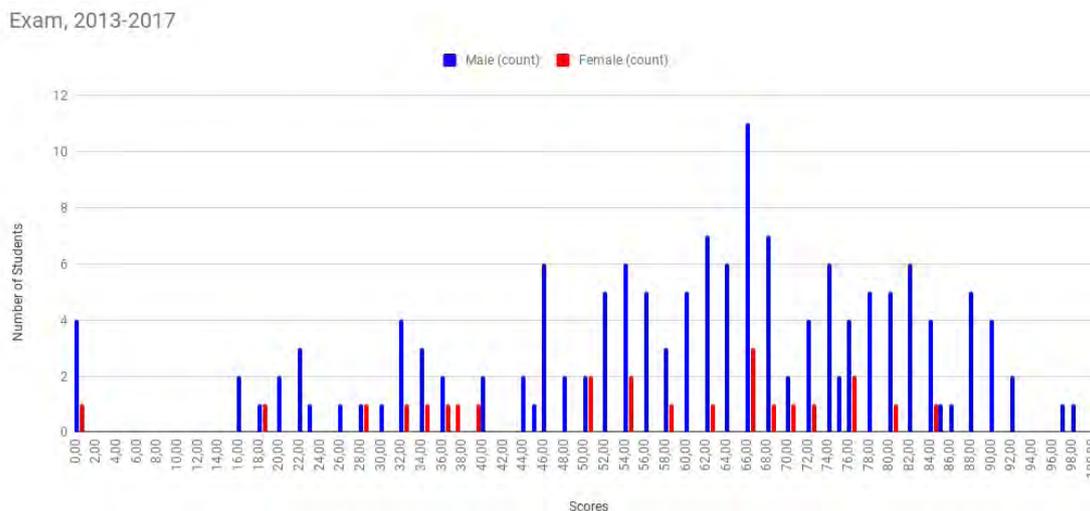


Figure 5. Collective histogram of the Data Visualization Exam from 2013-2017 includes the average score for males (60) and females (53). Gender is indicated by color.

2013-2017 Coursework Results

In addition, we have two histograms for coursework covering information and scientific visualization over five years (See Figures 6, 7). The histogram representing the first assignment demonstrates remarkable results for 19 students who score 0 and five students scoring 100. Another outcome shows a score of 81 with seven male and one female student. The distribution of male and female student grades in the histogram is very similar to the distribution of the first coursework in 2018. A large subset of the student population performs well since their scores are mainly higher than 50. We also analyse the results of the second assignment over the same period. Compared to the exam and first coursework over a five-year period, the second coursework result is at a higher level, and students receive full marks. Nine males and two females receive the full mark on the scientific visualization assignment while seven male and one female receive 98. Eight male students receive a score of 0. We also observed on the graph that gender bias is not reflected in the grade distribution.

This investigation indicates that scores are generally evenly distributed between male and female students and gender bias is not evident on exams or assignments in histogram graphs for 2018 or over a five-year period from 2017-2013. Although we did not notice any gender bias, we notice cultural bias in our class. From our perspective, overseas students, especially Chinese students, struggle with the understanding the language. In the next sub-section, we provide some recommendations for inclusive teaching.

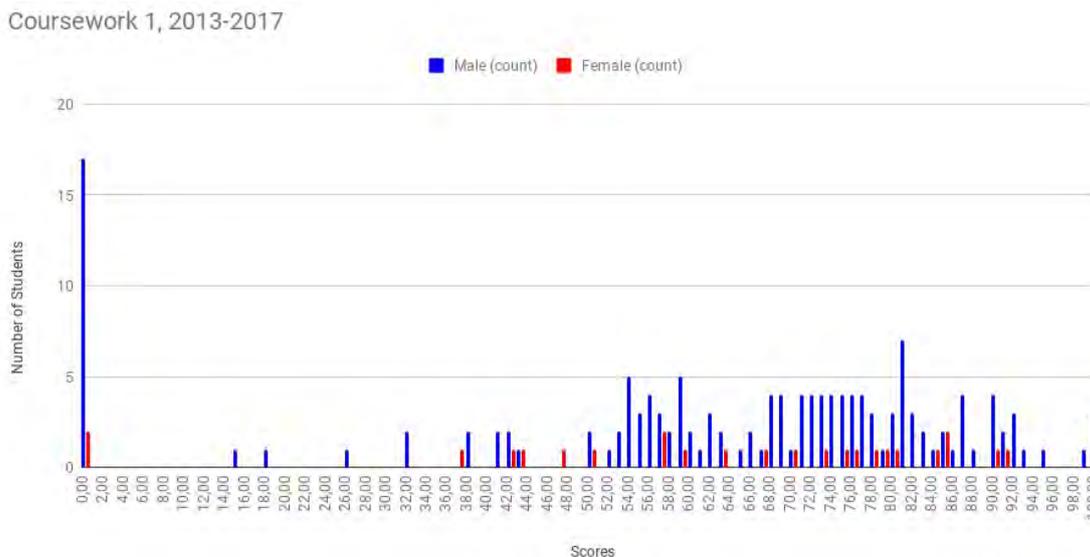


Figure 6. Collective histogram of the Data Visualization Coursework 1 scores from 2013-2017 include the average score for males (61) and females (62). Gender is mapped to color.

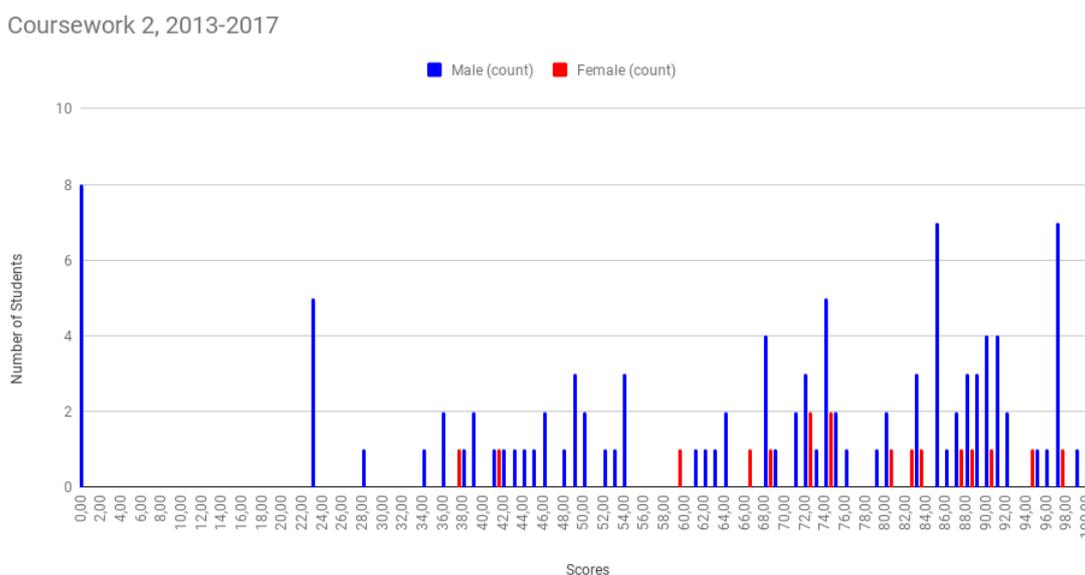


Figure 7. Collective histogram of the Data Visualization Coursework 2 from 2013-2017 includes the average score for males (67) and females (77). Gender is mapped to color.

8 RECOMMENDATIONS FOR MORE INCLUSIVE TEACHING IN DATA VISUALIZATION

Our Data Visualization course includes two assignments and students are provided data sets to examine in order to produce images. However, some students have difficulties analysing the data set and cannot generate sensible visualizations. One suggestion could be that students should have a chance to select their own data set to analyze and visualize. Students will likely choose data sets that they are interested in and thus perhaps engage more with assignments. Another challenge in the class is language. A language barrier may be present in the class, and many Asian students are limited in their understanding of the lecturer including lecture notes, assignments and exam questions due to a language barrier.

This is mainly observed with master level students rather than third-year undergraduate students. The third-year students have time to improve their language skills until their final year at university. A possible recommendation to address this challenge is higher university entry English language requirements. Another approach to address this challenge may be to divide the class based on language skills for the Data Visualization module. The lecturer may adopt a different teaching approach considering students' language diversity. In addition, the lecturer can record the lectures and upload them to an easily accessible web environment such as YouTube. This method enables students to watch the lecture videos multiple times and support them to compensate for not understanding part of lectures. Also, YouTube facilitates subtitles which enable students to follow and understand lecturers.

Our research is concerned with making classrooms more inclusive due to a variety of cultures, student backgrounds and student learning types. Inclusive teaching has many potential benefits such as being collaborative, engaging, and supports the understanding that considers a diverse student body.

Montgomery (2001) describes culturally responsive classrooms that consider culturally diverse students. Students need to engage with the subject topic and the tasks that are given them (MONTGOMERY, 2001). Instructional approaches and individual teaching attitudes can encourage all students to get involved in learning activities that will lead to improved academic success. Another point described by Montgomery (2001) is that the improvement of instructional programs that avoid failure and increase opportunities for achievement should be the goal of every lecturer.

Furthermore, Rodriguez-Falcon *et al.* at Sheffield University provide recommendations to adopt a lecturer's teaching approach to meet the needs of a diverse community with inclusive teaching (RODRIGUEZ-FALCON *et al.*, 2010). These suggestions are:

- Lecturers can use clear language and not speak very quickly.
- Handouts and presentations are written and organized clearly. This means a combination of correct color and font size, clear graphs and images. All course material is accessible online.
- The lecturer gives the impression that they are available to answer students' questions and approach them positively for personal engagement.
- Instructors can explain the processes of assessment and feedback. They do not assume students already know the evaluation structure.
- The lecturer chooses common visualization examples for all students, especially students who have different cultural backgrounds who can be familiar with the example.
- Instructors can break up visualization lectures to ask questions or include short 'partner-work' sessions.

Other approaches to inclusive teaching for visualization teachers are to support critical and analytic thinking and considering conducting a peer mentoring scheme for assistance for all students. As a result of this, a diverse community can

communicate and assist each other in the learning process in the class environment. Moreover, students should be encouraged to feel comfortable in the classroom and participate in the lecture with their ideas, thoughts and questions.

More specific to visualization:

- Those visualization modules that require a visualization project may consider allowing students to propose their own project as an alternative to a prescribed project. Another option is to allow students to choose between two or more options when selecting visualization assignments or visualization projects. Providing options may support a more diverse student background.
- Data visualization assignments can enable students to generate and collect their own data to visualize rather than using a given data set which students are not familiar with or struggle to analyze.
- We also recommend encouraging the use of diverse hardware including a range of display devices of varying size.
- Another inclusive approach to data visualization classes includes the use of low-tech methods such as hand-sketched visual designs like those described by Roberts, Headland and Ritsos (2016).
- And finally, more inclusive teaching can be supported by social media. Social media groups can facilitate convenient and frequent communication between students in a diverse classroom.

