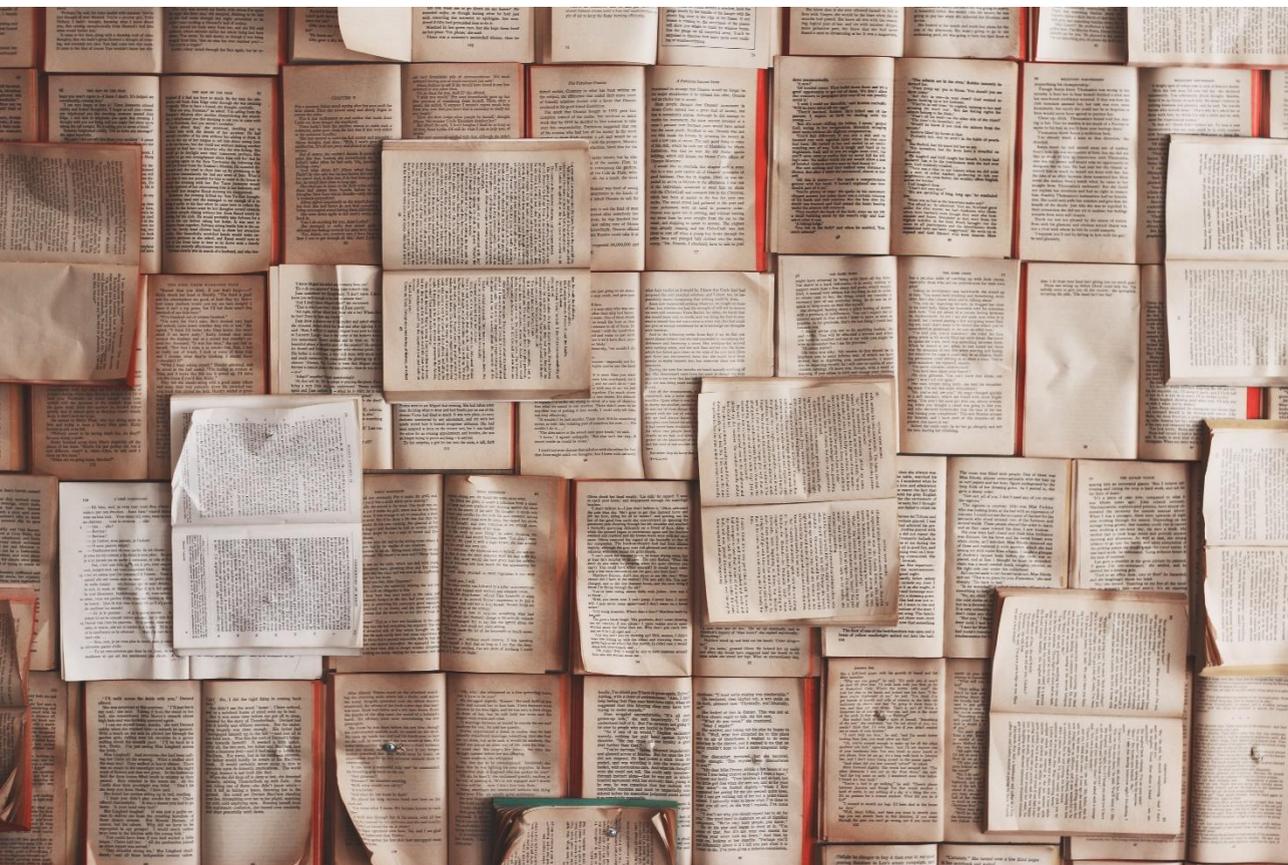


# Revista Comunicando

E-ISSN 2182-4037



**N.º I**  
**Vol. 7**

## Fenómenos comunicativos e sociológicos

**Equipa Editorial**

Fábio Ribeiro, Mafalda Oliveira e Renata de Freitas

**SOPCOM**  
Associação Portuguesa de  
Ciências da Comunicação

**Rev  
Com**

# Revista Comunicando

E-ISSN 2182-4037



**N.º I**  
**Vol. 7**

**Fenómenos comunicativos  
e sociológicos**

**Equipa Editorial**

Fábio Ribeiro, Mafalda Oliveira e Renata de Freitas

**SOPCOM**  
Associação Portuguesa de  
Ciências da Comunicação

# Revista Comunicando - Volume 7 | Número 1

**Título** | Revista Comunicando (Vol. 7, N.º1) - Fenómenos comunicativos e sociológicos

**Equipa Editorial** | Fábio Ribeiro, Mafalda Oliveira e Renata de Freitas

**Conselho Editorial** | Ana Catarina Pereira (LabCom.IFP - UBI); Ana Lúcia Terra (IPP); Anabela Gradim (LabCom.IFP - UBI); António Fernando Cascais (CIC.Digital - UNL); António José Ferreira Bento (UBI); Armando Malheiro (FLUP); Carla Cerqueira (CECS-UM & ULP); Catarina Moura (UBI); Cátia Ferreira (FCH - UCP); César Neto (IPL & Plataforma Portuguesa das ONGD); Daniela Fonseca (DLAC-UTAD); Dione Oliveira Moura (UnB); Elsa Costa e Silva (CECS-UM); Fernanda Ribeiro (FLUP); Fernando Paulino (UnB); Filipa Subtil (ESCS - IPL); Francisco Mesquita (UFP & GT de Publicidade Sopcom); Gisela Gonçalves (UBI); Gil Baptista Ferreira (IPC & LabCom-IFP); Helena Lima (FLUP); Helena Pires (CECS-UM); Inês Aroso (DLAC-UTAD); Isabel Ferin Cunha (UC); Isabel Macedo (CECS - UM); Ivone Ferreira (FCSH-NOVA & ESEV); Jean-Martin Rabot (CECS-UM); Joana Gallego (Observatorio para la Igualdad & UAB); João Canavilhas (LabCom.IFP - UBI); Joaquim Fidalgo (CECS-UM); Joaquim Paulo Serra (UBI); Jorge Martins Rosa (FCSH-NOVA); Jorge Veríssimo (ESCS - IPL); José Gomes Pinto (ULHT); Juan José Perona (UAB); Lídia Oliveira (DigiMedia - UA); Luís Bonixe (IPPortalegre); Luís Carlos Nogueira (LabCom.IFP - UBI); Luís Pereira (UCoventry); Madalena Oliveira (CECS - UM); Margarida Toscano; Marisa Torres da Silva (FCSH-NOVA); Mirian Tavares (UAIG); Moisés de Lemos Martins (CECS - UM); Óscar Mealha (UA); Patrícia Teixeira (CIC.Digital/CIMJ); Pedro Portela (CECS-UM); Rosa Cabecinhas (UM); Samuel Mateus (UMa; LABCOM.IFP & CIC.Digital); Sandra Marinho (UM - CECS); Sara Pereira (CECS - UM); Silvana Mota-Ribeiro (CECS - UM); Sílvio Santos (Ceis20 - UC); Soraya Barreto Januário (UFPE); Suzana Cavaco (FEP); Teresa Ruão (CECS - UM); Tito Cardoso e Cunha (LabCom.IFP - UBI); Vania Baldi (UA); Vítor de Sousa (CECS-UM)

**Revisores deste número** | Ana Catarina Pereira (LabCom.IFP - UBI); Ana Lúcia Terra (IPP); António Fernando Cascais (CIC.Digital - UNL); Armando Malheiro (FLUP); Carla Cerqueira (CECS-UM & ULP); Catarina Moura (UBI); Cátia Ferreira (FCH - UCP); Daniela Fonseca (DLAC-UTAD); Fernanda Ribeiro (FLUP); Fernando Paulino (UnB); Filipa Subtil (ESCS - IPL); Francisco Mesquita (UFP & GT de Publicidade Sopcom); Inês Aroso (DLAC-UTAD); Isabel Macedo (CECS - UM); Joaquim Fidalgo (CECS-UM); Jorge Martins Rosa (FCSH-NOVA); José Gomes Pinto (ULHT); Lídia Oliveira (DigiMedia - UA); Luís Carlos Nogueira (LabCom.IFP - UBI); Luís Pereira (UCoventry); Mirian Tavares (UAIG); Samuel Mateus (UMa; LABCOM.IFP & CIC.Digital); Suzana Cavaco (FEP); Tito Cardoso e Cunha (LabCom.IFP - UBI)

**Capa** | Mafalda Oliveira

**Imagem** | [https://unsplash.com/photos/OaQk7qqNh\\_c](https://unsplash.com/photos/OaQk7qqNh_c) - Licença Creative Commons Zero (CC0)

**Paginação** | Mafalda Oliveira

**Revisão** | Fábio Ribeiro, Mafalda Oliveira e Renata de Freitas

**Data** | dezembro de 2018

**Apoio e Edição** | Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (Sopcom)

**E-ISSN** | 2182-4037

**Nota Editorial** | Esta publicação rege-se pelo Novo Acordo Ortográfico, ainda que se tenha dada, aos autores dos artigos, autonomia para a escolha da regra ortográfica a seguir. Informações, referências, textos e imagens são da responsabilidade dos autores.

# Índice

Nota da Equipa Editorial   .....	7
Artigos Científicos   .....	11
<b>I. Construções Sociecontemporâneas</b> .....	13
A acessibilidade como fator crítico no acesso à informação por pessoas com paralisia cerebral: Uma reflexão a partir dos paradigmas de informação e comunicação .....	15
"Bela, descontrolada e do Planalto": A representação da mulher na mídia e a construção da identidade feminina a partir da comparação entre Dilma Rousseff e Marcela Temer .	39
<b>II. Novas Realidades e Prospecções sobre a Comunicação</b> .....	59
A Construção Social do Eu através da experiência nas Redes sociais – Hipermodernidade, Leveza e Adolescência .....	61
A cultura de convergência nas redes sociais: Análise netnográfica de uma página de Facebook .....	88



## | Nota da Equipa Editorial |



# Nota da Equipa Editorial

## Revista Comunicando

### Volume 7, Número 1

Este número da *Revista Comunicando* (vol. 7, n.º 1) apresenta um conjunto de quatro artigos científicos que visam, de forma modesta, apoiar o alargamento da compreensão sobre diversos fenómenos comunicativos e sociológicos que fazem parte de diversas rotinas quotidianas. Na verdade, desde que esta publicação, editada pela Sopcom – Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação –, passou a prescindir da opção de sujeitar os autores a uma orientação temática, o resultado tem sido muito semelhante ao que se verifica neste número. Uma edição repleta de diferentes abordagens científicas, sobre problemáticas distintas, mas que podem ter o propósito de amplificar o eventual leque de interessados, bem como o de promover uma reflexão multifacetada em sintonia com a complexidade do entendimento da comunicação na atualidade.

Inspirados por esta premissa, este número oferece, genericamente, contributos de autores portugueses e brasileiros, sobre o acesso à informação, questões de representatividade de género, e ainda novas metodologias de investigação em redes sociais. Não obstante a heterogenia dos contributos aqui publicados, pode vislumbrar-se uma certa organização temática, entre questões de pendor mais teórico e conceptual a abordagens que claramente apontam a horizontes e metodologias futuras.

Neste sentido, o artigo inaugural, intitulado “A acessibilidade como fator crítico no acesso à informação por pessoas com paralisia cerebral: uma reflexão a partir dos paradigmas de informação e comunicação”, de Eliza Ribeiro de Oliveira, da Universidade de Aveiro, procura dar conta como as tecnologias de informação e comunicação podem apoiar decisivamente a acessibilidade aos conteúdos informativos por parte de doentes com paralisia cerebral. Em “Bela, descontrolada e do Planalto”: a representação da mulher na mídia e a construção da identidade feminina a partir da comparação entre Dilma Rousseff e Marcela Temer, da autoria de Marco Túlio Pena Câmara, da Universidade Estadual de Campinas, do Brasil, constata-se que os enquadramentos noticiosos e mediáticos, sobre o papel da mulher, podem apontar a entendimentos totalmente diversos, com inevitáveis constrangimentos políticos e sociais.

Por fim, dois artigos que abordam igualmente uma vertente mais recente da investigação em Ciências da Comunicação. O artigo “A Construção Social do Eu através da

experiência nas Redes Sociais – Hipermodernidade, Leveza e Adolescência”, da autoria de Ana Filipa Oliveira (Universidade do Minho) sublinha o papel que os jovens têm vindo a desempenhar na promoção de uma cultura participativa profundamente dedicada ao fenómeno da web e do digital. O contributo que se segue, “A cultura de convergência nas redes sociais: análise netnográfica de uma página de Facebook”, de Pedro Moura (Universidade do Minho), presta-se indiretamente a um aprofundamento da questão anteriormente sinalizada, concluindo que provavelmente os ideais proféticos da cultura participativa e da convergência, no caso particular dos jovens, estão longe de estar cumpridos.

Os editores agradecem o generoso contributo dos autores neste número, bem como do inestimável Conselho Editorial da revista e dos avaliadores que participaram nesta edição, na certeza de que a validade científica que aqui se submete mereceu o parecer e as recomendações favoráveis dos distintos elementos participativos.

Os editores,  
Fábio Ribeiro  
Mafalda Oliveira  
Renata de Freitas

# | Artigos Científicos |



# **I. Construções Sociecontemporâneas**



## **A acessibilidade como fator crítico no acesso à informação por pessoas com paralisia cerebral: Uma reflexão a partir dos paradigmas de informação e comunicação**

**Autores** **Eliza Ribeiro de Oliveira**

Universidade de Aveiro

[elizaoliveira@ua.pt](mailto:elizaoliveira@ua.pt)

**Resumo** Novos paradigmas e novas realidades insurgem na sociedade humana nos dias atuais, caracterizando uma sociedade que questiona sua cultura de segregação, vislumbrando novos caminhos na inclusão social de pessoas com paralisia cerebral. Este cenário incentiva as pesquisas científicas, contribuindo para a evolução de recursos tecnológicos disponíveis. Neste sentido, a importância das Tecnologias de Informação e Comunicação pode ser percebida em um contexto no qual, não só a informação apresenta papel de destaque, como também as formas de acesso à mesma. O objetivo deste artigo é refletir, à luz dos Paradigmas Tecnológico e da Complexidade, sobre a acessibilidade das pessoas com paralisia cerebral à informação, através do uso das Tecnologias de Informação e Comunicação, apontando os desafios e benefícios inerentes às soluções tecnológicas na construção de uma sociedade igualitária. Tais recursos tecnológicos podem ser considerados Tecnologias Assistivas, uma vez que promovem a acessibilidade de pessoas com paralisias cerebral através das interfaces de utilizador, as quais apresentam-se relevante para a análise proposta no presente documento.

**Palavras-Chave** Acessibilidade; Sociedade da informação; Revolução tecnológica; Complexidade; Transdisciplinaridade

**Abstract** New paradigms and new realities emerge in the human society in current days, characterizing a society that questions its segregation culture, glimpsing new paths towards social inclusion of people with cerebral palsy. This scenario encourages scientific research, contributing to the evolution of available technological resources for

accessibility. Thus, Information and Communication Technologies present significant value in a context that, not only information gained a preeminent role, but also, the ways of access to it. The main goal of this article is to analyze, in the light of Technological and Complexity Paradigms, about the access to information by people with cerebral palsy, through Information and Communication Technologies. These technological resources are considered as Assistive Technology, once they promote accessibility for people with cerebral palsy by using user interfaces, which are especially relevant for the proposal reflection in this document.

**Keywords** Accessibility; Information society; Technology revolution; Complexity; Transdisciplinarity

---

## I. Introdução

A revolução da Tecnologia de Informação (TI) iniciou-se em uma sociedade que foi construída a partir de uma cultura material e se fundamentou nos espíritos libertários emergentes nos anos 60, trazendo consigo a capacidade de penetrabilidade em todos os domínios da atividade humana (Castells, 2005). A trajetória tecnológica acarretou em uma valorização da informação que fundamenta a sociedade atual, determinando o papel fulcral que as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) têm no que refere, não só ao acesso às informações, mas à manipulação do conteúdo informacional. Pode-se dizer que a informação é a matéria-prima e a tecnologia um meio de agir sobre ela, possibilitando o acesso e a difusão do conteúdo informacional para a sociedade (Canabarro & Ramos, 2003).

Castells (2005) inclui entre as TIC o conjunto convergente das tecnologias em computação, que inclui *hardwares* e *softwares*. Adicionalmente, todo dispositivo utilizado para manipular informações em um ambiente digital pode ser enquadrado como um recurso de TIC, pois apresenta função de tornar acessível a informação (Canabarro & Ramos, 2003). A mediação da comunicação através do uso da internet deu origem a uma vasta rede comunicacional virtual que, juntamente com a difusão da tecnologia *wireless* permitiu a comunicação multimodal da informação de qualquer lugar para qualquer destino que possuir infraestrutura apropriada para recebê-la (Castells *et al.*, 2007).

Considerando este cenário, uma das principais características das TICs é a de diminuir a distância entre os seres humanos e a informação. Neste sentido, as tecnologias atuais trazem consigo uma relação homem-máquina que tentam aproximar-se do funcionamento do cérebro humano, tornando a interação do homem com as máquinas o mais natural possível através de novas propostas de tecnologias de interação (Canabarro & Ramos 2003). Tais propostas possibilitam a interação de pessoas com diferentes características e especificidades com, por exemplo, os computadores, contribuindo para a acessibilidade de pessoas com incapacidades (Nielsen, 1995).

De acordo com a legislação brasileira, o termo acessibilidade, presente em diversas áreas de conhecimento apresenta, também na informática, um importante significado:

Acessibilidade representa para o nosso utilizador não só o direito de acesso à rede de informações, mas também o direito de eliminação de barreiras arquitetônicas, de disponibilidade de comunicação, de acesso físico, de equipamentos e programas adequados, de conteúdo e apresentação da informação em formatos alternativos. (Brasil, 2014)

Desse modo, acessibilidade inclui o uso de interfaces que melhor se adequem às necessidades de cada pessoa, de acordo com a sua incapacidade. Atualmente, encontra-se em vigor em todo o mundo políticas que visam garantir o acesso das PNE à informação por Pessoas com Necessidades Especiais (PNE). Neste contexto, as Tecnologias Assistivas (TA) têm sido amplamente utilizadas. TA é definida como o uso de recursos, produtos e serviços que proporcionam independência e autonomia às pessoas que apresentam disfunções (Bersch, 2017). Assim, TAs são comumente utilizadas na reabilitação de pacientes com disfunções motoras como a Paralisia Cerebral (PC).

A PC diz respeito a síndromes clínicas caracterizadas por distúrbios motores e alterações posturais. As disfunções motoras acarretam dificuldades na realização de tarefas diárias, como jogar um jogo ou utilizar um *smartphone*, tornando o acesso à informação comprometido (Cavalcanti & Galvão, 2007).

Apesar de todo o aparato tecnológico e todas as políticas de incentivo à inclusão social de PNE, existe uma grande discriminação das pessoas com PC. Esta não aceitação deve-se muitas vezes ao fato desses indivíduos estarem à margem da sociedade por não seguirem o padrão estético social (Schewinsky, 2004). Esse paradoxo, no qual há intenção de inclusão

da PNE ao mesmo tempo em que impõe conceitos estéticos exigentes que acabam por excluí-las, consolida uma contradição da sociedade atual, que vai de encontro ao paradigma da complexidade de Morin (2011), que leva em consideração a complexidade onde não se pode superar uma contradição.

Este trabalho tem o objetivo de refletir, à luz dos paradigmas tecnológico e da complexidade, sobre a acessibilidade das pessoas com PC no acesso à informação através do uso das TICs, uma vez que podem ser consideradas recursos de acessibilidade. Essa reflexão engloba a apresentação das dificuldades em instaurar uma sociedade genuinamente inclusiva, partindo da premissa de que existe uma cultura que formata um modelo estético disjuntivo. À essa reflexão agregar-se-á conceitos e fundamentações teóricas que embasam a construção da sociedade e cultura contemporânea.

Este artigo está dividido da seguinte forma: na próxima seção será realizado um enquadramento sobre a PC. Posteriormente, o pensamento complexo de Morin será explorado, contextualizando a contradição na Sociedade da Informação (SI) que evolui, tanto no sentido de produzir artefactos para acessibilidade, quanto no sentido de produção de mídias segregadoras. A partir disso, o conceito de TA será trazido no capítulo 4. A seção 5 apresenta o paradigma tecnológico de Castells, com a apresentação das interfaces de usuário. Em seguida será realizada uma discussão, com a junção de todos os assuntos anteriormente tratados e, por fim, a seção 7 apresenta as conclusões. A seleção dos trabalhos que evidenciam as contribuições das TICs para a acessibilidade foi realizada através da procura por contributos do uso das tecnologias na educação e saúde. Em última análise, documentos que comprovam o uso das TAs por profissionais da saúde, nomeadamente terapeutas ocupacionais, foram preferencialmente escolhidos.

## **2. Paralisia Cerebral**

Paralisia Cerebral diz respeito a síndromes clínicas caracterizadas por distúrbios motores e posturais permanentes, podendo ou não estar associada a alterações cognitivas e a distúrbios na fala. Ocorre a partir de uma lesão no cérebro antes dos dois anos de vida. As causas mais comuns são a malformação do sistema nervoso central; fatores genéticos; infecções congênicas; encefalopatias; meningoencefalites, traumas cranioencefálicos e afogamentos

(Reid & Campbell, 2006). A PC afeta cerca de 2 crianças a cada 1000 nascidos vivos em todo o mundo, sendo a característica mais comum de deficiência física grave (Dezoti, 2012; Tôrres *et al.*, 2011).

Os tratamentos de indivíduos com PC ocorrem com uma equipe multidisciplinar de forma paliativa e com o foco em promover a função e independência do indivíduo em maior número de atividades possível, apesar da gravidade do distúrbio. É importante realizar avaliação do sujeito, de forma a identificar em qual contexto seu desenvolvimento está prejudicado (Cavalcanti & Galvão, 2007).

Uma vez que o tratamento precoce é importante e leva a melhores resultados e maior independência e autonomia, é fundamental que a criança seja incluída na sociedade o mais cedo possível. Assim, é orientado aos pais e professores que a criança com PC conviva com outras típicas de sua idade e que frequente a escola, contribuindo para um aprendizado efetivo e uma aceitabilidade por parte dos colegas (Cavalcanti & Galvão, 2007). No entanto, ainda existe uma grande relutância em acolher crianças com PC na sociedade.

As condições culturais e históricas nas quais as sociedades se formam e se alicerçam acabam por impulsionar a instalação de padrões estéticos que, em muitos casos, desfavorecem as pessoas com PC. Todavia já existem políticas públicas que visam garantir a inclusão social e digital desses indivíduos. É neste cenário que se origina uma das contradições do sistema social contemporâneo. Na próxima seção será realizada uma reflexão deste paradoxo com base no paradigma da complexidade, de Morin (2011). A elucidação do dinamismo do preconceito como atitude hostil na sociedade atual terá como base os pressupostos deste paradigma, que permite ser exemplificado a partir da conjuntura na qual se encontram as pessoas com PC.

### **3. A Complexidade de Morin e a Sociedade da Informação**

Como previamente dito, nesta seção o pensamento complexo de Morin será explorado, de modo a ser feita uma contextualização da contradição instalada na SI, nomeadamente no que respeita o acesso à informação por pessoas com PC. Neste momento, tem-se a preocupação de evidenciar que a contradição está no fato de a SI incentivar a igualdade do acesso às informações, (através da evolução das interfaces), ao passo que torna oportuna a difusão de

ideais estéticos tendenciosos (através da evolução das mídias tecnológicas) que, ao contrário de igualar, dissocia os indivíduos. Para isso serão apresentadas fundamentações teóricas que sustentam a contradição na SI, a partir de um retorno histórico sobre o idealismo estético, reflexão sobre a castração da impotência, adequação aos padrões instituídos em prol da sobrevivência, a hegemonia das mídias digitais, entre outros assuntos que no âmbito deste artigo são considerados pertinentes.

“...não é simplesmente a sociedade que é complexa, mas cada átomo do mundo humano.” (Morin, 2011, p. 31). Esta sentença aponta para o princípio do paradigma da complexidade, o qual reconhece a controvérsia, a contradição em todos os domínios universais, inclusive no homem. Seguindo este raciocínio, Morin (2011) afirma que é próprio do fenômeno antropológico a mais alta complexidade, chegando a hipercomplexidade. O autor ainda afirma que a complexidade está onde não se pode superar uma contradição, até mesmo uma tragédia.

A complexidade pode ser vislumbrada no âmbito contemporâneo em que se vive, onde existem relações sociais que tendem a castrar a reflexão sobre a própria impotência, diante de uma ordem social que se diferencia pela estigmatização, ao passo que ambiciona por uma sociedade igualitária. Neste cenário contraditório, o preconceito torna-se frequente, a partir de um processo de construção social, cultural e histórico. Isso vai de acordo com Crochik (1996), quando diz: “Como tanto o processo de se tornar indivíduo, que envolve a socialização, quanto o do desenvolvimento da cultura têm se dado em função da adaptação à luta pela sobrevivência, o preconceito surge como resposta aos conflitos presentes nessa luta” (Crochik, 1997, p. 11).

O ideal estético perpassa por toda a história da humanidade. Na Grécia antiga, a supervalorização do corpo humano incluía-o como sendo belo, forte e útil nas batalhas. Os que não correspondessem a esse ideal eram marginalizados e eliminados da sociedade. Da mesma forma, no Império Romano as pessoas com deficiência eram referidas como monstrosidades, fato que tornava legítima a morte de bebês malformados (Schewinsky, 2004).

Na sociedade contemporânea, onde há um número significativo de nascidos com PC, existe um crescente engajamento no sentido de incluir as pessoas na sociedade de forma autônoma e independente (Oliveira, Sousa, Magalhães, & Tavares, 2015). Um exemplo é a

promulgação de novas leis e convenções que garantem a acessibilidade, os direitos e a liberdade das PNE: “Reafirmam a universalidade, a indivisibilidade, a interdependência e a inter-relação de todos os direitos humanos e liberdades fundamentais, bem como a necessidade de que todas as pessoas com deficiência tenham a garantia de poder desfrutá-los plenamente, sem discriminação” (ONU, 2014).

Com a emergência de novas políticas agregadoras houve o surgimento de soluções para incluir as pessoas na sociedade, com vista a garantir os seus direitos como cidadãos. Assim, o facilitamento do acesso à informação, nomeadamente o acesso à constituição, elucidou e impulsionou os indivíduos na luta pelos direitos humanos. Concomitantemente, na SI, onde a informação é considerada uma incomensurável fonte de recursos para economia mundial, há uma extensa difusão informacional que consolida cada vez mais a influência das mídias sobre a população, levando à uma cultura na qual o indivíduo tem valor pela sua imagem, produção e riqueza (Rodrigues, Simão, Andrade, 2003; Assmann, 2000).