9 ACKNOWLEDGMENTS

We would like to thank Ministry of Education of Turkish Republic for its financial support. We would also like to thank Liam McNabb and Carlo Sarli for help with proofreading the paper.

REFERENCES

- BEATTY, W.W.; TRÖSTER, A.I. Gender differences in geographical knowledge. *Sex Roles* v.16, p.565-590. 1987.
- BENBOW, C.P.; STANLEY, J.C. Sex differences in mathematical reasoning ability: more facts. *Science*, v. 222, 1029-103. 1983.
- CHANG, K.T.; ANTES, J.R. Sex and cultural differences in map reading. *The American Cartographer* v.14, n.1, p. 29-42. 1987.
- GILMARTIN, P.P. Maps, mental imagery, and gender in the recall of geographical information. *Annals of the Association of American Geographer* 74, p. 605-619. 1984.
- GILMARTIN, P.P.; PATTON, J.C. Comparing the sexes on spatial abilities; map-use skills. *Annals of the Association of American Geographer* 74, p.605-619. 1984.
- GOLDSTEIN, D.; HALDANE, D.; MITCHELL, C. Sex differences in visual-spatial ability: The role of performance factors. *Memory & Cognition*, v. 18, n. 5, p.546-550. 1990.
- GUILFORD, J. P. The Guilford-Zimmerman Aptitude Survey. *Personnel & Guidance Journal*, v.35, p.219-223. 1956.
- HALPERN, D. F. The disappearance of cognitive gender differences: What you see depends on where you look. *American Psychologist* v.44, n.8, p.1156-1157. 1989.

- HALPERN, D. F. Sex differences in cognitive abilities. Psychology press. 2000.
- INVIWO, The last access. Retrieved from <http://www.inviwo.org/>, September 2018.
- KIMURA, Doreen. Sex and cognition. MIT press. 2000.
- MONTGOMERY, W. The inclusive learning and teaching handbook. Teaching Exceptional Children, v.33, n.4. 2001.
- O'CONNOR, J. Structural Visualization. Boston: Human Engineering Laboratory. 1943.
- PARAVIEW, Retrieved from <https://www.paraview.org/>, September 2018.
- PEASE, Allan; PEASE, Barbara, Why Men Don't Listen & Women Can't Read Maps. Pease International Pty Ltd., 2003.
- REHM, K. *et al.* A symbolic environment for visualizing activated foci in functional neuroimaging datasets. Medical Image Analysis, v. 2, n. 3 p. 215–226. 1998.
- RIZZO, A. A. *et al.* Virtual environments for assessing and rehabilitating cognitive/functional performance a review of projects at the USC integrated media systems center, Presence: Teleoperators & Virtual Environments, v. 10, n. 4, p. 359–374. 2001.
- ROBERTS, J. C.; HEADLEAND, C.; RITSOS, P. D. Sketching designs using the five design-sheet methodology. IEEE Transactions on Visualization & Computer Graphics, v.22, n.1, p.419-428. 2016.
- RODRIGUEZ-FALCON, E.; *et al.* The inclusive learning and teaching handbook. South Yorkshire: University of Sheffield, United Kingdom. 2010.
- SANDERS, B.; SOARES, M. P.; DAQILA, J.M. The sex difference on one test of spatial visualization: A nontrivial difference. Child Development, v. 53, n.4, p. 1106-1109. 1982.
- SHEPERD, R N.; METZLER, J. Mental rotation of three-dimensional objects. Science, v. 171, n. 3972, p. 701–703. 1971.
- STAFFORD, R. E. Sex differences in spatial visualizations evidence of sex-linked inheritance. Perceptual and Motor Skills v.13, n.13, p. 428. 1961.
- TAN, D S.; CZERWINSKI, M.; ROBERTSON, G. Women go with the (optical) flow. Proceedings of the SIGCHI Conference on Human factors in Computing Systems, ACM, p. 209–215. 2003.
- TORY, Melanie. Mental registration of 2D and 3D visualizations (an empirical study). Proceedings of the IEEE Visualization Conference, p. 371–378. 2003.
- VELEZ, Maria C.; SILVER, D.; TREMAINE, M. Understanding visualization through spatial ability differences. IEEE Visualization Conference VIS 2005 23-28 October, 2005, Minneapolis, p. 511–518. 2005.
- WABER, D. P. Sex differences in cognition: a function of maturation rate?. Science, v.192, p.572-574. 1977.
- WITELSON, D. F. Sex and the single hemisphere: Specialization of the right hemisphere for spatial processing. Science v.193, n.4251, p.425-427. 1976.
- WITELSON, Sandra F.; KIGAR, Debra L.; HARVEY, Thomas. The exceptional brain of Albert Einstein. The Lancet, v. 353, n.9170, p.2149-2153. 1999.

Doris Kosminsky¹
Douglas Thomaz de Oliveira²
Luana Carolina da Silva³
Eduarda Alves Isiris⁴

Dos dados à matéria: experiências em esculturas de dados

From data to material: experiences in data sculpture

RESUMO

A visualização de informações trata da representação visual e interativa de dados com o objetivo de ampliar a cognição. Apesar desta produção ter um maior foco na criação de visualizações funcionalistas e pragmáticas, tem se presenciado um avanço no campo das visualizações artísticas e também das visualizações físicas. Este artigo relata os desdobramentos de uma disciplina experimental de visualização física, ministrada no curso de Comunicação Visual Design da Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Os três melhores projetos realizados na disciplina são descritos, seguidos por uma análise que aponta a necessidade de ações específicas relacionadas à coleta e entendimento dos dados; elaboração descritiva do projeto; escolha e emprego de materiais; testes e avaliações quanto à transmissão de conhecimento e sentimentos despertados. Conclui-se que elaborar estes problemas será útil ao design de esculturas de dados.

Palavras-chave: escultura de dados; visualização física, projeto de design, comunicação visual design.

ABSTRACT

Information visualization is the use of visual and interactive representations of data to amplify cognition. Although this production is usually focused on the creation of functionalist and pragmatic visualizations, there has been an advance in the field of artistic visualization as well as physical visualization. This article reports the unfolding of an experimental discipline of physical visualization, taught in the course of Visual Design Communication at the School of Fine Arts from the Federal University of Rio de Janeiro. The three best projects performed in the discipline are described, followed by an analysis that points out the need for specific actions related to data collection and understanding; descriptive elaboration of the project; choice and use of materials; tests and evaluations regarding the transmission of knowledge and aroused feelings. It concludes that elaborating these problems will be useful to the design of data sculptures.

Keywords: data sculpture, physical visualization, design project, visual design communication.

1 Doutora em Design pela PUC-Rio. Pós-doutora pela Universidade de Calgary, Canadá. Professora Associada da UFRJ. Atua na Escola de Belas Artes no Curso de Comunicação Visual Design, no Programa de Pós-graduação em Artes Visuais e no Programa de Pós-graduação em Design, do qual é coordenadora. Lidera o Laboratório da Visualidade e Visualização LabVis / EBAUFRJ. Email: doriskos@eba.ufrj.br

2 Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Design da Universidade Federal do Rio de Janeiro, PPGD- UFRJ. E-mail: douglasthomazdeoliveira@yahoo.com.br

3 Graduada em Comunicação Visual Design - UFRJ. E-mail: luhprongs@gmail.com

4 Graduada em Comunicação Visual Design - UFRJ. E-mail: eduarda.isiris@hotmail.com

1 INTRODUÇÃO

A visualização de informação, também conhecida como visualização de dados, trata da representação visual de dados abstratos, produzida e exibida em formato digital interativo, com o objetivo de ampliar a cognição (CARD; MACKINLAY; SHNEIDERMAN, 1999, p. 6). A interatividade é considerada crucial na construção de ferramentas de visualização (MUNZNER, 2015, p. 9) na medida em que uma única visão pode mostrar apenas certos aspectos de um conjunto de dados. Além disso, a interatividade pode também proporcionar diferentes níveis de detalhe, apresentando desde visões gerais até o detalhamento de trechos específicas dos dados. Por outro lado, apesar das óbvias qualidades do uso de telas para apresentar informação, estas dificilmente encorajam a contemplação, análise e reflexão (VANDE MOERE, 2008).

Neste contexto, visualizações físicas, também conhecidas como esculturas de dados, têm se tornado mais populares. Tais, artefatos projetados a partir de dados (*data-driven design*), assumem tamanhos, formatos e materiais diversos em joias (HEINICKER, 2015), tigelas e xícaras de cerâmica (THUDT, 2015) e obras de arte (FRICK, 2010). Mas, também são empregados por empresas, como a General Motors, na solução de problemas (WILSON, 2012). A visualização de dados física trata-se de uma área de pesquisa emergente que emprega representações físicas de dados para ajudar às pessoas a explorarem e comunicarem dados (JANSEN et al., 2015).

Independentemente do resultado das visualizações serem físicas ou digitais, diversas etapas devem ser observadas no seu desenvolvimento. Uma etapa fundamental no projeto de visualização é o mapeamento de dados em elementos gráficos, empregando pontos, linhas, formas e volumes. Nesta parte do processo, os valores contidos nos dados são relacionados a propriedades visuais (posição, forma, comprimento, orientação, área, volume, saturação, matiz, textura), de acordo com as especificidades dos dados e de algumas diretrizes do campo do design visual (TUFTE, 2001), da Teoria da Gestalt (ARNHEIM, 1986; KOFFKA, 1936) e das ciências cognitivas (WARE, 2009). À produção de uma visualização normalmente se seguem as avaliações realizadas a partir testes, como os de usabilidade, onde a eficiência da visualização é auferida frente ao esforço cognitivo necessário para a compreensão do maior conjunto de dados possível e da maneira mais rápida. O foco na otimização da performance aborda os aspectos pragmáticos e funcionalistas do design (VANDE MOERE, 2008, p. 2), deixando de fora questões relacionadas à estética e à emoção.

O enfoque funcionalista tem sido útil à pesquisa e ao desenvolvimento de visualizações e não é o objetivo deste artigo rebatê-lo. No entanto, no campo do design, a abordagem estritamente funcionalista é hoje questionada na medida em que a combinação entre emoção e cognição é considerada parte integrante do entrelaçamento que se observa nas dimensões viscerais, comportamentais e reflexivas constitutivas do design (NORMAN, 2008, p. 26). As visualizações de dados físicas podem levar o observador a “sentir os dados”, a partir das sensações físicas ao tocar nos objetos tridimensionais, mas também nas respostas viscerais advindas do en-

contro com os dados (LUPTON, 2017). No entanto, até o presente, existem poucos estudos sobre as dimensões sensoriais das interações físicas com os dados.