A penetrabilidade das TIC traz consigo um poder de persuasão, através da manipulação do conteúdo informacional que seduz o público. “O mundo das marcas padronizadas e dos bens de consumo se torna simplesmente divertido à luz da imagem da televisão” (McLuhan, 2000, p. 177). Castells (2005), quando se refere ao poder de penetrabilidade das tecnologias afirma que, sendo a informação uma parte integral de toda atividade humana, todos os processos de existência individual e coletiva são diretamente moldados pelo novo meio tecnológico. A partir disso a característica relacionada à penetrabilidade das TICs viabilizou o acesso à informação em todos os estratos sociais, abrangendo as PNE e modificando intensamente os processos de vida dos indivíduos com PC. No entanto, importa aqui ressaltar que isso não diminui a influências das mídias na construção de conceitos estéticos tendenciosos.

Neste cenário, o poder das mídias impõe padrões estéticos e perfis de trabalho cada vez mais exigentes, levando à luta pela sobrevivência do indivíduo. É a partir deste momento que o preconceito surge. O preconceito sofrido pelo objeto (aqui o objeto se refere a pessoa com PC) é fruto de uma cultura que se converteu em mercadoria e que renuncia a liberdade em troca da alienação. O sujeito preconceituoso restringe os seus saberes a partir de determinadas opiniões previamente estabelecidas, impedindo-o de ter conhecimentos sobre

o objeto, o que auxiliaria a repensar as suas posições e a ultrapassar o seu pré-julgamento (Silva, 2006).

Morin (2011) pode ser aqui referido quando fala que o problema da complexidade não está apenas na renovação da concepção do objeto, mas também na reversão das perspectivas epistemológicas do sujeito observador do objeto. As campanhas para a acessibilidades de PNE trazem uma observação mais humanizada do objeto que sofre o preconceito, de modo a aceitar as suas diferenças naturalmente. Schewinsky (2004) expõe essa ideia quando cita Amaral (1995): “Ser diferente não é melhor ou pior, a diferença não é boa ou ruim, maléfica ou benéfica, para usar a terminologia de Laplantin, aviltante ou enaltecadora. A diferença /deficiência simplesmente é” (p.148).

Schewinsky (2004) quando afirma que “A sociedade esmaga o indivíduo que não lhe apraz e impinge a corrupção do ego pela fragilidade” diz sobre uma ameaça imaginária da pessoa com deficiência física para com os outros, a partir do momento em que se torna a personificação do sofrimento, pois nela está contida a fragilidade humana e as limitações. O preconceito materializa-se quando são acionados mecanismos de defesa diante de uma ameaça (Silva, 2006). Desse modo, o preconceito diz mais sobre o preconceituoso do que sobre as características do seu objeto. Um indivíduo que vive sob constantes obrigações e regras sociais com padrões estéticos elevados, impõe a si mesmo exigências que o levam a ser exigentes com o outro (Schewinsky, 2004; Silva, 2006). A este ponto vale dizer que a inclusão de pessoas com PC na sociedade pode ser um impulso para a diminuição do preconceito, pois a convivência, a ambientação e a informação podem diminuir as desigualdades, pois desconstrói a incapacidade. A pessoa com disfunção passa a não ser a personificação da inabilidade e o sujeito observador do objeto caminha para a auto-organização quando aceita o objeto como ele é.

De acordo com Morin (2011), um sistema somente pode ser compreendido se incluirmos o meio-ambiente em que se encontra. O sincretismo da teoria dos sistemas reúne, num sentido, um caldo cultural e, num outro sentido, a confusão, na qual a desordem dá origem à organização. Assim, a necessidade de um sistema em se auto-organizar vai de acordo com os acontecimentos e evoluções que se apresentam no meio-ambiente (Morin, 2011). Pensar no indivíduo preconceituoso como um sujeito individual no sistema social, que veda os seus olhos para aquilo que lhe torna vulnerável (a ameaça da deficiência física), possibilita

fazer um paralelo com a complexidade no que tange à tendência de auto-organizar a si, uma vez que a inquietude para acabar com esta ameaça lhe impõe somente uma alternativa: superar as desigualdades e acolher as diferenças. Uma organização individual pode nascer da desordem causada pela vulnerabilidade do sujeito preconceituoso.

A ideia da auto-organização de Morin (2011) apresenta o objeto/sujeito como fenomenalmente individual, com unidades elementares (moléculas, átomos) que possui um princípio de organização interno. A ênfase que Morin (2011) apresenta no termo “auto”, que ressalta o caráter subjetivo da auto-organização de um sujeito, vem aqui ser apresentada com a finalidade de dialogar com a mudança intrínseca do indivíduo preconceituoso. Os sistemas dotados de, como diz Morin (2011), “uma capacidade tão alta de auto-organização” produzem o que é chamado de “consciência de si”, o que traz para a discussão em pauta a conscientização da sociedade preconceituosa, que é influenciada pelas informações manipuladoras das mídias. Essa conscientização permite, para um sujeito pensante e imerso ao ecossistema, modificar-se e modificar o meio.

Ressalta-se aqui a relevância das novas ferramentas tecnológicas para a auto-organização dos sistemas humanos, principalmente no que refere à superação do estado discriminatório pelos indivíduos preconceituosos em direção à aceitação do deficiente. Tais soluções tecnológicas, possibilitam a realização das atividades de vida diárias pelas PNE, tornando-as iguais em termos de capacidade e diminuindo, portanto, o pré-julgamento do sujeito.

À medida que as TICs avançam, maior e melhor é a manipulação do conteúdo informacional através das mídias, tornando-as mais sedutoras. Não obstante, quanto maior é a evolução das TIC, mais recursos tecnológicos são desenvolvidos, entre estes *hardwares* e *softwares*, que podem ser utilizados para promover a acessibilidade de pessoas com deficiência física. Estes recursos estão enquadrados nas TAs. São diversos os dispositivos que podem ser utilizados como TA e, levando-se em consideração os padrões de beleza estabelecidos, atualmente há uma preocupação no que refere a torná-los esteticamente mais agradáveis. Para isso, existe um empenho cada vez maior de profissionais de diversas áreas do conhecimento, que trabalham conjuntamente e que desenvolvem tecnologias que vão de encontro às necessidades das pessoas com disfunções físicas e que visa torná-los visualmente mais agradáveis.

A próxima seção é destinada aos recursos de TA e à característica interdisciplinar inerente às mesmas.

#### **4. As Tecnologias Assistivas e Interdisciplinaridade**

A tecnologia assistiva é definida como o uso de recursos, produtos e serviços que proporcionam independência e autonomia às pessoas que apresentam disfunção (Bersch, 2017). De acordo com o Ato dos Americanos com Necessidades Especiais (American with Disabilities Act), Tecnologia Assistiva é “qualquer item, peça de equipamento, sistema de produto, seja adquirido comercialmente, modificado ou customizado, utilizado para aumentar, manter ou melhorar capacidades funcionais dos indivíduos com deficiência” (Reis, 2004). O conceito proposto pelo Comitê de Ajudas Técnicas (CAT) da Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República afirma que:

Tecnologia assistiva é uma área do conhecimento, de característica interdisciplinar, que engloba produtos, recursos, metodologias, estratégias, práticas e serviços que objetivam promover a funcionalidade, relacionada à atividade e participação de pessoas com deficiência, incapacidades ou mobilidade reduzida, visando sua autonomia, independência, qualidade de vida e inclusão social. (Comitê de Ajudas Técnicas, 2007)

A classificação das Atividades Horizontais Europeias em Tecnologia de Reabilitação (Horizontal European Activities in Rehabilitation Technology), HEART, surgiu no Programa de Iniciativa Tecnológica para deficientes e idosos (Technology Initiative for Disabled and Elderly People – TIDE), da União Europeia (UE), e foi elaborada por um grupo de pesquisadores de vários países da UE. Este modelo considera componentes multidisciplinares de formação em TA, sendo elas: componentes técnicos, componentes humanos e componentes socioeconômicos. Dentro dos componentes técnicos estão a comunicação, mobilidade, manipulação e orientação. Os componentes humanos referem-se a tópicos relacionados com o impacto causado pela deficiência no ser humano. Os componentes socioeconômicos indicam que as TAs afetam as interações dentro do contexto social, enfatizando as vantagens e desvantagens dos serviços prestados (Filho, 2009; Brasil, 2009).

De acordo com Silva (2006), a partilha de um objeto comum de estudo por diferentes profissionais convoca conceitos inerentes a este acontecimento, tais como a multidisciplinaridade, interdisciplinaridade e transdisciplinaridade. Além disso, aponta a Ciência da Comunicação como uma área interdisciplinar, na qual a Ciência da Informação apresenta grande contributo. Esta analogia pode ser expandida à proposta da TA, que desde o seu nascimento se apresenta como uma área interdisciplinar, ou seja, há uma interação aprofundada dos conhecimentos entre profissionais de diversas áreas.

Bersch (2017) afirma que, dependendo da modalidade, o serviço agregará profissionais de diversas formações para o atendimento do utilizador de TA. Dessa forma, para a prescrição e desenvolvimento de um recurso de TA, muitas vezes é necessário que um ou mais profissionais trabalhem em conjunto. Este processo pode ser exemplificado, por exemplo, quando há a confecção de órteses por terapeutas ocupacionais, que requer a intercessão com a engenharia mecânica para se entender sobre as forças atuantes no corpo humano, a fim de não causar escaras e feridas no paciente. A equipe deverá desenvolver o produto de acordo com as demandas de cada sujeito, de forma a suprir as necessidades do mesmo e evitar o desuso da tecnologia (Bersch, 2017).

Neste ponto do documento importa citar Olga Pombo, que aborda sobre a multidisciplinaridade, interdisciplinaridade e transdisciplinaridade e arrisca no sentido de distingui-los:

O primeiro é o nível da justaposição, do paralelismo, em que várias disciplinas estão lá, simplesmente ao lado umas das outras, que se tocam, mas não interagem. Num segundo nível as disciplinas comunicam umas com as outras, confrontam e discutem as suas perspectivas, estabelecem entre si uma interação mais ou menos forte; num terceiro nível, elas ultrapassam as barreiras que as afastavam, fundem-se numa outra coisa que as transcende a todas. (Pombo, 2005, p. 5)

Dando seguimento a este raciocínio, a autora afirma que só há interdisciplinaridade se houver capacidade de compartilhamento dos aspectos inerentes ao domínio do saber, se ocorrer o abandono do conforto da linguagem técnica para se aventurar num domínio que é de todos, onde não existe proprietário exclusivo. A partir disso poderá ser possível fazer emergir o que Olga Pombo afirma ser “uma espécie de *continuum* de desenvolvimento”, o qual evolui da multi para a interdisciplinaridade e da inter para a transdisciplinaridade. Para

caminhar neste sentido, a universidade como um pólo de produção de conhecimento, precisa acompanhar as transformações da ciência, apoiando e atravessando as exigências interdisciplinares que transpõem hoje a construção de novos saberes. De fato, atualmente, devido à profundidade do alargamento do conceito de ciência, muitas vezes é difícil estabelecer a fronteira entre a mesma e a política, a economia e a vida das comunidades humanas (Pombo, 2005).

As TAs podem ser categorizadas como: (a) alta tecnologia, onde incorporam eletrônica e computadores; (b) média tecnologia, que incorporam elementos de mecânica de complexidade intermediária; (c) baixa tecnologia, itens de pouca sofisticação e (d) nenhuma tecnologia, soluções ligadas a serviços e condições ambientais. A TA pode variar, portanto, entre itens de baixa tecnologia, como bengalas, a equipamentos de alta tecnologia, como *softwares* para comunicação suplementar (Reis, 2004). Neste contexto, um *hardware* ou *software* avançado pode redirecionar produtos comerciais de alta tecnologia em dispositivos de assistência de alta performance para atender às necessidades especiais das pessoas com deficiência, podendo se enquadrar dentro das TAs (Chang, Chen, & Huang, 2011). Tendo isto em vista, *hardwares* que atuam no sentido de permitir o acesso à informação por pessoas com PC podem ser considerados, além de recursos de TIC, como produtos de TA, sendo aquelas, portanto, entendidas, dependendo do contexto em que são empregadas, como um subgrupo destas (Bersch, 2017).

A este ponto, importa citar Silva (2006) que afirma que a Ciência da Informação se constitui uma disciplina científica que prepara a informação para ser usada por quem dela precisa, ou seja, os cientistas, os empresários, os técnicos, os políticos e, naturalmente, o cidadão comum (Silva, 2006). Sendo o deficiente físico um cidadão comum, digno de usufruir de todos os seus direitos e liberdades, é necessário que a eles sejam concedidas alternativas para o acesso à informação, mais do que isso, o acesso à manipulação dessa informação. Em referência à autora Olga Pombo (2005), a ciência passou a contaminar todos os domínios da nossa vida, sendo frequentemente possível observar os atributos da ciência no interior das mesmas. Dessa forma, somos convidados a usufruir de tudo o que a ciência trouxe para facilitar a vida do homem, sendo inegável a proximidade que nos liga à ciência e que liga a ciência ao nosso cotidiano.

Muito devido aos avanços na ciência da comunicação e à difusão da informação, atualmente, é possível encontrar diversos artefactos voltados para a TA. Entre eles importa ressaltar as tecnologias de interação, que possibilitam tornar acessível o conteúdo informacional às pessoas com deficiências físicas, nomeadamente, pessoas com PC (Oliveira *et al.*, 2015). A próxima sessão traz uma análise sobre o paradigma tecnológico e o grande avanço atual em termos de interfaces de utilizador, que será abordado aqui como soluções tecnológicas que possibilitam a acessibilidade das pessoas com PC.