Este artigo apresenta uma experiência acadêmica sobre visualização física. Descreve o desenvolvimento de três projetos de visualização física realizados no curso de graduação em Comunicação Visual Design da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Primeiramente apresenta a disciplina, os critérios de escolha utilizado para determinar os melhores trabalhos e a participação dos alunos no presente artigo. Os três projetos selecionados são, então, apresentados, após o que comenta-se sobre os temas escolhidos pelos alunos para a construção das visualizações. Finalmente, os problemas encontrados são analisados, e sugerem-se a necessidade de ações específicas relacionadas à coleta e entendimento dos dados; a elaboração descritiva do projeto; a escolha e emprego de materiais; testes e avaliações quanto à transmissão do seu conteúdo.

2 VISUALIZAÇÃO DE DADOS FÍSICA EM CURSO

Este artigo aborda o desenvolvimento de três projetos de visualização realizados durante a disciplina de visualização de dados física, ministrada no curso de graduação em Comunicação Visual Design na Universidade Federal do Rio de Janeiro, ao longo do primeiro semestre de 2019.

A disciplina se desenvolveu em duas etapas. Na primeira parte, apresentaram-se aulas teóricas com conceitos básicos sobre visualização de dados e específicos sobre visualizações físicas, empregando-se exemplos históricos, contemporâneos e artísticos. Também foram realizados seminários sobre artigos e capítulos de livros seguidos por debates, e discussões sobre conteúdos extraídos de vídeos, além de um exercício prático de visualização física realizado em sala com peças de Lego. Na segunda etapa do curso, realizou-se um trabalho de visualização física que compreendeu escolha do tema, coleta e seleção de dados, definição do material a ser empregado e mapeamento dos dados de acordo com a matéria prima adotada. No total foram quinze aulas semanais de três horas cada. Os alunos do curso não tinham conhecimentos anteriores sobre visualização de dados e constituíram a primeira turma de visualização de dados física no curso de Comunicação Visual Design. Nas disciplinas anteriores de visualização de dados, era facultado aos alunos escolher se o seu trabalho final seria em visualização física, em visualização digital interativa ou em infografia.

A segunda etapa do curso teve início no meio do semestre com a solicitação para que os alunos apresentassem um conjunto de dados relacionado a um tema do seu interesse. Esta etapa mostrou-se mais complexa e demorada do que o planejado uma vez que, em alguns casos, os dados relacionados ao tema de interesse não eram encontrados ou não se mostravam confiáveis. Isso aconteceu, por exemplo, com uma aluna que buscou dados de violência sofrida pela população LGBT, sigla que compreende gays, lésbicas, bissexuais e transexuais. Tais dados são geralmente subnotificados, como é o caso no relatório apresentado pelo Ministério dos Direitos Humanos (SILVA, 2018), que emprega dados obtidos pelo Disque Direitos Humanos

– Disque 100, instituição do Governo Federal. A maior parte destas denúncias são realizadas por pessoas que não estiveram envolvidas na violação, o que influencia substancialmente na precisão dos dados informados (SILVA, 2018, p. 11). Além disso, apenas uma pequena parte das violências acabam sendo reportadas por este canal, já que a sua divulgação não é ampla. Este exemplo serve para ilustrar como, no caso de um trabalho acadêmico de visualização de dados, os métodos aplicados não necessariamente se traduzem em resultados objetivos imediatos.

Uma vez escolhido o tema e de posse de dados consistentes, os alunos passaram a se preocupar com o mapeamento dos dados e a desenvolver formatos e layouts para as suas visualizações. As etapas finais envolveram a aquisição do material necessário e a montagem da visualização. Os três trabalhos descritos a seguir, “Visualização do Desmatamento na Amazônia Legal”; “Visualização da dispersão de africanos escravizados pelo mundo atlântico” e “Visualização de Territórios Indígenas ameaçados”, foram os que obtiveram os melhores resultados diante dos critérios: (a) coleta, seleção e utilização de dados originais; (b) efetividade do mapeamento; (c) estética do resultado obtido.

Para a organização deste artigo, os alunos foram procurados no semestre posterior à conclusão do curso. Eles receberam uma lista de perguntas-guia que deveriam orientá-los na escrita do trecho deste artigo que aborda cada um dos projetos. Estas perguntas eram: (a) Nome do trabalho; (b) Sobre o que é o trabalho; (c) De onde você obteve os dados? Como eles foram trabalhados? (d) Como você fez o mapeamento dos dados? Que critérios usou? Você testou outros mapeamentos antes de se decidir pelo que foi empregado? Que problemas enfrentou no mapeamento; (e) Como você escolheu os materiais usados na sua visualização? Você realizou testes prévios? Houve alguma decisão em relação ao uso dos materiais que precisou que fosse revista? (f) Durante a execução do seu projeto, você pensou no modo como ele seria exposto? O modo de exposição requereu algum material específico? (g) Foi feito algum teste para ver como as pessoas compreendiam os dados a partir da visualização? (h) O que você aprendeu no processo de criação e execução da obra?

Os textos recebidos foram adaptados e incluídos na próxima seção. Diversas frases foram reformuladas com o objetivo de deixar o processo mais claro para o leitor. Trechos foram suprimidos e outros acrescentados. Todos os alunos tiveram que ser novamente contatados em busca de maiores esclarecimentos, principalmente em relação à coleta e organização dos dados, e à escolha e utilização do material.

O presente artigo não busca apenas analisar o processo de desenvolvimento das visualizações, mas também a sistematização das etapas realizadas, de modo a mapear os problemas encontrados no processo visando oferecer soluções que possam ser estendidas para além do universo acadêmico, em direção à produção de esculturas de dados.

3 PROJETOS

3.1 Visualização do Desmatamento na Amazônia Legal

Este projeto, desenvolvido pela aluna Eduarda Alves Isiris, abordou o desmatamento na Amazônia Legal a partir de 1994. Os dados foram obtidos no site do INPE, Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais, especificamente no PRODES - Projeto de Monitoramento do Desmatamento na Amazônia Legal - e no Portal Terrabrasilis. O PRODES realiza o monitoramento do desmatamento da Floresta Amazônica Brasileira a partir de imagens de satélites da classe LANDSAT, predominantemente do satélite americano LANDSAT-5/TM, com nível de precisão próximo a 95%. A Amazônia Legal corresponde à totalidade dos estados do Acre, Amapá Amazonas, Mato Grosso, Pará, Rondônia, Roraima, Tocantins e parte do estado do Maranhão, totalizando uma área de aproximadamente 5.217.423 km², correspondente a 61% do território brasileiro.

A proposta da presente visualização foi ilustrar o avanço contínuo do desmatamento ao longo do tempo. Para tanto optou-se por empregar um conjunto de placas quadradas como representação da Amazônia Legal em cada ano. A soma cumulativa da área desmatada foi representada como o material retirado desta placa em formato circular. As placas foram obtidas a partir de lâminas de Poli (metacrilato de metila), conhecido como acrílico. O Poli é um polímero sintético de baixo custo e fácil processamento com potencial para diversas aplicações. Por sua transparência, mostrou-se indicado para reforçar a ideia de visibilidade sobre as áreas desmatadas e o seu monitoramento. Foram utilizadas vinte e cinco placas de acrílico medindo 15cm x 15cm, com espessura de 2mm, representando os anos de 1994 a 2018.

Os dados foram extraídos de um gráfico do site INPE (TERRABRASILIS, 2018) e organizado em uma lista. Foi estabelecida uma correspondência entre a área da placa e a área total da Amazônia Legal. A área de desmatamento de cada ano era somada ao volume total desmatado a partir do ano 1994. A partir do cálculo da área desmatada acumulada em relação à área total da Amazônia Legal, obteve-se o raio da circunferência a ser

De cada placa foi retirado material equivalente à área de desmatamento até aquele ano, de forma cumulativa, criando-se uma circunferência vazada (Figura 1). A borda de cada circunferência vazada foi pintada de vermelho (Figura 2 e Figura 3), de forma a trazer destaque para o que foi perdido. As 25 placas de PETG foram, então, coladas sobre uma superfície de madeira, mantendo uma distância de 1 cm entre elas.

A aluna realizou questionamentos informais com amigos e familiares sobre a compreensão da visualização e ficou satisfeita com os resultados obtidos.

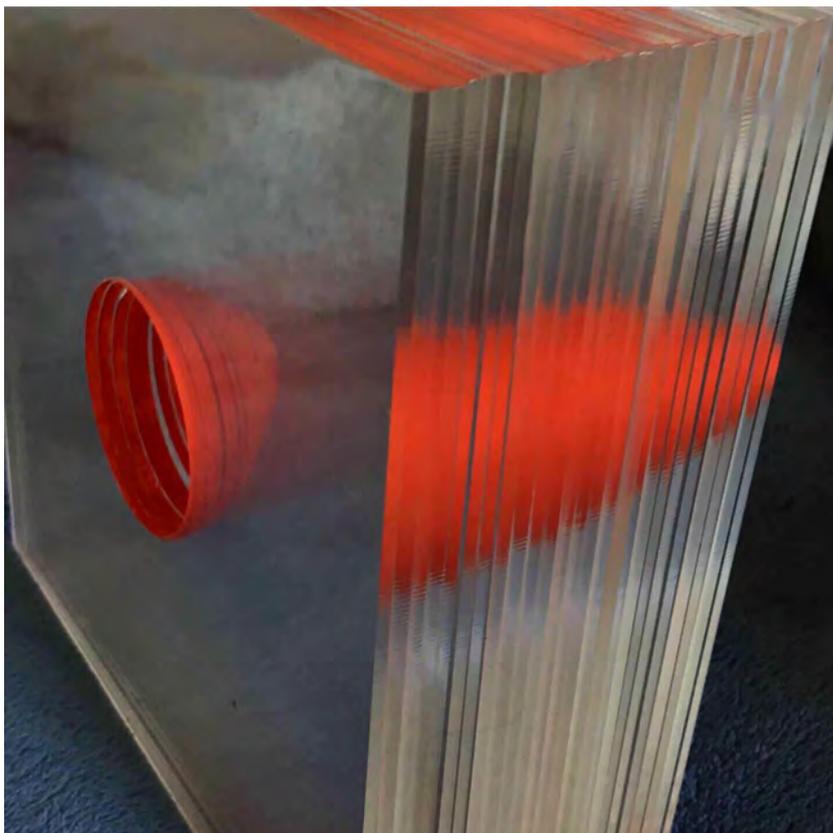


Figura 1: Visualização da Amazônia Legal. Vista geral.