## 5. O Paradigma Tecnológico e as Interfaces de Utilizador

O sistema tecnológico sobre qual se encontra o século XXI tem origens nos anos 70, a partir de trajetórias tecnológicas relacionadas a contextos históricos para a construção da interação entre a tecnologia e a sociedade. Entre essas trajetórias ressalta-se a invenção do microprocessador, em 1971, do microcomputador, em 1975, sendo ambos os dispositivos cruciais para a difusão da tecnologia e da informação no mundo (Castells, 2005, p. 91). Atualmente tem-se uma gama de produtos de *software* e *hardware* que possibilitam a troca de informações em larga escala e em alta velocidade, permitindo ir de encontro com a previsão de Vinton Cerf quando disse sobre a criação de uma nova infraestrutura global de telecomunicações, que exigiria uma expansão da capacidade, tanto transoceânica, quanto local. Entre suas previsões, havia uma rede de comunicação que seria realizada através de trocas de pacotes de dados, na qual a transmissão da voz seria apenas um serviço especializado (Castells, 2005, p. 90). Toda essa premissa relaciona-se com a Sociedade da Informação, onde o conteúdo informativo exerce fundamental importância, tendo em vista a sua influência e seu poder de penetrabilidade.

O paradigma tecnológico, ou informacionalismo apresenta características que representam a base material da SI, sendo o primeiro relacionado à informação como matéria-prima, ou seja, são tecnologias para agir sobre a informação, não apenas informação para agir sobre a tecnologia. A segunda refere ao poder de penetrabilidade e dos efeitos das novas tecnologias, que acabam por moldar a existência intelectual e coletiva. O terceiro é a lógica de redes, que permite implementar materialmente a rede em todos os processos e organizações, através das recentes tecnologias da informação, sendo o quarto aspecto

relacionado a flexibilidade dessa rede, que permite a reconfiguração de contextos de processos, organizações e instituições. A quinta característica diz sobre a convergência das tecnologias da informação e comunicação para um sistema cada vez mais incorporado, no qual a microeletrônica, as telecomunicações e os computadores são todos integrados nos sistemas de informação.

Castells (2005) afirma que as convergências tecnológicas apresentam uma interdependência crescente entre as revoluções em biologia e a microeletrônica, na qual a lógica biológica está cada vez mais sendo introduzida na lógica das máquinas. Neste contexto, importa ressaltar as evoluções tecnológicas na área da interação humano-computador, que permitem a realização de experimentos que utilizam, por exemplo, interfaces cerebrais adaptáveis que reconheçam sinais mentais em sinais *on-line* de eletroencefalogramas, com base na teoria da rede neural artificial (Castells, 2005).

Ishii *et al.* (2012), para exemplificar a evolução das Interfaces de Utilizador, faz uma analogia das IU com um *iceberg*, que emerge da água (figura 1). Nesta analogia, a água se refere ao mundo digital, o ar representa o mundo físico e o *iceberg* é a interface que interage com o utilizador. A primeira parte da figura, onde o *iceberg* está completamente submerso, representa as Interfaces Gráficas de Utilizador (GUI), as quais permitem que o utilizador veja a informação digital que está além da tela, e.g., teclado do computador, *mouse* e *touchscreen*. A evolução segue com a segunda parte da figura, nela sendo representada as Interfaces de Utilizador Tangíveis (IUT), as quais agem como manifestações físicas da computação, permitindo uma interação direta com o topo do *iceberg*, ou seja, com a parte tangível da tecnologia. Por fim, na visão futurística de Ishii no que refere às IU, os átomos radicais apresentam destaque por permitirem a manipulação do conteúdo digital diretamente. Neste sentido, os materiais mudarão de forma e aparência dinamicamente, sendo que toda a informação digital terá manifestações físicas (Ishii *et al.*, 2012).

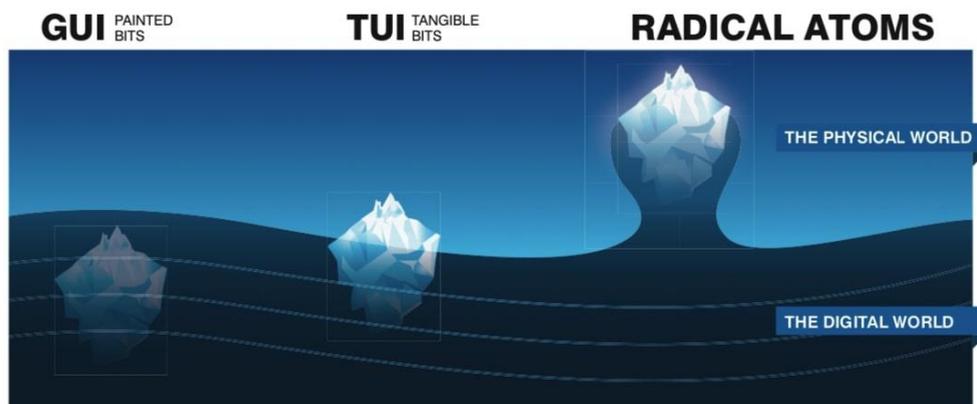


Figura 1: Analogia da evolução das Interfaces de Utilizador proposta por Ishii *et al.* (2012)

Fonte: <https://trackr-media.tangiblemedia.org/publishedmedia/Papers/485-Radical%20Atoms%20Beyond%20Tangible/Published/PDF>

Para além disso, é importante abordar sobre as Interfaces Naturais de Utilizador (INU), as quais possibilitam a interação com informações digitais a partir de gestos, voz, olhar, e ondas cerebrais. Tais interfaces de utilizador promovem uma forma natural de se interagir com o mundo digital, apresentando uma tendência cada vez maior de explorar todos os cinco sentidos do ser humano (Howell *et al.*, 2016; Otsuki *et al.*, 2016; Pike *et al.*, 2016; Rahman *et al.*, 2015; Wang *et al.*, 2016).

A partir do exposto acima é possível identificar que a estrutura fisiológica do corpo e suas experiências sensoriais com o ambiente assumem um papel determinante no desenvolvimento dos artefactos tecnológicos. Estes estão cada vez mais estruturados para evocar a interação utilizador/interface, evidenciando o carácter multissensorial dos novos dispositivos de tecnologias. Uma vez que os sistemas sensoriais são fundamentais para o desenvolvimento global dos indivíduos, os aspectos multissensoriais são indispensáveis para a o planeamento e desenvolvimento de recursos de TA. Portanto, a utilização desse tipo de recurso pode ser interessante em diferentes contextos, onde se destacam os cenários onde o aspecto sensorial é determinante para a interação, como na atuação das tecnologias assistivas (Oliveira *et al.*, 2015).

A este ponto é importante citar Castells (2005), que afirma que a lógica compartilhada na geração da informação é explícita no funcionamento do DNA e na evolução

natural e é, cada vez mais, reproduzida nos sistemas de informação mais avançados. Isso fica evidente quando o autor diz:

É necessário que a evolução biológica humana, agora melhor entendida em termos culturais impõe à humanidade a conscientização de que ferramentas e máquinas são inseparáveis da evolução da natureza humana. Também precisamos perceber que o desenvolvimento das máquinas, culminando com o computador mostra-nos, de forma inevitável, que as mesmas teorias úteis na explicação do funcionamento dos dispositivos mecânicos também têm utilidade no desenvolvimento do animal humano – e vice-versa, pois a compreensão do cérebro humano elucida a natureza da inteligência artificial. (Castells, 2005, p. 111)

Neste contexto, em um mundo onde a informação apresenta um papel fundamental, as TIC se mostram como uma alternativa viável para promover a acessibilidade de pessoas com incapacidades. As inúmeras opções de interfaces de utilizador voltadas para a TA permitem que indivíduos com diferentes necessidades e demandas possam usufruir do conteúdo informacional através de diferentes meios, como a televisão e o computador.

A próxima seção apresenta uma discussão que considera todos os fatores abordados neste artigo até o momento, tendo como base a acessibilidade de pessoas com PC no acesso à informação através dos dispositivos tecnológicos móveis. A escolha destas tecnologias de informação deu-se diante do fato de que, na sociedade atual, tem ocorrido uma intensificação na utilização das tecnologias móveis, tornando-as ferramentas cruciais e potenciais na difusão da informação.

## **6. As TICs e a Acessibilidade**

Promover a acessibilidade quer dizer eliminar barreiras que impossibilitam pessoas com deficiência de participarem de atividades de vida diária, como o uso de serviços, produtos e informação (Nielsen, 1995). Uma vez que a Sociedade da Informação que impera no cotidiano traduz-se em uma significação da informação, ter acesso aos conteúdos informativos, bem como saber como manipulá-los torna-se primordial. Numa sociedade onde o conteúdo informativo tem um poder de penetrabilidade e de difusão que afeta os princípios humanos quem detém maior domínio de ferramentas tecnológicas de manipulação da informação conquista um papel de destaque (Castells *et al.*, 2007). Isso vai de encontro com McLuhan

(2000, p. 85) quando diz: “Quando a própria informação se constitui no tráfego mais importante, a necessidade de conhecimentos avançados se faz sentir mesmo nos espíritos mais rotineiros”. Entre as TIC que permitiram que a revolução tecnológica moderna adquirisse proporções globais estão dispositivos de *hardware*, que permitem a manipulação da informação e que, portanto, deve ser entendido como tecnologias de interação humano-computador, considerando-se importantes atributos das TIC.

A partir do estreitamento do homem com a máquina e através da evolução dos estudos na área da interação humano-computador, atualmente é possível providenciar dispositivos que possibilitam o acesso à informação por pessoas com PC (Oliveira *et al.*, 2015; Nielsen, 1995). Além disso, é possível afirmar que a evolução das interfaces de utilizador ocorre em um *continuum*, que traz consigo um caráter multissensorial com a tendência de igualar o funcionamento da máquina com o humano. Este fenômeno<sup>1</sup> ocorre, de acordo com o que já foi previamente dito na seção cinco, com a tendência de tornar a interação humana com os dispositivos tecnológicos o mais natural possível, culminando na teoria dos átomos radicais, de Ishii (2012), na qual será possível manipular o conteúdo digital diretamente com as mãos.

Neste cenário, as interfaces de utilizador podem ser percebidas como uma extensão do homem. Para McLuhan (2000) qualquer inovação tecnológica é uma extensão do corpo do homem, sendo que toda a extensão, seja da pele, da mão ou do pé afeta todo o complexo psicossocial. A extensão exige novas relações e equilíbrio entre os órgãos e as extensões do corpo, sendo inevitável ceder às novas reações sensoriais provocadas pela tecnologia que está relacionada a esta extensão. No âmbito deste artigo, os dispositivos de interface para acessibilidade são aqui vistos como extensões do corpo humano das pessoas com PC. Tendo em vista que pessoas com PC apresentam demandas específicas, os representantes tecnológicos das extensões do corpo são não convencionais, ou seja, são fabricados e personalizados de acordo com a demanda do indivíduo (Nielsen, 1995; Oliveira *et al.*, 2015). Estas extensões são consideradas prolongamentos de seus corpos, que permitem o acesso à informação através dos dispositivos tecnológicos.

---

<sup>1</sup> O fenômeno aqui se entende tal como Kant o define e é posto por Silva (2006, p. 15), como “constituindo o objeto da experiência possível diante do que é simples aparência ilusória e do que se encontra para além dessa mesma experiência”.

Para McLuhan (2000) a Televisão (TV) permitiu a extensão do sentido do tato (através do controle remoto) e a inter-relação entre todos os sentidos, envolvendo intimamente o mundo sensorial que se tem no corpo humano, através da visão, audição e sinapses neuronais ligadas com o processamento da informação. De fato, a televisão foi durante muito tempo um dispositivo indispensável nos lares em todo o mundo. No entanto, a extensão e a inter-relação dos sentidos, apontadas por McLuhan em seu livro “Understanding Media: The Extensions of Man”, de 1965, traduzido para o português em 2000, têm sido ampliadas, dando lugar a outros artefactos digitais. Estudos recentes apresentam que a evolução das TICs tem modificado o cenário de consumo das mídias digitais, de modo que novas soluções tecnológicas, como o *smarthphone* e o *tablet* estão a substituir a TV, principalmente para os adolescentes e crianças (Leggett, 2017). O fato de tais dispositivos poderem ser transportados e utilizados fora do ambiente doméstico possibilita a visualização de conteúdos em qualquer lugar que estiverem (Leggett, 2017). Este cenário abre um leque de possibilidades para crianças com paralisia cerebral, uma vez que dispositivos portáteis permitem maior mobilidade e flexibilidade em seu uso. Dessa forma, os ecrãs, que passam a estar posicionados na mão das crianças, oferecem uma miríade de estímulos podendo ser considerados verdadeiras extensões sensoriais, que permitem o acesso à informação a partir de um leque de possibilidades de conteúdos de mídia que estarão diante do utilizador. Este fato viabiliza a utilização de dispositivos como *smartphones* por crianças com PC, uma vez que o aspecto sensorial exerce importante função no desenvolvimento de um indivíduo.

Uma pesquisa realizada recentemente aponta que 96,6% das crianças que participaram do estudo utilizam dispositivos móveis, sendo que muitas iniciaram o uso do *smarthphone* antes mesmo de completarem um ano de idade (Kabali, Irigoyen, Nunez-davis, Budacki, & Mohanty, 2015). Tendo isso em vista, tornar os dispositivos móveis acessíveis para crianças com PC se torna um desafio necessário uma vez que, para crianças que tem limitações físicas, ficar em frente a esses artefactos, em muitos casos, é sinônimo de não aceder ao que gosta, determinar o volume, ou até mesmo jogar um jogo de forma autônoma.

No sentido de desenvolver novos recursos de TA para a acessibilidade por pessoas com PC, é importante que haja a articulação dos saberes entre pessoas de diferentes áreas para que o produto final realmente vá de encontro às características de cada pessoa (Nielsen, 1995). Para isso é preciso que seja realizada uma avaliação detalhada do deficiente por uma

equipe interdisciplinar, com a finalidade de identificar capacidades remanescentes e adequar a elaboração do produto (Aota, 2015).

Os diferentes modos de utilização das TICs como TA têm sido sistematizadas e classificadas de formas diferentes na literatura. Uma dessas classificações é relacionada a sistemas auxiliares ou prótese para comunicação (Damasceno & Galvão Filho, 2002). Damasceno & Galvão Filho (2002) abordam o avanço das TIC nesta classificação quando afirmam:

...talvez esta seja a área onde as TIC tenham possibilitado avanços mais significativos. Em muitos casos o uso dessas tecnologias tem se constituído na única maneira pela qual diversas pessoas podem comunicar-se com o mundo exterior, podendo explicitar seus desejos e pensamentos. (Damasceno & Galvão Filho, 2002, p. 2)

Do mesmo modo, as TIC como TA têm possibilitado avanços, também, na área de controle de equipamentos em meio doméstico através dos dispositivos de interação. As TIC, como Tecnologia Assistiva, também são utilizadas para controle do ambiente, possibilitando que a pessoa com comprometimento motor possa “ter um maior controle e independência nas atividades da vida diária” (Damasceno & Galvão Filho, 2002, p. 2).

A acessibilidade pode trazer benefícios para toda a sociedade contemporânea (Nielsen, 1995). A partir da construção de rampas, do acolhimento das crianças com PC nas escolas, da formação de profissionais adequados para acolher essas crianças e da educação da população sobre a PC, a possibilidade de uma pessoa com deficiência física, nomeadamente a paralisia cerebral, conseguir ser incluída na sociedade torna-se maior. A partir do momento em que todos tiverem consciência dos benefícios que a acessibilidade de pessoas não típicas pode trazer, o mundo pode tomar um outro rumo. Uma vez que for retirado o véu que impede de observar a pessoa com PC como ser humano e enfrentar os medos da deficiência, a universalidade, a liberdade e a igualdade poderão ser colocadas em prática.

Para isso, a SI, que por um lado se mostra firme em apresentar padrões de imagem corporal exigentes, que banalizam o corpo humano, envolvendo a cultura com uma camada superficial de valores, e por outro, possibilita a difusão das leis e dos direitos de todos os seres, precisa repensar os seus valores em direção contrária ao preconceito. Neste sentido, as TIC podem ser grandes aliadas no processo contra o preconceito. Uma vez que a

informação digital traz consigo o importante papel de transmissor da informação, pode ser o reproduzidor, em larga escala, dos movimentos a favor da acessibilidade. A característica relacionada à penetrabilidade da informação, apesar de promover a superficialidade através dos padrões estéticos, pode ser preciosa e deve ser explorada. Uma questão é certa: os avanços tecnológicos que possibilitam a dispersão e o acesso à informação são um dos grandes impulsionadores das evoluções científicas. Assim, estudos na área da interação humano-computador foram e, ainda são impulsionados por evoluções inerentes ao seu próprio domínio, uma vez que é através das interfaces de utilizador que se interage com o conteúdo informativo digital. Dessa forma, apesar das TIC providenciarem os recursos para a instalação de uma supremacia padronizada da estética, ressalta-se aqui o poder que elas têm no âmbito da inclusão social, de contribuir para a acessibilidade.

Por fim, torna-se fundamental ressaltar que o desenvolvimento de TAs também pode contribuir para combater o preconceito pois, uma vez que são dadas condições para explicitar seus pensamentos, interagir e aprender, o indivíduo com PC começa a ser tratado como maior igualdade. Ainda que as diferenças estéticas inerentes à deficiência não sejam esquecidas, a pessoa com PC será vista como uma pessoa que interage, que se relaciona e que se diverte, amenizando paulatinamente o caráter pejorativo relacionado à deficiência.

## 7. Conclusão

Este artigo propôs uma reflexão sobre a acessibilidade da pessoa com paralisia cerebral, a partir dos paradigmas de informação de Castells e Morin, apontando as características de cada um e relacionando-os aos aspectos inerentes à sociedade atual, a qual apresenta um paradoxo no que refere à evolução no rumo à acessibilidade. As Tecnologias de Informação e Comunicação, apesar de muitas vezes serem impulsionadoras de um padrão de estética, inserem-se neste contexto como essenciais para o impulsionamento da acessibilidade sob dois pontos de vista: o primeiro relaciona-se ao poder de penetrabilidade e difusão que as TIC apresentam, tornando-as grande aliadas no processo de disseminação de conteúdos informativos que promovem a transmissão do conhecimento sobre as diversas deficiências, além de difundir princípios de igualdade, inclusão e direitos das PNE, sobretudo aquelas com PC. O segundo ponto se refere à promoção da acessibilidade a partir do uso dos dispositivos

de interação, especificamente as diversas interfaces de utilizador, que podem ser desenvolvidas de acordo com a necessidade de cada um. Dessa forma, tais tecnologias podem atuar na promoção da acessibilidade em uma sociedade que aposta na inclusão social e ao mesmo tempo insiste em manter um “padrão” estético de aceitação, fazendo este paradoxo um evento cada vez menos frequente.

## Referências Bibliográficas

- Aota. (2015). Estrutura da prática da terapia ocupacional: domínio e processo - 3ª edição. Tradução: Alessandra Cavalcanti, Fabiana Caetano Martins Silva e Dutra, Valéria Meirelles Carril Elui. *Revista de Terapia Ocupacional Da Universidade de São Paulo*, 26, 1–49. <https://doi.org/10.11606/issn.2238-6149.v26iespp1-49> Associação
- Assmann, H. (2000). A metamorfose do aprender na sociedade da informação. *Ciência Da Informação*, 29(2), 07-15. <https://doi.org/10.1590/S0100-19652000000200002>
- Bersch, R. (2017). TECNOLOGIA ASSISTIVA. Porto Alegre. Retirado de [http://www.assistiva.com.br/Introducao\\_Tecnologia\\_Assistiva.pdf](http://www.assistiva.com.br/Introducao_Tecnologia_Assistiva.pdf)
- Brasil. (2009). Tecnologia Assistiva. Brasília: CORDE, 140. <https://doi.org/10.1590/S1414-81452007000400019>
- Brasil. (2014). Acessibilidade Brasil. Retirado de <http://www.acessibilidadebrasil.org.br/joomla/o-que-e-acessibilidade>
- Canabarro, A., & Ramos, E. J. (2003). Internet e democratização do conhecimento: repensando o processo de exclusão social I. *Revista Novas Tecnologias Na Educação*, 1(1), 1–7.
- Castells, M. (2005). *A sociedade em rede*. (R. Venancio Majer & K. B. Gerhardt, Eds.), *A Sociedade em Rede* (8ª edição). São Paulo: Paz e Terra.
- Castells, M., Fernandez-Ardevol, M., Qiu, J. L., & Sey, A. (2007). *The Mobile Communication Society: A cross-cultural analysis of available evidence on the social uses of wireless communication technology*. Annenberg Research Network on International Communication. Los Angeles. Retirado de <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.109.3872&rep=rep1&type=pdf>
- Cavalcanti, A., & Galvão, C. C. (2007). *Terapia Ocupacional: Fundamentação e prática* (1st ed.). Rio de Janeiro: Guanabara Koogan.

Chang, Y. J., Chen, S. F., & Huang, J. Da. (2011). A Kinect-based system for physical rehabilitation: A pilot study for young adults with motor disabilities. *Research in Developmental Disabilities*, 32(6), 2566–2570. <https://doi.org/10.1016/j.ridd.2011.07.002>

Comitê de Ajudas Técnicas. (2007). Ata VII. *Comitê de Ajudas Técnicas*, 18. Retirado de [http://portal.sdh.gov.br/clientes/sedh/sedh/conselho/conade/conselhos\\_estaduais\\_municipais/como\\_criar/prin?searchterm=corde+++ATA+VII%5Cnhttp://www.infoesp.net/CAT\\_Reuniao\\_VII.pdf](http://portal.sdh.gov.br/clientes/sedh/sedh/conselho/conade/conselhos_estaduais_municipais/como_criar/prin?searchterm=corde+++ATA+VII%5Cnhttp://www.infoesp.net/CAT_Reuniao_VII.pdf)

Crochik, J.L. (1997). *Preconceito, indivíduo e cultura*. São Paulo: Robe Editorial.

Damasceno, L. L., & Galvão Filho, T. A. (2002). As Novas Tecnologias Como Tecnologia Assistiva: Utilizando Os Recursos De Acessibilidade Na Educação Especial. *Congresso Iberoamericano de Informática Educativa Especial (III)*, 1–11. Retirado de <http://saci.org.br/pub/congres/CIIEE2002/Arquivos/Demonstra??es.pdf>

Dezoti, A. (2012). Mapa da rede social de apoio às famílias para a promoção do desenvolvimento infantil de crianças com paralisia cerebral. *Revista Da Escola de Enfermagem*, 46(2), 272–279. <https://doi.org/10.1590/S0080-62342012000200002>

Filho, T. G. (2009). A tecnologia assistiva: de que se trata? *Redes Editora*, 207–235.

Howell, M. J., Herrera, N. S., Moore, A. G., & McMahan, R. P. (2016). A reproducible olfactory display for exploring olfaction in immersive media experiences. *Multimedia Tools and Applications*, 75(20), 12311–12330. <https://doi.org/10.1007/s11042-015-2971-0>

Ishii, H., Lakatos, D., Bonanni, L., & Labrune, J.-B. J. (2012). Radical Atoms : Beyond Tangible Bits , Toward Transformable Materials. *Interactions*, XIX(February), 38–51. <https://doi.org/10.1145/2065327.2065337>

Kabali, H. K., Irigoyen, M. M., Nunez-davis, R., Budacki, J. G., & Mohanty, S. H. (2015). Exposure and Use of Mobile Media Devices by Young Children. *Pediatrics*, 136(6). <https://doi.org/10.1542/peds.2015-2151>

Leggett, S. (2017). *Childwise Trends and Predictions*. Retirado de [http://www.childwise.co.uk/uploads/3/1/6/5/31656353/childwise\\_press\\_release\\_-\\_monitor\\_2017.pdf](http://www.childwise.co.uk/uploads/3/1/6/5/31656353/childwise_press_release_-_monitor_2017.pdf)

McLuhan, M. (2000). *Os Meios de Comunicação Como Extensões do Homem*. (Pensamento Cultrix, Ed.) (1st ed.). São Paulo: Cultrix.

Morin, E. (2011). *Introdução ao Pensamento Complexo*. (Sulina, Ed.) (4th ed.). Porto Alegre: Meridional LTDA.

Nielsen, J. (1995). Towards Accessible Human-computer Interaction. In J. Nielsen (Ed.), *Advances in Human-computer Interaction* (5º edition). Nova Iorque: Ablex Publishing Corporation.

Oliveira, E., Sousa, G., Magalhães, I., & Tavares, T. (2015). The Use of Multisensory User Interfaces for Games Centered in People with Cerebral Palsy. *Universal Access in Human-Computer Interaction. Access to Learning, Health and Well-Being, Part III(LNCS 9177)*, 514–524. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-20684-4\\_50](https://doi.org/10.1007/978-3-319-20684-4_50)

ONU. (2014). Convenção da ONU sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência. Retirado de <http://www.acessibilidadebrasil.org.br/joomla/destaques-acessibilidade/124-convencao-da-onu-sobre-os-direitos-das-pessoas-com-deficiencia>

Otsuki, M., Kawano, T., Maruyama, K., Kuzuoka, H., & Suzuki, Y. (2016). Representing Gaze Direction in Video Communication Using Eye-Shaped Display. *Proceedings of the 29th Annual Symposium on User Interface Software and Technology - UIST '16 Adjunct*, 65–67. <https://doi.org/10.1145/2984751.2985705>

Pike, M., Ramchurn, R., Benford, S., & Wilson, M. L. (2016). #Scanners: Exploring the Control of Adaptive Films Using Brain-Computer Interaction. *Chi '16*, 5385–5396. <https://doi.org/10.1145/2858036.2858276>

Pombo, O. (2005). Interdisciplinaridade e integração dos saberes. *Liinc Em Revista*, 1(1), 3–15. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18617/liinc.v1i1.186>

Rahman, M. I., Chowdhury, B. U., Hossen, R., & Ahmmed, K. T. (2015). Multi-channel signal detection and selection with android based voice controlled system using simulink. *2nd International Conference on Electrical Engineering and Information and Communication Technology, ICEEICT 2015*, (May), 21–23. <https://doi.org/10.1109/ICEEICT.2015.7307517>

Reid, D., & Campbell, K. (2006). The Use of Virtual Reality with Children with Cerebral Palsy : A Pilot Randomized Trial. *Therapeutic Recreation Journal*, 40(4), 255–268.

Reis, N. M. de M. (2004). Introdução à Tecnologia Assistiva. In *Anais do III Seminário Internacional Sociedade Inclusiva Ações Inclusivas de Sucesso* (pp. 2–6). Belo Horizonte: Sociedade Inclusiva PUC Minas.