Fonte: Fotografia da autora, Eduarda Alves Isiris

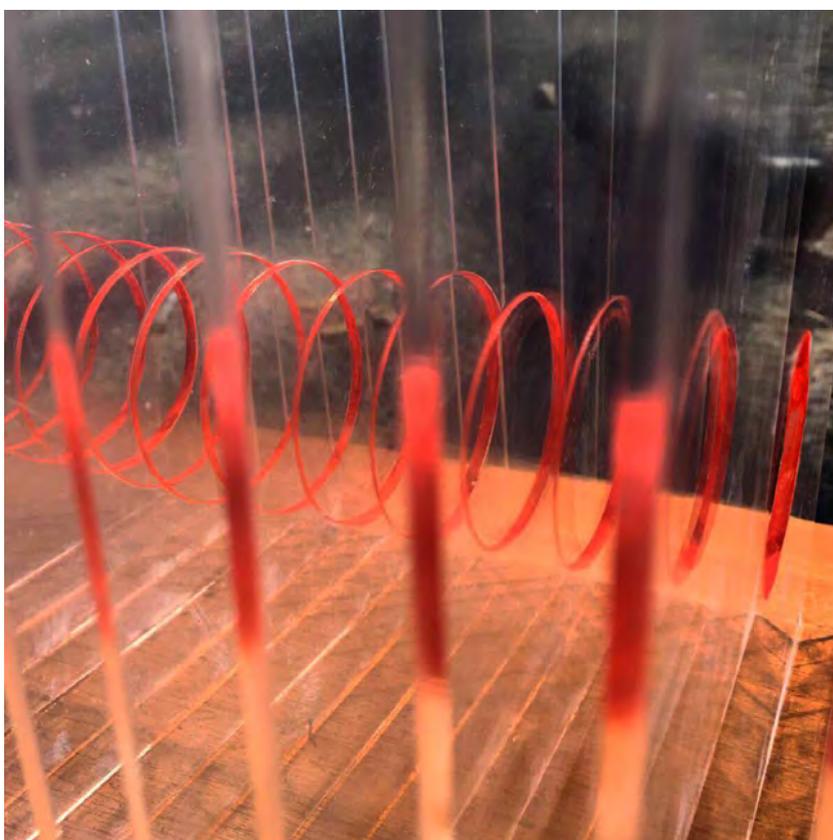


Figura 2: Visualização da Amazônia Legal. Vista das circunferências vazadas.

Fonte: Fotografia da autora, Eduarda Alves Isiris



Figura 3: Visualização da Amazônia Legal. Vista lateral

Fonte: Fotografia da autora, Eduarda Alves Isiris

3.2 Visualização da dispersão de africanos escravizados pelo mundo atlântico

Este trabalho, desenvolvido pelo aluno Douglas Thomaz de Oliveira, consiste em uma escultura de dados sobre o comércio de africanos escravizados e as viagens deste tráfico pelo Oceano Atlântico entre os séculos XV e XIX (Figura 4).

Foram empregados dados abertos disponibilizados pelo site *Slave Voyages* (ELTIS, 2018), projeto colaborativo que reúne trabalhos de pesquisadores de diversas nacionalidades realizados a partir da década de 1960, implementados em formato digital com a contribuição da Universidade Emory, dos Estados Unidos. Ao todo, o Banco de Dados do Tráfico Transatlântico de Escravos registra aproximadamente 36.000 viagens. Calcula-se que 12 milhões e meio de cativos partiram da África para as Américas ao longo de quatro séculos. Trata-se da maior migração transoceânica de um povo até então.

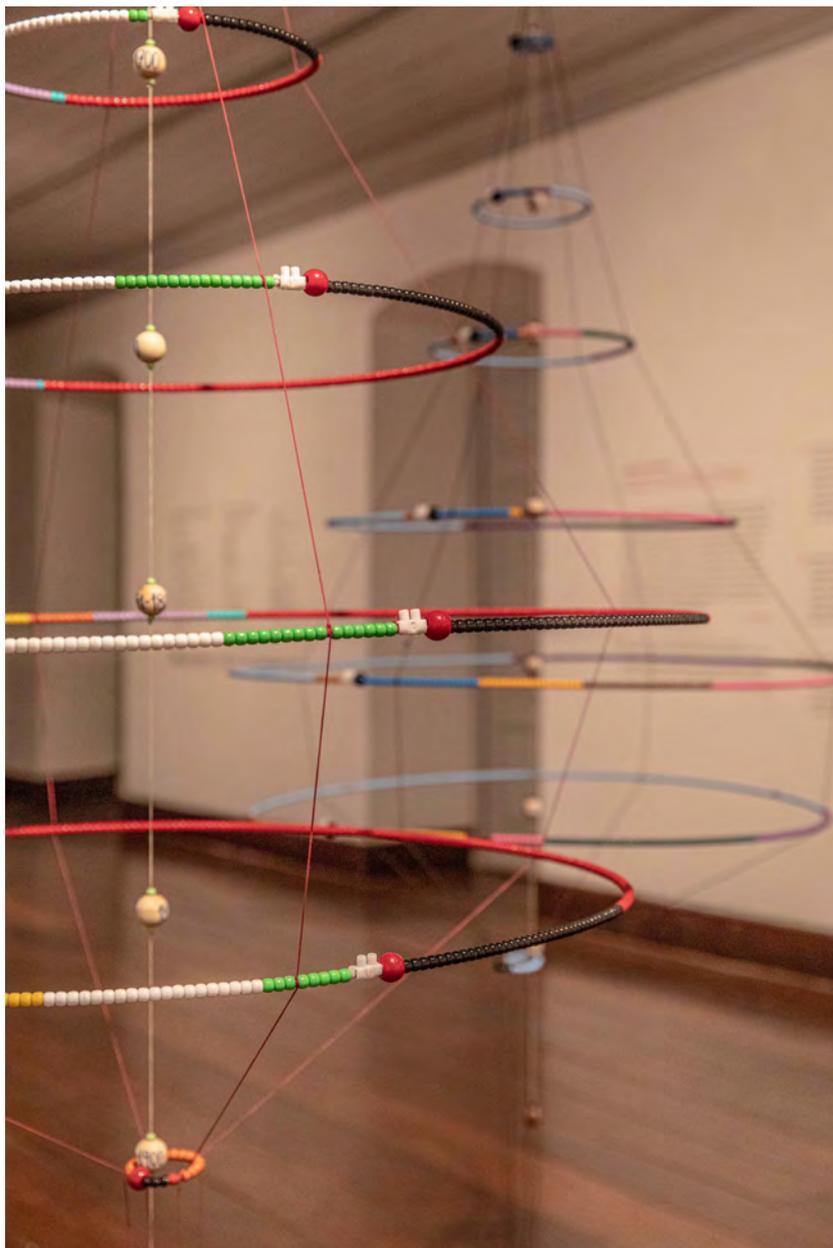


Figura 4: Visualização da dispersão de africanos escravizados pelo mundo atlântico. Vista geral da galeria.

Fonte: Fotografia Renato Mangolin

O Banco de Dados do Tráfico Transatlântico de Escravos é muito extenso, organizado e completo. A sua formação a partir da rede internacional de pesquisadores lhe garante a fidelidade que é detalhada na metodologia (ELTIS, 2018). Ele disponibiliza não apenas o número de escravos embarcados e desembarcados, mas o itinerário dos navios, os portos ou locais de embarque e desembarque, datas de partida e chegada, nome do capitão, detalhes da tripulação, nome do navio, local principal da compra dos escravos, a fonte dos dados e, em alguns casos, o número de homens, mulheres, jovens e crianças embarcadas. Nos últimos sessenta anos de travessias transatlânticas, as tentativas de repressão ao tráfico levaram à apreensão de diversos navios com a inclusão dos nomes dos africanos nos registros criados. Conforme o caso, estes nomes também foram incluídos no banco de dados.

A grande disponibilidade de dados sobre o tráfico de escravos levou à aspiração por se utilizar um amplo volume de dados na visualização. As ideias iniciais giraram em torno de intervalos temporais pequenos como, por exemplo, a cada 10 ou 25 anos; o emprego dos nomes africanos; e o uso de localidades específicas em detrimento das grandes regiões. Neste caso, seria possível, por exemplo, especificar o número de africanos escravizados que desembarcaram em cidades como Salvador, Recife e Rio de Janeiro. No entanto, no decorrer do processo criativo, foi ficando evidente a necessidade de se limitar as dimensões dos dados a serem empregadas na visualização. A materialidade impõe os seus próprios limites e soluções e, neste aspecto, se difere das criações digitais. As escolhas se restringem à disponibilidade do que pode ser encontrada no mercado e que, obviamente, não foi produzido para uso no projeto em desenvolvimento. Neste contexto, a busca por soluções deve partir de materiais existentes e, posteriormente, testar e buscar a adequação à necessidade apresentada pelos dados.

Por se tratar de um projeto de visualização física, após a definição do tema e da obtenção dos dados, o foco do trabalho dirigiu-se para o material a ser empregado. A partir de uma pesquisa inicial sobre as mais diferentes culturas e etnias africanas procurou-se identificar elementos comuns que pudessem simbolizá-las, tomando o cuidado de evitar os estereótipos das generalizações, mas ao mesmo tempo procurando por um elemento de síntese formal. Ao final, optou-se pelo uso de miçangas – ou contas - que tem significativa presença cultural em adornos e adereços religiosos e festivos de africanos e afrodescendentes. No Brasil, por exemplo, as miçangas são utilizadas na confecção de guias e fios de conta, que são os colares usados pelos adeptos das religiões de matriz africana.

Estabeleceu-se, então, que as miçangas seriam empregadas para representar número de africanos escravizados e trazidos para as Américas e que seriam distribuídas em aros de arame, fechados e circulares (Figuras 5 e 6).