Rodrigues, A., & Mota, F. (2010). O Twitter dentro do Universo da Cibercultura: Uma Abordagem Teórica da Ferramenta. In *Anais do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste* (pp. 1–15). Retirado de <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2010/resumos/R21-0142-1.pdf>

Rodrigues, G. M., Simão, J. B., & Andrade, P. S. De. (2003). Sociedade da Informação no Brasil e em Portugal: um panorama dos Livros Verdes. *Ciência Da Informação*, 32, 89–102. <https://doi.org/10.1590/S0100-19652003000300011>

Schewinsky, S. R. (2004). A barbárie do preconceito contra o deficiente - todos somos vítimas. *Acta Fisiátrica*, 11(1), 7–11. Retirado de <http://www.revistas.usp.br/actafisiatrica/article/view/102465>

Silva, L. (2006). O estranhamento causado pela deficiência: preconceito e experiência. *Revista Brasileira de Educação*, 11(33), 424–434. <https://doi.org/10.1590/S1413-24782006000300004>

Silva, M. A. (2006). Informação e Comunicação: as duas faces de Jano. *Prisma.Com*, (2), 3–32. Retirado de <http://revistas.ua.pt/index.php/prisma.com/article/view/606>

Tôrres, A. K. V., Sarinho, S. W., Feliciano, K. V. D. O., & Kovacs, M. H. (2011). Acessibilidade organizacional de crianças com paralisia cerebral à reabilitação motora na cidade do Recife. *Revista Brasileira de Saúde Materno Infantil*, 11(4), 427–436. <https://doi.org/10.1590/S1519-38292011000400009>

Wang, S., Song, J., Lien, J., Poupyrev, I., & Hilliges, O. (2016). Interacting with Soli: Exploring Fine-Grained Dynamic Gesture Recognition in the Radio-Frequency Spectrum. *Proceedings of the 29th Annual Symposium on User Interface Software and Technology - UIST '16*, 851–860. <https://doi.org/10.1145/2984511.2984565>

**Data de Receção:** 03/10/2018

**Data de Aprovação:** 27/12/2018

#### **Informações sobre a autora:**

Terapeuta e Mestre em Ciência da Computação, atualmente Eliza Oliveira faz doutoramento em Informação e Comunicação em Plataforma Digitais na Universidade de Aveiro, onde estuda o impacto das tecnologias na vida dos jovens universitários.

## "Bela, descontrolada e do Planalto": A representação da mulher na mídia e a construção da identidade feminina a partir da comparação entre Dilma Rousseff e Marcela Temer

**Autores** **Marco Túlio Pena Câmara**  
Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP)  
[marcotuliocamara@gmail.com](mailto:marcotuliocamara@gmail.com)

**Resumo** Fortalecido no Brasil na década de 1970, o movimento feminista alcançou muitas conquistas em diversos campos, principalmente na política, mas, apesar disso, a falta de representatividade e a discriminação sobre a imagem feminina ainda estão presentes e enraizadas na sociedade atual. Marcado pelo machismo, o discurso hegemônico da grande mídia insiste em definir o perfil ideal da mulher preocupada com a aparência, discreta, submissa e dependente do homem. Recentemente, dois grandes veículos reproduziram tal discurso, traçando perfis de mulheres relacionadas à política. Em abril, a revista *IstoÉ* trouxe, em sua capa, a reportagem intitulada “*As explosões nervosas da presidente*”, sobre o emocional da então presidenta Dilma Rousseff e a revista *Veja* publica a matéria “*Bela, recatada e do lar*”, onde descreve o perfil de Marcela Temer, esposa do então vice-presidente Michel Temer. Com base nesse corpus, o presente artigo objetiva analisar a representação da mulher na mídia, a partir de contribuições feitas por Freire Filho (2015), além de tentar entender como se dá a construção de notícias e seus enquadramentos, como analisam Albuquerque (1998), Charaudeau (2012) e Porto (2004). Com isso, percebeu-se que há uma estreita relação entre os enquadramentos da mídia, os processos de deliberação política dos cidadãos e a própria viabilidade de um sistema genuinamente democrático, pois a mídia contribui para privilegiar determinadas interpretações hegemônicas da realidade.

**Palavras-Chave** Mulher; Política; Machismo; Dilma Rousseff; Marcela Temer

**Abstract** The hegemonic discourse of mainstream media defines the ideal woman as someone concerned with appearance, discreet, submissive and dependent on a man. Recently, two brazilian leading publications

compared the profiles of women engaged in politics. In April 2016, the *IstoÉ* magazine published an article entitled “The President’s fits” (“*As explosões nervosas da presidente*”) referring to the emotional instability of Dilma Rousseff, the Brazilian president at the time; and the headline of *Veja* magazine’s story was “Beautiful, demure housewife” (“*Bela, recatada e do lar*”), in which they described the profile of Marcela Temer, the wife of vice president Michel Temer back then. The present study analyzes the representation of women in the media considering the discussion proposed by Freire Filho (2015) and purports to understand how the news and its frameworks are constructed as discussed by Albuquerque (1998), Charaudeau (2012) and Porto (2004). From the close relationship between media frameworks and the citizens’ political deliberation process, it is clear that the media favors the hegemonic interpretation of reality.

**Keywords** Woman; Politic; Machism; Dilma Rousseff; Marcela Temer

---

## Introdução

Historicamente, o papel da mulher sempre foi lembrado em relação à figura masculina, portando-se em segundo plano tendo o homem como protagonista. Mais do que meros preconceitos, a submissão feminina era amparada por leis que consolidavam a desigualdade não só no ambiente domiciliar, mas também no mercado de trabalho e na vida pública (Barreto, 2010). Impedida de votar, estudar e trabalhar, a mulher teve seus direitos básicos velados por décadas, sem o apoio da legislação, que reforçava sua condição de “segunda categoria”, como sendo aquela incapaz de trabalhar e se desenvolver individualmente (Araújo, 2003).

Tal realidade só foi modificada com a Constituição de 1988, que trouxe a igualdade de direitos equiparando o homem e a mulher<sup>1</sup>. A inserção especificando igualdade de gêneros foi considerada um grande avanço na legislação brasileira, sendo um marco para a transição e implementação da democracia no país, além de representar uma das principais conquistas feministas da década, consolidada a partir da criação do Conselho Nacional da Condição da Mulher (Pinto, 2010).

---

<sup>1</sup> As constituições anteriores tratavam da igualdade entre os cidadãos sem especificar a igualdade de gênero, o que dava brechas para interpretação de legisladores para a discriminação contra a mulher (Barreto, 2010).

Mesmo com a igualdade respaldada em lei, a prática não seguiu o mesmo caminho imediato. A luta feminista continua ativa, com pautas como a equiparidade salarial, fim da violência de gênero e, especialmente importante para este artigo, igualdade na participação política, já que a presença feminina nos governos ainda é pequena, o que acarreta em perda de direitos e ausência de lugar de fala e de representatividade que as mulheres necessitam (Pinto, 2010).

Na recente democracia brasileira, o país pôde vivenciar um marco político quando se trata de representatividade feminina. Em 2010, o Brasil elegeu sua primeira mulher a ocupar o cargo da presidência, tendo sido reeleita em 2014. No entanto, a presidenta Dilma Rousseff passou<sup>2</sup> por um processo de impeachment que a afastou do maior cargo do poder executivo do país.

Desde a sua posse, Dilma é tratada não somente a partir do cargo que ocupa, mas também em relação ao seu gênero. Desde a nomenclatura de presidenta<sup>3</sup> a comentários sobre sua aparência<sup>4</sup>, notou-se uma cobertura diferenciada sobre seu governo na mídia, colocando como primeiro plano, muitas vezes, questões supérfluas de gênero acima das de primeira ordem política.

Em uma reportagem publicada na revista *IstoÉ* em abril de 2016, intitulada “As explosões nervosas da presidente”, a então presidenta foi tratada como uma pessoa irritada e desequilibrada, o que interferiria em seu comportamento profissional. Outro material constituinte do corpus desta pesquisa é a reportagem “Bela, recatada e do lar”, do portal da revista *Veja*, publicada também em abril. Nela, a jornalista traça o perfil de Marcela Temer, esposa do então vice-presidente Michel Temer. Na descrição, Michel é considerado um homem de sorte por ter ao seu lado uma mulher que atende os requisitos apresentados no título da matéria, aproximando do modelo ideal de mulher da década de 1950 (Freire Filho,

---

<sup>2</sup> Este artigo foi escrito em julho de 2016. Na ocasião, Dilma estava afastada do cargo de presidenta, estando o Brasil sob o comando do vice de sua chapa, Michel Temer

<sup>3</sup> O termo existe nos dicionários desde 1925, designando “a mulher que desempenha as funções de presidente”. Fonte: <http://ultimosegundo.ig.com.br/educacao/presidenta-existe-na-lingua-portuguesa-desde-1872/n1597210547562.html>. No entanto, importantes veículos da imprensa nacional, como a Folha, se recusaram a tratá-la com esse termo (<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2016/05/1776691-veiculos-estatais-deixam-de-usar-termo-presidenta-em-suas-publicacoes.shtml>)

<sup>4</sup> Alguns jornais apresentavam reportagens específicas sobre suas roupas, mesmo na editoria de política, prática incomum em coberturas sobre presidentes homens. Ex: <http://oglobo.globo.com/politica/dilma-acerta-na-escolha-da-cor-da-roupa-mas-peca-ao-usar-vestido-casaco-na-posse-2844173>

2015), tornando-se sinônimo de ideal a ser buscado de mulher feliz, já que realiza trabalhos domésticos, cuida da família, satisfaz os prazeres do marido sem transparecer vulgaridade (Freire Filho, 2015 citado em Ahmed, 2010). Dessa forma, pretende-se analisar como é a construção da imagem da mulher e a perpetuação desse discurso hegemônico carregado de estereótipos e pré-conceitos.

Com base nessas matérias, considerando conceitos como enquadramento (Porto, 2004; Charaudeau, 2012), ponto de vista (Rabatel, 2013) e representação (Adcock, 2010), o presente artigo objetiva observar como as mulheres relacionadas à política são tratadas na grande mídia, considerando suas emoções, sensibilidade e representações de feminilidades (Adcock, 2010; Ross *et al.*, 2013). Para tanto, amparamos nossa visão na Análise do Discurso Francesa enquanto aparato teórico-metodológico, demonstrando como tais posicionamentos são tomados a partir do enquadramento dado e da gestão de pontos de vista feita nas referidas reportagens, a partir da escolha lexical e fotográfica, por exemplo. Ciente do importante papel na formação de opinião que a mídia carrega, torna-se fundamental estudá-la a fim de analisar criticamente sua função na sociedade. A imprensa deve levantar debates e incitar questões visando à promoção de mudanças sociais, não corroborando para a manutenção da hegemonia.

### **O Enquadramento e a Relação entre Mídia e Política**

Para estudar a mídia e o papel dela atualmente, é imprescindível passar pelo conceito de enquadramento, pois é possível compreender como a mídia aborda os temas propostos com base na análise do conteúdo político dela, aprofundando as esferas da produção e da recepção, inseridas no contrato de comunicação. O primeiro paradigma a ser quebrado nessa situação é a imparcialidade midiática. Considerar a mídia apenas como “fonte de informação”, onde ela é passada de forma objetiva, é ignorar o papel do sujeito na instância da produção, que carrega valores e opiniões que perpassam na produção daquele conteúdo, agregando pontos de vista e subjetividade na informação.

Porto (2004) salienta a importância da substituição do conceito de “parcialidade” pelo de “orientação estruturada”, que inclui relações que moldam os relatos noticiosos (Porto, 2004, p. 75, citado em Hackett, 1993, p. 128). O conteúdo midiático, então,

desempenha importante papel político e ideológico, ainda que inconscientemente, contribuindo, portanto, para a construção da hegemonia. Dessa forma, é importante ressaltar que “a mídia pode não ter muito sucesso em dizer às pessoas o que pensar, mas seria muito eficiente em determinar sobre o que as pessoas devem pensar” (Porto, p. 76).

No campo da Comunicação, os enquadramentos determinam a produção de notícias, que definem e constroem a realidade a partir de determinada visão. Assim, as notícias “são um recurso social cuja construção limita um entendimento analítico da vida contemporânea” (Porto, 2004, p. 79 citado em Tuchman, 1978, p. 215). Nesse contexto, o enquadramento, entendido com uma “ideia central organizadora”, é um modo de organizar o discurso através de práticas específicas, construindo uma determinada interpretação dos fatos. O enquadramento é, portanto, um jogo de “seleção e saliência”, já que “seleciona alguns aspectos de uma realidade percebida e fazem-nos mais salientes em um texto comunicativo” (Porto, 2004, p. 82 citado em Etman, 1994, p. 294).

É nesse sentido que Charaudeau (2012) afirma que a notícia opera com um real construído, a partir do filtro de um ponto de vista. Ou seja, não é o retrato puro e bruto do acontecido, mas sim um recorte a partir da visão e interpretação do fato.

O universo da informação midiática é efetivamente um universo construído. Não é o reflexo do que acontece no espaço público, mas sim o resultado de uma construção. O acontecimento não é jamais transmitido em seu estado bruto, pois, antes de ser transmitido, ele se torna objeto de racionalizações: pelos critérios de seleção dos fatos e dos atores, pela maneira de encerrá-los em categorias de entendimento, pelos modos de visibilidade escolhidos. Assim, a instância midiática impõe ao cidadão uma visão de mundo previamente articulada, sendo que tal visão é apresentada como se fosse a visão natural do mundo. (Charaudeau, 2012, p. 151)

Assim, o autor defende que a mídia constrói o espaço público, já que “correspondem às categorias de pensamento da opinião pública” (Charaudeau, 2012, p. 145). Dessa forma, a mídia atua como instrumento de legitimação social de determinados setores da sociedade, pois caracterizam suas interpretações com caráter factual, em detrimento de outros. Na política, tal característica se torna mais visível, ao passo que a cobertura midiática do tema atua na manutenção dos interesses políticos e econômicos dos empresários dessas empresas, favorecendo suas causas e partidos conservadores.

Em sua obra mais recente, o autor explora a relação entre mídia e opinião pública, a partir da encenação da realidade e da peopolização do mundo político.