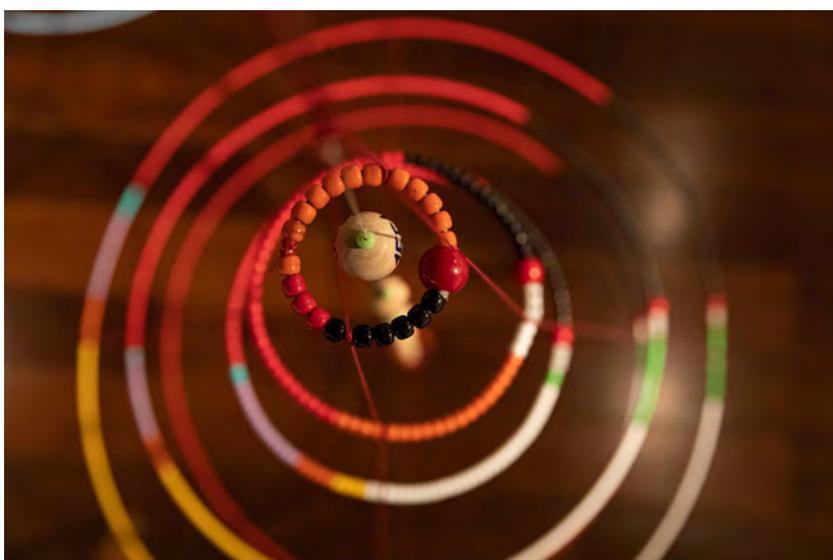


Figura 5: Visualização da dispersão de africanos escravizados pelo mundo atlântico. Vista superior da obra. Fonte: Fotografia Renato Mangolin



Figura 6: Visualização da dispersão de africanos escravizados pelo mundo atlântico. Detalhe das miçangas. Fonte: Fotografia Renato Mangolin

Em paralelo à definição pelo uso das miçangas como unidade de representação, os dados do tráfico de escravos foram organizados em uma planilha Excel. Tais dados continham o número de africanos embarcados e os que desembarcaram, permitindo o cálculo dos que morreram na travessia. Estes números encontravam-se distribuídos pelas grandes regiões: Europa, América do Norte, Caribe Britânico, Caribe Francês, América Holandesa, Índias Ocidentais Dinamarquesas, América Espanhola, Brasil e África. Com a decisão pelo emprego de dados de desembarque e o foco na travessia transoceânica decidiu-se pela não utilização dos dados relativos às viagens para Europa e para a própria África. Em termos temporais, o aplicativo *Slave Voyages* oferece diversas possibilidades de agrupamento: por ano e também por períodos de 5, 10, 25, 50 e 100 anos. Optou-se pela utilização dos dados relativos ao desembarque nas grandes regiões, em períodos de 50 anos. Tais dados foram destacados em cores diferentes na planilha de trabalho.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	
1	DADOS ORIGINAIS																						
2	Europa																						
3	Embarcado	Desembarcado	Mortos	Mainland North America		British Caribbean		French Caribbean		Dutch Americas		Danish West Indies		Spanish Americas		Brazil		Africa		Totais		Desembarcado	
4	1501-1550	537	452	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4490
5	1551-1600	288	188	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4400
6	1601-1650	120	95	141	100	34726	27206	828	545	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	32700
7	1651-1700	3510	2995	19915	15247	370291	252272	49728	39140	142992	124108	22612	16146	58929	48313	520712	484200	4045	2950	1207739	994979	0	0
8	1701-1750	4897	4195	179152	146875	771922	637620	357426	284471	148174	129464	18544	12074	21465	53391	121216	161851	914	518	258255	218888	0	0
9	1751-1800	1256	1113	180745	149509	1367648	1175703	821063	708652	101385	168751	85257	56034	104649	90242	1160811	1007168	2037	1801	3930983	3440981	0	0
10	1801-1850	0	0	93150	77704	218475	194452	39048	35387	29004	25305	25455	22294	654802	589500	2387329	2004728	150005	130132	3847872	3181368	0	0
11	1851-1900	0	0	476	413	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12	1901-1950	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
13	1951-2000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
14	Totais	10797	8880	472382	388748	2763412	2318251	1528424	1120215	514193	444728	128866	108888	1581245	1262912	5532110	4884373	178900	155689	12523372	10700852	0	0
15	NÚMERO DE AFRICANOS SEPARADOS POR GRANDES REGIÕES DE DESEMBARQUE																						
16	Mainland North America																						
17	Embarcado	Desembarcado	Mortos	British Caribbean		French Caribbean		Dutch Americas		Danish West Indies		Spanish Americas		Brazil		Africa		Totais		Embarcado			
18	1501-1550	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
19	1551-1600	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
20	1601-1650	141	165	41	34726	27206	750	505	80	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
21	1651-1700	18615	14841	4788	370291	252272	87121	49728	38440	11368	145890	124108	21622	22612	16146	4484	4834	49415	12928	532712	994979	0	0
22	1701-1750	178100	148918	32127	177072	637620	134352	357426	284471	62955	148174	129464	21710	16544	12074	70480	39710	70480	52581	15198	1012919	994979	0
23	1751-1800	180745	149509	37286	1367648	1175703	182415	621093	708652	120431	181265	185791	22834	85097	86236	9221	150469	30212	14707	1186811	1067104	121645	2030938
24	1801-1850	93150	77704	15401	218475	194452	24023	98549	86397	13152	28841	25302	3299	23455	22244	3211	884602	589500	70482	2387323	2387323	312900	384749
25	1851-1900	476	413	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	150599	160466	32042	6812	4686	1915	2266
26	Totais	472382	388748	63636	2763412	2318251	445851	1328424	1120215	208209	514193	444728	63645	128866	108988	20888	1581245	1262912	298335	5832118	4884373	687745	1202133
27	NÚMERO TOTAL DIVIDIDO POR 10000																						
28	Mainland North America																						
29	Embarcado	Desembarcado	Mortos	British Caribbean		French Caribbean		Dutch Americas		Danish West Indies		Spanish Americas		Brazil		Africa		Totais		Embarcado			
30	1501-1550	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
31	1551-1600	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
32	1601-1650	1,41	1,65	0,41	2,7206	2,7206	0,752	0,505	0,08	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
33	1651-1700	186,15	148,41	47,88	37,0291	25,2272	8,7121	4,9728	3,844	1,1368	14,589	12,4108	2,1622	2,2612	1,6146	0,4484	0,4834	4,9415	1,2928	53,2712	99,4979	0	0
34	1701-1750	1781,0	1489,18	321,27	17,7072	63,762	13,4352	35,7426	28,4471	6,2955	14,8174	12,9464	2,171	1,6544	1,2074	7,048	3,971	7,048	5,2581	1,5198	101,2919	99,4979	0
35	1751-1800	1807,45	1495,09	372,86	136,7648	117,5703	18,2415	62,1093	70,8652	12,0431	18,1265	18,5791	2,2834	8,5097	8,6236	0,9221	15,0469	3,0212	1,4707	118,6811	106,7104	12,1645	203,0938
36	1801-1850	9,315	7,7704	1,5401	21,8475	19,4452	2,4023	9,8549	8,6397	1,3152	2,8841	2,5302	0,3299	2,3455	2,2244	0,3211	88,4602	58,95	7,0482	23,87323	23,87323	31,29	38,4749
37	1851-1900	0,0476	0,0413	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	15,0599	16,0466	0,32042	0,6812	0,4686	0,1915	0,2266
38	Totais	472,382	388,748	63,636	276,3412	231,8251	44,5851	13,28424	11,20215	20,8209	51,4193	44,4728	63,645	12,8866	10,8988	2,0888	158,1245	126,2912	29,8335	58,32118	488,4373	687,745	120,2133
39	NÚMERO DE MIÇANGAS																						
40	Mainland North America																						
41	Embarcado	Desembarcado	Mortos	British Caribbean		French Caribbean		Dutch Americas		Danish West Indies		Spanish Americas		Brazil		Africa		Totais		Embarcado			
42	1501-1550	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
43	1551-1600	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
44	1601-1650	14	16	4	27206	27206	75	50	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
45	1651-1700	18615	14841	4788	370291	252272	87121	49728	38440	11368	145890	124108	21622	22612	16146	4484	4834	49415	12928	532712	994979	0	0
46	1701-1750	178100	148918	32127	177072	637620	134352	357426	284471	62955	148174	129464	21710	16544	12074	70480	39710	70480	52581	15198	1012919	994979	0
47	1751-1800	180745	149509	37286	1367648	1175703	182415	621093	708652	120431	181265	185791	22834	85097	86236	9221	150469	30212	14707	1186811	1067104	121645	2030938
48	1801-1850	93150	77704	15401	218475	194452	24023	98549	86397	13152	28841	25302	3299	23455	22244	3211	884602	589500	70482	2387323	2387323	312900	384749
49	1851-1900	476	413	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	150599	160466	32042	6812	4686	1915	2266
50	1901-1950	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
51	1951-2000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
52	Totais	40	8	232	44	112	20	45	8	11	1	1	1	1	1	1	129	30	485	87	0	0	0

Tabela 1: Planilha do tráfico de escravos. Fonte: Dados do site *Slave Voyages*, organizados pelo autor

A questão seguinte e que se mostrou a mais problemática do projeto foi a atribuição do valor numérico a ser representado por cada miçanga. O objetivo da obra era obter uma representação fidedigna, isto quer dizer que a obra deveria permitir a contagem, a mais aproximada possível, do número de africanos trazidos para uma determinada região, assim como dos que morreram na travessia. Em um primeiro momento, pensou-se que o valor 1.000 seria o número ideal de escravos a serem representados por uma única miçanga. Este número foi logo ampliado para 5.000 africanos por miçanga, o que, ainda assim, se mostrou inviável. Além de demandar uma grande quantidade de material, resultaria em círculos de arame de mais de dois metros de diâmetro. Isso inviabilizaria o transporte da obra e sua exibição. Com tal tamanho de diâmetro, o aro de arame requereria maior precisão de soldagem e perderia a estabilidade. Assim, buscando um equilíbrio entre as possibilidades materiais e uma relação razoável de correspondência entre os dados e sua representação, decidiu-se pelo número de 10.000 africanos para cada miçanga, com “arredondamento” para números acima de 5.000. Mesmo empregando esta relação altíssima ($10.000 = 1$), foram necessárias 1.231 miçangas para a construção da escultura. Este “arredondamento” gerou algumas distorções, como a ocorrida no período 1651-1700, que fez com que os 4.768 africanos mortos na travessia para a América do Norte não viessem a ser representados na visualização.

As cores das miçangas empregadas na escultura correspondem às cores que aparecem ilustradas na planilha de trabalho. Os africanos que aportaram no Brasil, país que mais recebeu escravos, foi representado pelas miçangas vermelhas. Os que desembarcaram no continente norte-americano estão representados pela cor verde. A cor branca indica os escravos que chegaram ao Caribe Britânico. As miçangas pretas representam os africanos que foram retirados da sua terra e nunca chegaram ao destino final.

Foi realizado um protótipo com aros de menor diâmetro para avaliar o modo de exposição da peça. Refletiu-se que a disposição horizontal dos aros seria a ideal porque permitiria a visualização de todos os anos em um mesmo ângulo visual. No entanto, esta possibilidade geraria dificuldades na montagem a partir da demanda de fios de cordonê esticados para a fixação da peça. Considerou-se que a necessidade de os fios manterem-se firmes para sustentar a peça poderia levá-los a se romperem. Com os aros distribuídos verticalmente, ter-se-ia garantia de estabilidade da peça e menor exigência da resistência dos materiais.

O trabalho foi apresentado na VII Bienal da Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro, realizada no Paço Imperial, Rio de Janeiro, de 12 de setembro a 13 de outubro de 2019.

3.3 Visualização de Territórios Indígenas ameaçados

O projeto de visualização de dados física, desenvolvido pela aluna Luana Carolina da Silva, apresenta indicadores de consolidação territorial dos territórios indígenas brasileiros. No Brasil, a integralidade das terras indígenas é frequentemente ameaçada apesar das delimitações territoriais legais estabelecidas pela Constituição

de 1988. A decisão por este tema teve origem no interesse pessoal da aluna sobre as questões indígenas, e a levou por diversos sites de projetos de monitoramento de Terras Indígenas (TIs), tais como o Programa de Monitoramento de Áreas Protegidas do Instituto Socioambiental (socioambiental.org) e o site <https://terrasindigenas.org.br/>. O site Terras+ chamou a atenção por oferecer um sistema de indicadores específico para a compreensão das ameaças à consolidação territorial das Terras Indígenas. No total, este aplicativo apresenta sete indicadores: estabilidade jurídica, integridade ambiental, integridade ambiental no entorno, integridade territorial, presença de obras, obras planejadas e governança. Estes indicadores foram sistematizados a partir da análise de 361 Terras Indígenas da Amazônia Legal no ano de 2017. A elaboração do Sistema de Indicadores levou em conta os dados do Programa de Monitoramento de Áreas Protegidas do Instituto Socioambiental, ISA (TERRAS+, 2018). A cada indicador corresponde uma nota dentro de uma escala que vai de 0 a 1. Quanto mais próximo de 1, melhor é a nota do indicador avaliado.

Para a visualização desenvolvida, utilizou-se apenas o indicador “integridade territorial” para os cem territórios considerados ameaçados, ou seja, para os territórios que receberam as notas mais baixas neste item. Este indicador avalia o grau de segurança do território, incluindo os direitos indígenas ao usufruto exclusivo da TI e a presença de atividades consideradas ilegais de exploração de recursos. A existência desse tipo de ameaça está relacionada, sobretudo, à presença de não indígenas envolvidos em atividades de exploração de recursos consideradas ilegais, como coleta, caça, pesca e retirada de madeira, bem como à existência de ocupantes ilegais, como fazendeiros, grileiros, arrendatários e posseiros. De forma sistematizada, o indicador integridade territorial é analisado de acordo com seis categorias de risco: (a) coleta ilegal, (b) caça ilegal, (c) pesca ilegal, (d) garimpo ilegal, (e) atividade madeireira e (f) invasão ou ameaça fundiária (TERRAS+, 2019). A nota final de integridade territorial é computada de acordo com um cálculo específico⁵ que confere diferentes pesos para cada categoria. Os dados são resultado do monitoramento de pressões e ameaças como caça, pesca e coleta, garimpo, atividade madeireira, posseiros, fazendeiros e arrendatário no interior das Terras Indígenas. Coletadas a partir de diferentes fontes (relatórios, denúncias e notícias), essas informações são organizadas e compiladas por meio do Sistema de Áreas Protegidas (SisArp), que se trata de uma base georreferenciada.

O enfoque da visualização é nas seis categorias de ameaças à integridade territorial. Deste modo, inclui, além da representação da variável numérica correspondente a cada uma delas, o valor total e o nome do território. As pesquisas por referências visuais retornaram acessórios e pinturas corporais indígena. Neste momento, optou-se pelo emprego da forma de um cocar, uma peça do vestuário indígena de forte valor simbólico no imaginário brasileiro. A ideia seria empregar palitos de madeira que pudessem comportar as codificações representativas (Figura 7). Esses palitos formariam o “cocar”, posicionando-se no lugar das penas. Cada palito repre-

5 O cálculo para o indicador integridade territorial é $(a*11+b*11+c*6+d*22+e*22+f*28)/100$

sentaria um Território Indígena. Suas cores, as diferentes ameaças que constituem as categorias.



Figura 7: Visualização de Territórios Indígenas ameaçados. Materiais empregados
Fonte: Fotografia da autora, Luana Carolina da Silva

Os primeiros testes para aplicação das cores sobre os palitos utilizaram tinta de marcador e miçangas, mas não trouxeram resultado visual interessante. Posteriormente, se testou enrolar linhas de bordado sobre o palito, o que se mostrou eficiente e visualmente agradável. Cada palito se dividiria em seis áreas de cores diferentes correspondentes a cada uma das categorias. Os nomes dos locais foram escritos em papel e pendurados como etiquetas de vendas, codificados com três cores para melhor caracterizar as áreas com risco grande, médio e pequeno – respectivamente vermelho, laranja e amarelo. Deste modo, diversas dimensões encontravam-se representadas: os nomes dos territórios e seu grau de risco sobre os papéis em três cores, as seis categorias nas linhas coloridas amarradas no palito e, também a ordem de classificação dos territórios de acordo com o grau de ameaça. O problema estava em como estruturar os cem palitos no formato aproximado de um cocar. Decidiu-se, então por colar os palitos em um suporte de papel pluma branco, formando um “u” invertido. As tiras de papel com os nomes foram penduradas de forma a permitir o manuseio e exibir, alternadamente, o nome do território e a nota correspondente à sua integridade territorial, de 0 a 0,5 (Figura 8).



Figura 8: Visualização de Territórios Indígenas ameaçados. Tiras de papel com os nomes dos territórios indígenas Fonte: Fotografia da autora, Luana Carolina da Silva

As TIs mais atingidas marcadas com etiquetas vermelhas foram colocadas no topo do “cocar”. São 34, de Kwazá do Rio São Pedro (0) à Acapuri de Cima (0,4). Em seguida, há as 33 TIs com etiquetas laranja que vão de Acimã (0,4) à Sawre Muybu (0,49). Nas pontas inferiores, as 33 TIs indicadas com etiquetas amarelas, de Alto Rio Guamá (0,5) ao conhecido território Yanomami (0,5).

Algumas dificuldades foram observadas apenas após a finalização da obra. Os papéis com os nomes e indicadores dos territórios ficaram muito grandes, chegando a se sobrepor às linhas coloridas dos palitos. O suporte onde os palitos foram colados permitiu a fixação da obra e seu transporte, porém em detrimento da constituição tridimensional da obra.



Figura 9: Visualização de Territórios Indígenas ameaçados. Vista geral. Fonte: Fotografia da autora, Luana Carolina da Silva

4 A ESCOLHA DOS TEMAS DAS ESCULTURAS DE DADOS

Nas escolhas dos tópicos abordados pelos alunos para a produção da visualização física observou-se uma identificação com temas sociais: tráfico de escravos africanos, terras indígenas e desmatamento da floresta amazônica. Todos esses temas encontram-se relacionados às origens do Brasil ou ao seu desenvolvimento. A intenção dos alunos, ao criar as visualizações, foi ampliar a discussão sobre assuntos relevantes, mas pouco explorados e transmitir conhecimento. No processo de desenvolvimento das esculturas, as descobertas obtidas a partir dos dados apresentaram-se como mais um estímulo para os alunos

Neste contexto, embora sem intenção de apresentar uma relação de causalidade com os temas escolhidos, menciono um vídeo discutido em sala onde se apresenta o livro “Factfulness: o hábito libertador de só ter opiniões baseadas em fatos”, último trabalho de Hans Rosling, em colaboração com seu filho e nora (ROSLING; ROSLING; RÖNNLUND, 2018).

Hans Rosling foi um médico sueco, acadêmico, e fundador da Fundação Gapminder, que desenvolveu um software de visualização de dados para exploração de temas relacionados ao desenvolvimento global e social. Livro e vídeo explicam como a maior parte das pessoas, inclusive as mais cultas, têm uma visão equivocada do que acontece no planeta em relação à pobreza, saúde e educação, por exemplo. Em geral, a sua compreensão é pior do que a realidade devido a uma visão de mundo baseada em informações desatualizadas. O vídeo mostra alguns testes realizados

pelos autores onde o público, muitas vezes constituído por especialistas altamente qualificados, obteve um resultado “pior do que os chimpanzés em questões sobre o mundo contemporâneo. Ao comparar as possíveis escolhas de um chimpanzé diante dos testes, Rosling considera uma resposta aleatória entre três como uma possibilidade aproximada de 33% de acerto”. Deste modo, “pior do que os chimpanzés” significa um índice de acerto abaixo de um terço (ROSLING; ROSLING; RÖNNLUND, 2018). Para Rosling, este alto índice de respostas equivocadas deve-se a múltiplos fatores e a solução seria construir desenvolver uma visão de mundo baseada em fatos, ou seja, em dados.

Não se busca afirmar se as ideias de Hans Rosling tiveram influência sobre as escolhas temáticas dos alunos. O importante é ressaltar que, com suas escolhas, eles mostraram compreender os objetivos das visualizações de dados em tornar visível o invisível.

5 OBSERVAÇÃO DE PROBLEMAS NO DESENVOLVIMENTO DE VISUALIZAÇÕES FÍSICAS

No processo de desenvolvimento de visualizações físicas para a disciplina do curso Comunicação Visual Design, que foi consolidado com a escrita posterior solicitada para este artigo, foram evidenciados quatro problemas: coleta e compreensão dos dados, descrição do projeto, materialidade dos dados e, avaliação do conhecimento transmitido e dos sentimentos despertados.

5.1 Coletar e compreender os dados

Durante a organização deste artigo, diversas questões sobre o uso dos dados tiveram que ser reencaminhadas aos autores das visualizações. Nenhum deles havia informado precisamente de onde haviam retirado os dados. Na maioria das vezes apenas constava uma menção ao site. Também não foi descrito o tipo de operações realizadas nos dados, embora estas questões constassem da lista de perguntas-guia.

Os três trabalhos analisados apresentaram diferentes abordagens sobre os dados. Apenas o que tratou do tráfico de escravos africanos trabalhou diretamente sobre dados para os quais não existia nenhuma visualização. No desenvolvimento desta escultura, o aluno fez a coleta dos dados e desenvolveu o seu raciocínio sobre a planilha, inclusive organizando a correspondência entre cores e regiões, e entre o número de africanos e a quantidade de miçangas a serem empregadas. No trabalho sobre os territórios indígenas, o site disponibilizava uma visualização que permitia a comparação entre os diversos indicadores disponibilizados. A aluna fez o download dos dados em formato csv e organizou uma planilha apenas com os dados de integridade territorial, seu campo de interesse. Na escultura sobre dados de desmatamento, a aluna transcreveu os dados encontrados em um gráfico de barras. Esses dados foram somados com os dados de desmatamento dos anos anteriores de forma cumulativa em um processo que pode ser questionado por não considerar que uma área pode ser desmatada mais de uma vez, principalmente quando se pesquisa

em um período de 25 anos. De qualquer forma, tal soma, de forma alguma, invalida o processo ou a visualização resultante.

De maneira geral, ficou o sentimento de que, uma vez realizados a coleta e uso de dados, estes não eram mais tão importantes a ponto de merecerem maior precisão no texto de apresentação do trabalho, mesmo que estas perguntas tenham sido feitas. Além disso, no desenvolvimento do curso, foram observadas muitas dificuldades na escolha e obtenção dos dados, conforme já mencionado neste artigo. Tal processo é reconhecidamente complexo e vagaroso, por isso requer maior atenção. No curso, o trabalho demandado pela organização dos dados forçou à uma compressão da parte final de desenvolvimento que compreende a escolha e emprego de materiais. Deste modo, recomenda-se que um curso sobre visualização de dados ofereça mais atividades práticas com coleta e uso de dados, além de antecipar a pesquisa e escolha dos temas e seus respectivos dados.