A peopolização é a característica do discurso que fala da vida privada dos grandes desse mundo, arrancando o véu de sua intimidade. A informação chega à cena pública com uma 'promessa de revelação' do que está oculto, e mesmo inconfessável numa encenação mais ou menos dramatizante. (Charaudeau, 2016, pp. 121-122)

Essa exposição pública da vida cotidiana dos políticos é destinada a produzir um efeito de credibilidade, já que, por um lado, promove a dessacralização da função do político e, por outro, promove humanidade em um cargo considerado desumanizado. A peopolização, portanto, é um fato midiático, pois externaliza os bastidores da cena política e a personalidade de seus atores, tornando-se cúmplices de seu público. Dessa maneira, “o privado toma o lugar do público, a pequena história da grande história, o particular do universal, numa ilusão de transparência total” (Charaudeau, 2016, p. 124). Como veremos a seguir, tal característica é evidenciada nos objetos em análise, pois tratam de exposição da vida particular de atores públicos, a fim de conquistar o público para consumir seu produto e concordar com o ponto de vista hegemônico das empresas jornalísticas.

Assim, a mídia transforma os valores e saberes ligados à ideologia dominante em senso comum, com a parcialidade em favor de determinados partidos e causas em clara oposição a outros. De acordo com Albuquerque (1998) as empresas jornalísticas do Brasil “pertencem ou são vinculadas a políticos e destinam-se a favorecer seus proprietários” (p. 21).

Devido à manutenção do discurso hegemônico e a relação direta com partidos e interesses políticos, observa-se o apagamento de outras vozes, a partir da planificação da heterogeneidade de opiniões (Emediato, 2013), ou seja, a gestão dos variados pontos de vista acaba por privilegiar aqueles que já têm seu espaço consolidado. O autor acredita que “as tendências opinativas da imprensa sempre estiveram vinculadas aos diferentes pensamentos políticos e econômicos, dialogando com as divisões da opinião pública” (p. 69), mas, na prática, esse dialogismo interno prioriza o discurso hegemônico, não dando espaço para seu contraste.

Visando a manutenção de tais discursos e interesses é que o enquadramento se estabelece. Dividido em diversas categorias, os objetos em análise apresentam características inseridas nesses tipos de enquadramento. Emediato (2013) classifica-os em quatro tipos: por tematização, quando se produz efeito a partir da memória, agindo sobre a representação do outro, com a construção de pontos de vista; por designação, ao qual se manifestam as tomadas de posição, enquadrando um ser em uma classe ao qual deve agir de acordo com o que se espera, como analisaremos nos objetos de estudo; o enquadramento do dizer do outro trata dos verbos utilizados, que podem expressar pontos de vista; e o enquadramento pelo questionamento, incitando o receptor à problematização a partir de uma visada incitativa. A partir dessa dimensão argumentativa, o enunciador busca prender a atenção do receptor, fazendo com que ele consuma os fatos e ditos relatados por meio da perspectiva daquele tipo de enquadramento (Emediato, 2013).

O enquadramento objetiva, portanto, causar efeitos na audiência, influenciando a instância de recepção. Como ele é feito, na maioria das vezes, de forma implícita, o receptor não consegue identificar a fonte do seu conhecimento, tomando aquela versão, fruto de pontos de vista, como verdade absoluta, não conseguindo identificar quem é o responsável pela narrativa (Charaudeau, 2012). Este é o destino final do enquadramento: influenciar, de preferência inconscientemente, o receptor a tomar aquela seleção como representação real do fato. Dentre as classificações propostas por Porto (2004), analisamos os objetos a partir de três tipos: “enquadramento dramático”, a partir da patemização do fato; “enquadramento moral”, considerando o senso comum como aplicação da moral; e o “enquadramento oficialista”, que relaciona os dois anteriores para a construção da verdade.

Outro interesse deste artigo é a representação da mulher na mídia, quando se relaciona com a política. Estudo feito por Ross *et al.* (2013) aponta essa diferença na representação da mulher na mídia em relação à política, enquanto candidatas e representantes do povo. O trabalho versa sobre as eleições de 2010 no Reino Unido e como a mídia representava as mulheres envolvidas no pleito. O que se observa no exterior não é muito diferente do Brasil: ao retratar os homens, a temática política era mais explorada, ao passo que, em relação às mulheres, a abordagem era sobre a questão de gênero e outros aspectos considerados femininos, colocando em cheque sua capacidade política e profissional.

As autoras consideram que a representação da mulher em relação às tarefas domésticas banalizam tais trabalhos e representações, em detrimento a outras qualidades e potenciais políticos. Elas observaram, ainda, o “enquadramento mais pessoal” dado aos perfis femininos relacionados à política, desprezando, por vezes, o trabalho político e a carreira profissional desenvolvida por elas. Ross *et al.* (2013) levam em consideração o posicionamento feminino em relação à família, como observamos no nosso corpus, uma vez que Marcela Temer é retratada a partir da relação amorosa com o então ex-presidente e a então presidenta é desqualificada considerando à falta de popularidade e aparições midiáticas com a família, em uma tentativa de comparações extremistas entre essas duas mulheres.

É nesse sentido também que Adcock (2010) orienta seus estudos acerca da representação da mulher na mídia. A autora defende a importância da representatividade da mulher na política para que as necessidades delas sejam atendidas e abordar a política de maneira diferenciada na reformulação da agenda política e suas expressões sociais específicas. A autora critica a cobertura jornalística, de maneira geral, em relação à política, tendo em vista o comum sensacionalismo praticado pela imprensa e a preocupação mais voltada ao consumo midiático em detrimento à qualidade empreendida pelos veículos de mídia. Ela defende, então, uma reformulação midiática para que haja maior representatividade e democratização nas coberturas jornalísticas, principalmente relacionadas à política, pensando em forma coletiva e representativa.

Para tanto, torna-se fundamental que essa representatividade coexista nos poderes políticos e midiáticos, em uma representação mais real e fiel da democracia em todos os seus âmbitos, possibilidades e vivências. Segundo ela, “as mulheres precisam participar (da política) para que os interesses das mulheres sejam adequadamente interpretados e representados” (Adcock, 2010, p. 137). No entanto, ela também alerta para as especificidades na abordagem e interesses femininos na política e na mídia, reformulando os referidos agendamentos, realizando, a partir da prática e teoria política feminista, uma abordagem mais “crítica sensível à política de representação dos meios de comunicação” (Adcock, 2010, p. 139).

Aproximando-se ao nosso objeto de estudo, como veremos a seguir, os resultados da pesquisa de Adcock (2010) apontam que as coberturas midiáticas políticas que envolvem as mulheres são mais descritivas em estereótipos sexuais e de gênero, além de atividades domésticas, desqualificando-as em relação ao trabalho masculino. Tais representações

encontram diversas causas que fogem a vil compreensão, mas são ancoradas nas representações machistas inseridas na sociedade patriarcal em que vivemos, seja no Reino Unido (lugar de análise dos estudos aqui citados), seja no Brasil (onde fazemos a análise deste artigo), demonstrando, portanto, o quanto essas sociedades, dentre outras, merecem ser revistas visando a real prática da democracia e extinção do preconceito, sendo possível a partir do avanço das práticas feministas e lutas políticas empreendidas e vivenciadas pelas mulheres.

### **As Reportagens e suas Representações**

Como vimos, o enquadramento é o que determina o desenvolvimento da reportagem como forma de orientação do ponto de vista e formação de opinião, por meio de vários fatores como verbos utilizados, temas abordados e imagens ilustrativas. Com isso, analisaremos como se deu o enquadramento das reportagens “Bela, recatada e do lar”, do portal *Veja*, e “Uma presidente fora de si”, da revista *IstoÉ* através dessas características apresentadas.

Para tanto, é necessário entender as representações de cada reportagem e os pontos de vista imbricados nelas.

Mais importantes do que os enunciadores são as representações de objetos e de pontos de vista sobre esses objetos. A nosso ver, a noção de ponto de vista não envolve apenas objetos representados, mas também o papel que os enunciadores desempenham na representação. Representar pontos de vista ou expressar falas, pensamentos e percepções implica referir-se a objetos apreendidos por um ou mais enunciadores. Portanto, referir-se a um objeto é apontar para um enunciador e para a posição em que seu ponto de vista ocupa no discurso. (Cortez, 2013, p. 299)

Deste modo, o ponto de vista pode ser expresso de diversas formas, desde a escolha de uma foto representativa ao posicionamento mais declarado. Assim, coloca a perspectiva de si e do outro no discurso, por meio da orientação argumentativa em formas nominais, verbos e a própria percepção na formação de sentido. A autora afirma que através de um mecanismo textual-discursivo, “o locutor apreende e apresenta os objetos de discurso para fazer valer seu ponto de vista em meio ao ponto de vista de outros enunciadores” (p. 294).

Exemplo disso são as fotos ilustrativas da reportagem veiculada na revista *IstoÉ*, como mostrado na figura 1.



Figura 2: Foto que abre a reportagem.  
Fonte: Revista *IstoÉ*

Na foto, podemos ver Dilma Rousseff com as mãos para cima, mas não é possível ver a expressão do seu rosto para apreender o possível sentimento ao qual estaria expressando pelo gesto. No entanto, a legenda da imagem na reportagem realiza o julgamento a fim de ratificar o ponto de vista que defende em todo o texto: “Descontrole: A presidente se entope de calmantes desde a eclosão da crise. Os medicamentos nem sempre surtem efeito, atestam seus auxiliares”. Dessa forma, a revista induz o leitor a concluir que a foto foi tirada após um desses “momentos de fúria” e toma tal hipótese como verdade absoluta, expondo também uma informação de “auxiliares” da então presidente, sem, no entanto, identificar tal fonte.

Do mesmo modo, a foto que ilustra a reportagem da revista *Veja* também reafirma seu posicionamento, em consonância com o título, ao apresentar a imagem de Marcela Temer com roupa de tom “sóbrio”, sem decote, cabelos presos, sem um figurino que chame a atenção, ratificando o adjetivo “recatada” ao qual a revista lhe atribui (figura 2).



Figura 3: Marcela Temer posa para foto que serve de ilustração da reportagem sobre ela.  
Fonte: Revista *Veja*

Tais exemplos de imagens são inseridas no corpo das reportagens para ilustrar a formação discursiva ao qual está inserido, culminando no realce do ponto de vista do veículo a partir da relação visível entre a foto e os textos adjetivados. A representação, então, é um processo de uma encenação discursiva, não simplesmente o efeito de realidade. Ela se apresenta tanto pelas características quanto baseada na recepção, em como o público é capaz de interpretá-la.

Dessa maneira, podemos identificar mais enunciadores, que tem seu ponto de vista manifesto no objeto de discurso. Na mídia, essa construção se dá no texto em que se explicita a posição ideológica do enunciador, seja ele o jornalista, o veículo ou a sociedade. Com isso, marca as relações entre os enunciadores, com pontos de vista ancorados nessa relação, concluindo-se que eles representam a projeção coletiva de opinião. Essa característica pode ser notada quando as reportagens em análise destacam ideais do senso comum, difundidos em nossa sociedade machista, como podemos observar na figura 3, em que a *Veja* relata os cuidados que Marcela tem com a aparência.

Por algum tempo, frequentou o salão de beleza do cabeleireiro Marco Antonio de Biaggi, famoso pela clientela estrelada. Pedia luzes bem fininhas e era “educadíssima”, lembra o cabeleireiro. “Assim como faz a Athina Onassis quando vem ao meu salão, ela deixava os seguranças do lado de fora”, informa Biaggi. Na opinião do cabeleireiro, Marcela “tem tudo para se tornar a nossa Grace Kelly”. Para isso, falta só “deixar o cabelo preso”. Em todos esses anos de atuação política do marido, ela apareceu em público pouquíssimas vezes. “Marcela sempre chamou atenção pela beleza, mas sempre foi recatada”, diz sua irmã mais nova, Fernanda Tedeschi. “Ela gosta de vestidos até os joelhos e cores claras”, conta a estilista Martha Medeiros.

Figura 4: Trecho da reportagem sobre os cuidados com a beleza de Marcela Temer.  
Fonte: Revista *Veja*

No trecho em destaque a reportagem justifica os atributos “bela” e “do lar” que utilizou no título para descrever Marcela Temer. A repórter ainda a compara com Grace Kelly, princesa de Mônaco reconhecida também pela sua beleza, como um modelo de primeira-dama. Tal descrição é importante para nossa análise, pois enaltece a valorização da beleza padrão: loira, de olhos claros e recatada.

A construção e propagação dessa ideologia é marcada, então, nos indícios de produção, que enquadra o objeto relatado de acordo com os interesses não só pessoais, mas também ideológicos referentes à empresa ao qual se insere. Para Emediato (2013), a produção de narrativas está intrinsecamente ligada à descrição das qualidades dos atores e suas ações, determinando, a partir do enquadramento dado, o ponto de vista a ser apreciado. Dessa forma, o autor classifica o “enquadramento por designação”, presente na mídia impressa, que atribui características aos seres e, a partir delas, a perpetuação do seu ponto de vista.

A designação nominativa na imprensa escrita impõe uma maneira de ver que merece ser julgada em termos de orientação argumentativa. Ora, o discurso de informação midiática se serve constantemente dos nomes comuns como uma operação em que a dimensão argumentativa chega a ser evidente. O enquadramento de um ser em uma classe genérica faz dele um exemplo e sua ação implica, de forma direta ou indireta, intencionalmente ou não, a

classe à qual ele pertence. Tais designações podem provocar um raciocínio indutivo e sugerir um laço de causalidade não fundada. (Emediato, 2013, p. 82)

O autor ainda afirma que esses acontecimentos são enquadrados a partir de escolhas dos jornalistas, reafirmando o ponto de vista do veículo. Tal característica pode ser observada nos objetos em análise, já que contribuem para a manutenção do discurso hegemônico estereotipado. Durante toda a narrativa de ambas as reportagens, esses estereótipos são reforçados. Na reportagem sobre Marcela Temer, a jornalista considera Michel Temer um “homem de sorte” por ter a modelo “bela e recatada” como esposa, enquanto na reportagem sobre Dilma Rousseff há o uso de palavras fortes com denotação negativa para caracterizar o momento e para quem a cerca, como “tensão”, “destempero” e “desordem”.