5.2 Descrição do projeto

A descrição de um projeto de visualização deve oferecer o maior número de informações possíveis que possibilite ao leitor seguir os passos que foram realizados. Isso inclui as pesquisas iniciais sobre o tema; a coleta, seleção e cálculos realizados com os dados; e, claro, as decisões de mapeamento. Manovich já havia observado que o mapeamento de dados pode advir tanto de escolhas motivadas, quanto de decisões arbitrárias e que, muitas vezes, se perguntou por que o artista escolheu um determinado mapeamento dentre tantas outras possibilidades (MANOVICH, 2004, p. 159). No campo do design, a explicitação em formato estruturado dos procedimentos empregados em um projeto nem sempre se mostra possível ou eficiente. De fato, observa-se que boa parte das decisões tomadas nos projetos de visualização foram intuitivas. Faz-se necessária a inclusão de abordagens teóricas sobre o papel da intuição na metodologia do design (BADKE-SCHAUB; ERIS, 2014).

Nos projetos de visualização desenvolvidos, talvez pela constância das decisões tomadas de forma intuitiva ou arbitrária, os textos apresentados pelos alunos, muitas vezes, omitiram as escolhas do material empregado, do mapeamento e mesmo do tipo de manipulação realizada sobre os dados. Por outro lado, dois dos alunos enfatizaram vigorosamente a pesquisa de referenciais imagéticos utilizados, inclusive incluindo algumas imagens ao texto. A recomendação para um curso de visualização de dados que venha a ser ministrado no futuro é no sentido de solicitar relatórios periódicos ao longo das etapas do processo, de forma a estimular um olhar mais atento do raciocínio envolvido nas decisões tomadas.

5.3 Materialidade dos dados

Em pelo menos um momento do processo de elaboração das esculturas físicas, cada um dos alunos encontrou algum tipo de dificuldade relacionada à escolha ou ao uso do material. A aluna que criou a obra sobre desmatamento na Amazônia passou por diversos contratempos até descobrir como cortar e colar a placa de Poli. A aluna que produziu o “cocar” dos Territórios Indígenas, apesar de ter realizado

testes anteriores de pintura sobre a madeira dos palitos, teve contratempos em relação à fixação deles sobre o suporte e, também, na decisão quanto ao tamanho das etiquetas com o nome dos territórios. Finalmente, o aluno que desenvolveu a visualização sobre o tráfico de escravos encontrou dificuldade no mapeamento do número de africanos por miçanga, o que o levou de volta à loja para fazer troca de material. Felizmente, neste último caso, como o aluno trabalhou com mais antecedência, conseguiu obter uma melhor solução dentro do prazo.

A enorme gama de materiais que podem ser usados em uma visualização física dificulta a possibilidade de abordagem desta etapa em sala de aula. Como seria possível tratar das possibilidades de materiais tão variados? Neste caso, a recomendação é para que os alunos, assim como os praticantes do campo da visualização de dados física, dediquem tempo para a realização de mockups ou protótipos parciais das suas obras, algo que foi realizado apenas pelo aluno do projeto do tráfico de escravos. A criação de modelos, em escala ou parciais, pode demandar tempo e recursos iniciais, mas, por outro lado, pode prevenir erros e descaminhos do projeto, e poupar custos com finalizações com materiais inadequados. O tipo de protótipo deve ser pensado para cada situação e, em alguns casos, pode envolver testes simples com corte ou colagem de uma amostra de material adquirida sem custos. Além disso, seria interessante que os alunos conseguissem criar previamente uma lista de cada uma das etapas necessárias para a construção da sua obra, incluindo material a ser usado e o tratamento requisitado por ele. Esta listagem poderia colaborar posteriormente na compreensão das dificuldades encontradas no processo.

5.4 Avaliação do conhecimento transmitido e sentimentos despertados

Avaliações e testes são comumente encontrados nas etapas finais do desenvolvimento de visualizações. No entanto, até o presente momento, tem-se conhecimento de um único teste de avaliação realizado com visualizações físicas (JANSEN; DRAGICEVIC; FEKETE, 2013). Este teste focou apenas em gráficos de barra, mas considerou a possibilidade de extensão das conclusões encontradas para outros tipos de visualizações tridimensionais. Concluiu que, idealmente, uma visualização física deva ser construída de forma a permitir manipulação direta. Considerações relativas ao tamanho e uso de materiais ficaram fora do escopo da pesquisa.

Os testes realizados no artigo mencionado constituem a primeira etapa de um dos maiores desafios colocados para alunos e designers de visualizações físicas: encontrar formas de analisar se o conteúdo das suas obras está sendo compreendido pelo seu público, se é capaz de produzir algum sentimento ou sensação e, se for o caso, entender como isso acontece. Recomenda-se que os próximos cursos em visualização de dados favoreçam a realização de testes neste sentido.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os objetivos deste artigo ultrapassaram a análise sobre o desenvolvimento de visualizações físicas desenvolvidas na disciplina do curso Comunicação Visual Design. Os problemas observados apresentam desafios a serem abordados nas próximas edições do curso, mas que são também importantes no design de visualizações físicas ou escultura de dados. O exercício de uma análise retrospectiva dos projetos permitiu a compreensão das ações que devem ser tomadas em ambas as situações. Tais ações devem focar na coleta e entendimento dos dados; na necessidade de elaboração descritiva do projeto; nas escolhas e no emprego de materiais; e na elaboração de testes capazes de avaliar a transmissão de conhecimento e os sentimentos despertados pela obra. Conclui-se que a elaboração futura destes problemas será útil no design de esculturas de dados e podem constituir importantes fundamentos de pesquisa.

REFERÊNCIAS

- ARNHEIM, R. *Arte e percepção visual: uma psicologia da visão criadora*. 3a ed. São Paulo: Enio Matheus Guazzelli & Cia. Ltda., 1986. ISBN: 978-85-221-0148-1.
- BADKE-SCHAUB, P.; ERIS, O. A Theoretical Approach to Intuition in Design: Does Design Methodology Need to Account for Unconscious Processes? In: CHAKRABARTI, A.; BLESSING, L. T. M. (Orgs.). *An Anthology of Theories and Models of Design*. London: Springer London, 2014. p. 353. ISBN: 978-1-4471-6337-4, DOI: 10.1007/978-1-4471-6338-1.
- CARD, S. K.; MACKINLAY, J. D.; SHNEIDERMAN, B. *Readings in information visualization: using vision to think*. San Francisco, Calif: Morgan Kaufmann Publishers, 1999. 686 p. ISBN: 978-1-55860-533-6.
- ELTIS, D. *Slave Voyages. Trans-Atlantic Slave Trade - Understanding the Database - Methodology. Slave Voyages. Explore the dispersal of enslaved africans across the atlantic world*. 2018. Disponível em: <https://www.slavevoyages.org/voyage/about>. Acesso em: 21 ago. 2019.
- FRICK, L. *7 Stages of ALS*. Laurie Frick. 2010. Disponível em: <https://www.lauriefrick.com/7-stages>. Acesso em: 24 ago. 2019.
- HEINICKER, P. *Good Night SMS*. 2015. Disponível em: <http://paulheinicker.com/goodnightsms/>. Acesso em: 24 ago. 2019.
- JANSEN, Y. et al. *Opportunities and Challenges for Data Physicalization*. In: *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems - CHI '15*. Seoul, Republic of Korea: ACM Press, 2015. Disponível em: <http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=2702123.2702180>. Acesso em: 26 ago. 2019. ISBN: 978-1-4503-3145-6, DOI: 10.1145/2702123.2702180.
- JANSEN, Y.; DRAGICEVIC, P.; FEKETE, J.-D. *Evaluating the efficiency of physical visualizations*. In: *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems - CHI '13*. Paris, France: ACM Press, 2013. Disponível em: <http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=2470654.2481359>. Acesso em: 24 ago. 2019. ISBN: 978-1-4503-1899-0, DOI: 10.1145/2470654.2481359.
- KOFFKA, K. *Principles of Gestalt Psychology*. London: Kegan Paul, Trench, Trubner & Co, Ltd., 1936.
- LUPTON, D. *Feeling your data: Touch and making sense of personal digital data*. *New Media & Society*, [s.l.], v. 19, no 10, p. 1599–1614, 2017. ISSN: 1461-4448, 1461-7315, DOI: 10.1177/1461444817717515.
- MANOVICH, L. *A visualização de dados como uma nova abstração anti-sublime*. *Arte & Ensaios*, [s.l.], v. 11, p. 134–143, 2004. ISSN: 2448-3338.
- MUNZNER, T. *Visualization Analysis and Design*. Boca Raton: CRC Press, Taylor & Francis Group, 2015. ISBN: 978-1-4665-0893-4.
- NORMAN, D. A. *Design emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia*. Rio

de Janeiro: Rocco, 2008. ISBN: 978-85-325-2332-7.

ROSLING, H.; ROSLING, O.; RÖNNLUND, A. R. Factfulness: ten reasons we're wrong about the world and why things are better than you think. London: Sceptre, 2018. 342 p. ISBN: 978-1-4736-3748-1.

SILVA, Marcos Vinícius Moura. Violência LGBTfóbicas no Brasil: dados da violência. Ministério dos Direitos Humanos. Secretaria Nacional de Cidadania., , 2018. Disponível em: <<https://www.mdh.gov.br/biblioteca/consultorias/lgbt/violencia-lgbtfobicas-no-brasil-dados-da-violencia>>

TERRABRASILIS, I. TerraBrasilis. 2018. Disponível em: http://terrabrasilis.dpi.inpe.br/app/dashboard/deforestation/biomes/legal_amazon/rates. Acesso em: 24 ago. 2019.

TERRAS+. Terras+ | Sobre. Terras+. 2018. Disponível em: <https://terrasmais.eco.br/v1/about/?lang=pt-br>. Acesso em: 24 ago. 2019.

THUDT, A. Life in Clay. Life in Clay. 2015. Disponível em: <http://life-in-clay.alicethudt.de/>. Acesso em: 24 ago 2019.

TUFTE, E. R. The visual display of quantitative information. 2nd ed ed. Cheshire, Conn: Graphics Press, 2001. 197 p. ISBN: 978-0-9613921-4-7.

VANDE MOERE, A. Beyond the Tyranny of the Pixel: Exploring the Physicality of Information Visualization. In: 2008 12th International Conference Information Visualisation. London, UK: IEEE, 2008. Disponível em: <http://ieeexplore.ieee.org/document/4577990/>. Acesso em: 01 abr. 2019. ISBN: 978-0-7695-3268-4, DOI: 10.1109/IV.2008.84.

WARE, C. Information visualization: perception for design. 2. ed. Amsterdam: Elsevier, 2009. 486 p. ISBN: 978-1-55860-819-1.

WILSON, M. How GM Is Saving Cash Using Legos As A Data Viz Tool. Fast Company. 2012. Disponível em: <https://www.fastcompany.com/1669468/how-gm-is-saving-cash-using-legos-as-a-data-viz-tool>. Acesso em: 24 ago. 2019.

Irene Mendonça Peixoto¹

Existência Numérica *Numerical Existence*

A exposição Existência Numérica, concebida por Barbara Castro e Luiz Ludwig com curadoria de Doris Kosminsky, apresentou no Oi Futuro uma seleção de obras de oito artistas brasileiros e estrangeiros criadas a partir da visualização de dados. As imagens expostas, além de provocarem discussões sobre temas relevantes da sociedade contemporânea atravessada pela expansão tecnológica, nos surpreendem com a insuspeitada carga poética que fluxos de dados quantitativos, aparentemente áridos, podem conter.

Para navegar nesse vasto oceano de informações codificadas em algoritmos e números será preciso aprender a lidar com uma subjetividade descorporificada, sobre qual a vigilância e o controle das redes não nos oferecem mais o benefício da distração. Diferentemente de nosso concreto mundo real, no ambiente digital, as marcas de nossa passagem não se cobrem de areia e nem se ocultam em meio a tantas outras ao longo do tempo. Ao contrário, somos rastreados em tempo real. Nossos desejos, afinidades e aversões são revelados e armazenados por quantitativos numéricos obtidos à revelia enquanto interagimos virtualmente uns com os outros.

Os artistas da mostra, ao darem visualidade à essa invasão, nos forçam a pensar nela e ao agregarem a essa visualidade uma poética, nos fazem transcendê-la rumo a outras dimensões da existência humana.

A exposição se inicia com quatro obras do cientista da computação Pedro Miguel Cruz, de origem portuguesa, que afirma seu hibridismo com a arte e o design, concebendo analogias criativas a partir de dados digitais. Logo na entrada somos impactados com a obra Vasos sanguíneos de Lisboa (2013) que nos apresenta a imagem de um coração pulsante. A obra tem sua origem nos dados de tráfego de veículos de Lisboa, a partir dos quais o artista vislumbrou, na geografia da cidade, a forma de um coração. Essa analogia poética resultou um mapa agitado e vivo da cidade que aborda as questões da mobilidade urbana como um sistema cardiovascular, onde o fluxo sanguíneo do trânsito se contrai e se expande, congestionando as vias como se fossem artérias, enfatizando o tempo dos deslocamentos e não as distâncias percorridas.

Na parede ao lado temos a obra Dendrocronologia da Imigração (2018) que estabelece um interessante jogo de semelhanças com os anéis de crescimento visíveis nos cortes das árvores, capazes de revelar as intempéries ambientais às quais foram submetidas. O

¹ Formada em Design pela Escola de Belas Artes - UFRJ, pós-graduada pela École Supérieure des Arts Modernes - Paris, mestre pela Escola de Comunicação - UFRJ e doutora em Artes Visuais pelo Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais EBA-UFRJ. E-mail: peixotoirene@gmail.com.
Existência Numérica: Oi Futuro, Rio de Janeiro – 18 de setembro a 18 de novembro de 2018.

artista tira partido da mesma dinâmica formal dos anéis para indicar o ciclos migratórios que se alargam e se estreitam conforme os períodos históricos de prosperidade e paz das regiões mapeadas. A obra é composta por dois instigantes painéis de grande formato com uma vistosa paleta de cores que permite a visualização comparativa das diferentes origens dos imigrantes, ordenando em cada imagem os dados de imigração para os Estados Unidos a partir de 1830 e da migração interna para o Estado do Rio de Janeiro desde a década de 1960.

A seguir temos a terceira obra de Pedro Miguel, *O Declínio dos Impérios* (2010), que por meio de uma animação computacional gerada a partir de dados propõe um atraente balé visual de círculos coloridos que mostram a expansão e o declínio dos quatro maiores impérios marítimos (Inglaterra, França, Espanha e Portugal). Os diâmetros dos círculos de diversas cores que representam cada Império variam ao sabor da história, crescendo a cada conquista colonial ou encolhendo e fragmentando-se em círculos menores em decorrência dos processos de independência. Um dos aspectos marcantes da obra é perceber que a abstração do mapa geográfico não compromete a informação, ao contrário, o caráter poético da visualização potencializa a sua compreensão.

A quarta obra desse artista, *Uma Sociedade Ego-altruísta* (2018), provoca uma reflexão sobre a dicotomia clássica do nosso comportamento social, que nos divide entre egoístas e altruístas, inspirado no livro *"A Nascente"*, de Ayn Rand (1905-1982). O sistema generativo exibido no vídeo apresenta de forma bem marcada a atividades desses dois extremos. Os grupos, diferenciados pelas cores vermelha e amarela, aglutinam-se ou rejeitam-se mutuamente, podendo também multiplicar-se ou extinguir-se conforme as suas inclinações de comportamento. A fluidez das formas sinuosas exibidas na animação contrastam com a dura apologia individualista assumida pela romancista. Na visualização, linhas de texto do livro, questionando o altruísmo, passam velozes representando a energia dispersa em todo o ambiente da obra.

Dando prosseguimento à visita encontramos a obra dos designers alemães Till Nagel e Christopher Pietch, *Fluxos da Cidade* (2015-2018), que transforma dados do sistema de compartilhamento de bicicletas nas cidades do Rio de Janeiro, Londres e Nova York em uma chamativa e coerente visualização interativa exibidas em três telas de 60 polegadas. Esse projeto foi desenvolvido com o apoio do primeiro Laboratório de Complexidade Urbana da Universidade de FH Potsdam, criado para ser um centro de pesquisas que atua entre o Departamento de Design e o Instituto de Estudo Aplicados para Futuros Urbanos, parcialmente apoiado pela cooperação HERE.

A obra seguinte, *Disritmia*, da artista-pesquisadora e designer Bárbara Castro, é uma instalação interativa que nos faz refletir sobre as forças vitais e a conectividade. A obra conjuga três tipos de dados em cores diferentes: azuis para dados meteorológicos da cidade do Rio de Janeiro, vermelhos para os batimentos cardíacos da artista coletados em tempo real ao longo do período da exposição e amarelos para a participação do visitante que ao pressionar um botão gera um fluxo de números

indicadores de sua presença e interação com a obra. A conectividade desses grupos de números tão heterogêneos faz com que eles se harmonizem em uma visualização de forte apelo estético. Os movimentos das formas luminosas variam segundo o ritmo das conexões e velocidades de seus respectivos dados, colorindo por dentro e por fora um grande círculo branco que, preso à parede, se oferece à contemplação.

Antes de passarmos para a segunda galeria nos deparamos com a imagem de uma cascata de nomes da obra Rede de Nós, dos pesquisadores Doris Kosminsky e Claudio Esperança. A projeção interativa visualiza dados do IBGE de prenomes de brasileiros, nascidos a partir da década de 30. Quanto maior a recorrência do nome, maior o seu tamanho, maior o volume do fluxo contínuo projetado. Os visitantes quando interagem com a obra em busca do próprio nome são fotografados e sua imagem é integrada à visualização. A sensação curiosa de ver o próprio nome se multiplicando em vários tamanhos provoca um deslocamento de nossa identidade, antes percebida como única, para um pertencimento coletivo um tanto ambíguo, que suscita dúvidas em relação à nossa existência em rede. A obra articula discussões contemporâneas sobre os perfis falsos e a convivência com robôs que tanto polemizam o lugar do indivíduo no ambiente digital.

Adentrando a segunda galeria, Luiz Ludwig apresenta a obra Discurso do Artista (2018), que questiona a formação dos múltiplos discursos artísticos construídos incessantemente por aqueles que produzem e consomem a arte. A instalação, composta por um computador e uma impressora matricial, é alimentada em tempo real por informações extraídas de forma sistemática e automatizada em sites de galerias e prêmios. A impressão matricial, ruidosa e constante, é uma advertência à verborragia, muitas vezes hermética e inacessível, que dificulta a comunicação da arte com o seu público.

Finalizando a exposição encontramos o ambiente escuro da obra O apagar das Luzes (2018), de Alice Bodansky. O trabalho é uma escultura paramétrica luminosa que visualiza os dados de orçamento de investimentos em Ciência e Tecnologia (C&T) dos últimos 18 anos a partir de informações disponíveis no site oficial do Ministério da Ciência. A forma escultórica sugere uma pilha de moedas cujos diâmetros se alargam ou se apequenam conforme o valor do investimento no setor. A projeção de luz no ambiente expositivo também aumenta ou diminui, colocando às claras as datas de maior e menor valorização da ciência e pesquisa científica no Brasil. Cabe ao público ponderar sobre as razões e consequências de períodos pouco luminosos para o futuro do país.

A exposição Existência Numérica evidencia não apenas a importância de transformar dados, esse vasto campo invisível que nos circunda, em informação visível, mais do que isso, a arte da visualização de dados, ao assumir a ousadia de dar forma a esse território abstrato de fronteiras difusas e mutantes, tangencia valores estéticos fundamentais no discurso da arte moderna e contemporânea, tais como aqueles implicados na noção do sublime.

A experiência do sublime na arte é tudo aquilo sobre o qual não podemos falar de forma unívoca e direta. Suas imagens se referem ao infinito, configurando

o colapso da representação. O sublime nos exige a representação da totalidade, do absoluto, algo que está fora do alcance de nossos sentidos. A partir desse pensamento, Manovich (2004) dirá que a arte da visualização de dados se interessa pelo anti-sublime. Se os românticos sentiram-se impotentes para representar o infinito e os modernos só conseguiram representá-lo por meio de sua ausência, coube aos artistas da visualização de dados a conquista de exibir diversas representações visuais do ilimitado, tanto no macro quanto no micro. Ao mesmo tempo, o autor adverte que outro desafio se coloca frente a tantas possibilidades de tornar visível o invisível: como fugir da arbitrariedade, como os artistas poderão motivar as suas escolhas por esta ou aquela representação visual?

As obras apresentadas nessa exposição respondem a esse desafio, dando primazia à narrativa poética dos números para além da informação acessível. Ao investigar as tessituras do real com o imaginário por meio de dados, mais do que gerar visibilidades, as obras transformam quantitativos numéricos em histórias capazes de serem vividas. A arte da visualização de dados, ao poetizar o que os números dizem, nos convida a habitar o infinito.

REFERÊNCIAS

MANOVICH, L. "A visualização de dados como uma nova abstração anti-sublime". Arte e Ensaios 11. Ed. PPGAV – EBA/UFRJ, 2004.