Isso ocorre quando atribui características como a de “recatada” como qualidade (como vimos na figura 3) e a fúria como defeito (figura 4), buscando retratar um modelo de mulher ideal, orientando como elas devem agir para que consigam ser aceitas na sociedade carregada de posicionamentos machistas.



Os últimos dias no Planalto têm sido marcados por momentos de extrema tensão e absoluta desordem com uma presidente da República dominada por sucessivas explosões nervosas, quando, além de destempero, exibe total desconexão com a realidade do País. Não bastassem as crises moral, política e econômica, Dilma Rousseff perdeu também as condições emocionais para conduzir o governo. Assessores palacianos, mesmo os já acostumados com a descompostura presidencial, andam aturdidos com o seu comportamento às vésperas da votação do impeachment pelo Congresso. Segundo relatos, a mandatária está irascível, fora de si e mais agressiva do que nunca. Lembra o Lula dos grampos em seus impropérios. Na última semana, a presidente mandou eliminar jornais e revistas do seu gabinete. Agora, contenta-se com o clipping resumido por um de seus subordinados. Mesmo assim, dispara palavrões aos borbotões a cada nova e frequente má notícia recebida. Por isso, os mais próximos da presidente têm evitado tecer comentários sobre a evolução do processo de impeachment. Nem com Lula as conversas têm sido amenas. Num de seus acessos

Figura 5: Trecho do início da reportagem da revista *IstoÉ*.

Fonte: Revista *IstoÉ*

É importante destacar os termos usados para caracterizar Dilma Rousseff, de modo a construir uma imagem negativa da então presidenta. Palavras e expressões como “explosões nervosas”, “destempero”, “desconexão”, “perdeu as condições emocionais”,

“descompostura”, “irascível”, “fora de si”, “agressiva”, “mandou eliminar”, “dispara palavrões” revelam o posicionamento da revista em relação ao comportamento de Dilma, com julgamento de valor negativo em relação a ele. Ao descrever tais atitudes, a reportagem retrata Rousseff como uma pessoa descontrolada, ilustrada por uma imagem raivosa e descontrolada (como vimos na figura 1), em contrapartida à imagem dócil feminina que nos é imposta e expressa em nossa sociedade.

Assim, a partir do enquadramento pela designação das características apresentadas sobre as mulheres, percebe-se o fortalecimento do discurso machista entre o bem e o mal, personificados, aqui, como Marcela e Dilma, baseado na descrição de suas características apresentadas como qualidades e defeitos.

No entanto, a representação e o reforço da manutenção da ideologia dominante pode ser expresso indicando outras vozes ainda não apresentadas ou exploradas. Outro tipo de enquadramento presente nos textos em análise é “do dizer do outro”, que se refere aos verbos de atitude empregados na reportagem. Para Emediato (2013),

Os verbos de atitude podem representar uma opinião do sujeito enunciador/informante sobre o dizer de um ator social, (como) exercício de interpretação por parte do jornalista. (...) Indica ao leitor em qual perspectiva ele deve compreender esse dizer, além de provocar o acontecimento ao suscitar reações dos atores sociais ao discurso relatado, abrindo uma perspectiva de debate (Emediato, 2013, p. 83 e 84).

Dessa maneira, os verbos também expressam pontos de vista e podem denotar carga positiva ou negativa a cada discurso relatado. Na reportagem da *IstoÉ*, por exemplo, são utilizados verbos fortes com carga emocional negativa, como “vociferou”, “esbravejou”, sempre se referindo à Dilma Rousseff como autora dessas declarações e formas de falar (figura 5). Já na reportagem do portal *Veja*, os verbos são mais neutros, em tom informativo, sempre na opinião de terceiros, enaltecendo as qualidades de Marcela Temer (figura 6).

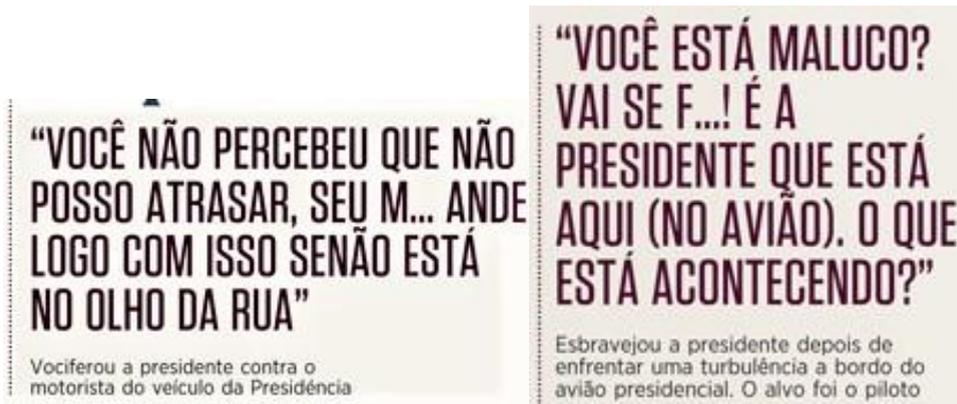


Figura 6: Trechos de discurso relatado de Dilma Rousseff.  
Fonte: Revista *IstoÉ*



Marcela é o braço digital do vice. Está constantemente de olho nas redes sociais e mantém o marido informado sobre a temperatura ambiente. Um fica longe do outro a maior parte da semana, uma vez que Temer mora de segunda a quinta-feira no Palácio do Jaburu, em Brasília, e Marcela permanece em São Paulo, quase sempre na companhia da mãe. Sacudida, loiríssima e de olhos azuis, Norma Tedeschi acompanhou a filha adolescente em seu primeiro encontro com Temer. Amigos do vice contam que, ao fim de um dia extenuante de trabalho, é comum vê-lo tomar um vinho, fumar um charuto e “mergulhar num outro mundo” – o que ocorre, por exemplo, quando telefona para Marcela ou assiste a vídeos de Michelzinho, que ela manda pelo celular. Três anos atrás, Temer lançou o livro de poemas intitulado *Anônima Intimidade*. Um deles, na página 135, diz: “De vermelho / Flamejante / Labaredas de fogo / Olhos brilhantes / Que sorriem / Com lábios rubros / Incêndios / Tomam conta de mim / Minha mente / Minha alma / Tudo meu / Em brasas / Meu corpo / Incendiado / Consumido / Dissolvido / Finalmente / Restam cinzas / Que espalho na cama / Para dormir”.

Michel Temer é um homem de sorte.

Figura 7: Relato sobre Marcela a partir de amigos de Michel Temer.  
Fonte: Revista *Veja*

Dessa forma, as falas do outro, apresentadas já com juízo de valor no verbo escolhido, não são meras fontes informativas, mas sim que reforçam o ponto de vista defendido no texto. O sentido de um enunciado, então, passa a ser os encadeamentos discursivos que ele evoca, não a informação que ele traz (Emediato, 2013). Ou seja, a produção de sentido é provocada a partir dos efeitos esperados a partir dessas escolhas e dos enquadramentos utilizados, incitando o leitor a seguir o ponto de vista defendido pelo veículo, de forma implícita no corpo da matéria, se identificando com o público.

Nesse sentido, a informação midiática é, ao mesmo tempo, conservadora e progressista. Ela esquematiza o mundo reduzindo-o ao conhecido, ao discutível, ao conforme, ao razoável, enfim, ao senso comum, mas ela também movimentava essas representações propondo o seu debate no cotidiano. (...) Impor um quadro de verdade ao outro é fazer dele um esquema capaz de mascarar as outras perspectivas possíveis. Há uma intenção de agir sobre as crenças e as representações do outro sem que a visada argumentativa do discurso seja assumida pelo sujeito comunicante. (Emediato, 2013, p. 78)

Tal situação é uma estratégia manipuladora que deseja propor o seu ponto de vista, a partir de dialogismos internos do texto, com a gestão da palavra e da enunciação de outrem na reportagem. Como vimos, essa gestão pode ser feita por verbos, adjetivos e qualificações. Os títulos também incitam a mesma ação, pois é considerado uma orientação argumentativa, de forma mais objetiva. Alinhado ao editorial, o título é o laço correspondente ao ponto de vista do enunciadador (Emediato, 2013). O autor acredita que o título “apresenta a opinião como verdade e evidência”, para que o leitor “preencha as lacunas na direção esperada” (p. 93).

Os títulos das reportagens em análise são exemplos disso. “Bela, recatada e do lar” e “Uma presidente fora de si”, carregam denotações e produções de sentido bem distintas. De um lado, constrói-se a imagem da mulher ideal a partir dos três atributos apresentados logo no título, ao traçar o perfil de Marcela Temer e, implicitamente, a relação com Michel Temer e o filho, como um retrato da boa família tradicional, como alternativa segura para o Brasil. Em contrapartida, a imagem de Dilma já é apresentada de forma negativa, como alguém descontrolada, o que implica na impossibilidade de governar o país devido a seus “surto” relatados na reportagem.

Essa análise nos permite classificar as reportagens como um encontro dos três tipos de enquadramento propostos por Porto (2004): enquadramento dramático, moral e oficialista. O enquadramento dramático pode ser observado na tentativa de aproximação com o público na reportagem da *Veja*, ao relatar um pouco o dia-a-dia de Marcela Temer, o jantar romântico e expor poema íntimo de Michel Temer à sua esposa (figura 6). Na reportagem da *IstoÉ* (figura 4) a patemização se torna mais evidente, já que em todo o texto o jornalista explora, negativamente, as emoções da então presidenta Dilma Rousseff, a fim de provocar ainda maior rejeição à figura política, que, idealmente, não pode se deixar abalar pelas emoções.

O enquadramento moral considera o senso comum na aplicação da moral, explorando a memória coletiva da sociedade (Cortez, 2013). Tal característica é bastante explorada em ambas as reportagens, já que toma a os atributos de Marcela Temer como produtos de uma boa moral e o sentimentalismo de Dilma como aversão ao cargo que ela ocupa, indo na contramão das emoções de Marcela, que se apresenta como sendo “bela, recatada e do lar”, enquanto Rousseff se opõe a essa imagem, tanto retratadas em fotos quanto nas falas transcritas, verbos utilizados, e emoções exploradas, como vimos nas figuras acima mostradas.

Por fim, com a união desses dois tipos de enquadramento chega-se no enquadramento oficialista, para a construção da verdade. Assim, somando-se o exacerbo de emoções fortes de Dilma e a falta de racionalidade moral causada pela intensidade sentimental, a revista constrói imagem depreciativa de Dilma Rousseff, acusando-a ser incapaz, moral e emocionalmente, de prosseguir à frente do Brasil. Por outro lado, a construção da identidade “recatada” de Marcela, aproximando-a da vida do público pela representação da família ideal, juntamente com a imagem moralmente aceita na sociedade que ela passa, o portal constrói o tipo de mulher ideal para ocupar o cargo de primeira-dama, exaltando, conseqüentemente, a figura de Michel como substituto adequado ao cargo de presidente.

## Considerações Finais

Mesmo com o ideal de que a mídia deve adotar um ponto de vista distanciado e global, seguindo o princípio da objetivação da informação, percebemos que, na prática, não é isso que ocorre. Assumindo que a imparcialidade é um mito, entendemos que a informação se constrói a partir do enquadramento de um fato, da visão do jornalista. Além disso, vimos que a reportagem deve propor um questionamento sobre o assunto tratado, pelo princípio de inteligibilidade. No entanto, também observamos que, na maioria dos casos, não é isso que ocorre na grande mídia, já que ela reproduz o discurso hegemônico sem a total abertura para opiniões e participações contrárias.

Assim, o discurso da informação midiática objetiva provocar no leitor diferentes tipos de inferências e de efeitos, a partir de diferentes formas de enquadramento. Nesse sentido, a noção de representação põe em evidência a relação entre as vozes que constituem o discurso, construindo objetos que resultam nos pontos de vista, com finalidade argumentativa. Isso ocorre a partir da interpretação sobre o dizer de outros enunciadores e a possibilidade dele representar falas, atitudes, pensamentos e percepções.

Tal característica é evidente na reportagem da *IstoÉ*, onde compara Dilma à Maria A Louca, a primeira mulher a assumir a coroa portuguesa, reforçando o estereótipo de loucura feminina, a fim de deduzir que são incapazes de governar. Nesse sentido, Porto (2004) acredita que a mídia contribui para privilegiar determinadas interpretações hegemônicas da realidade, valorizando a pluralidade de sentidos a fim de desenvolver, nas pessoas, entendimentos mais variados sobre a política.

Portanto, concordamos com Ross *et al.* (2013) no sentido em que torna-se necessário empreender ainda mais estudos a respeito da relação entre mulheres, política e sua representação midiática. Ademais, deve-se dar mais visibilidade a essas mulheres, valorizando-as, e não colocando sua capacidade em questão ou outras representações que contribuem para a manutenção do preconceito contra suas atuações políticas e representações supérfluas nas mídias, principalmente se considerarmos a crescente participação quantitativa feminina em ambientes políticos nacionais e internacionais.

Nessa esteira, apontamos também as observações feitas por Adcock (2010). A autora acredita que “a escolha da linguagem é frequentemente servida para reproduzir concepções tradicionais, pejorativas ou míticas da feminilidade” (Adcock, 2010, p. 150). Tal

assertiva também pode ser observada em nosso estudo aqui apresentado, ainda que em menores proporções, pois pudemos verificar a diferença, pela linguagem e enquadramentos, dada a diferentes mulheres e seus posicionamentos e relações políticas: enquanto uma é retratada de maneira mais dura, masculinizada, na outra são ressaltados seus aspectos femininos que corroboram com o ideal da mulher pela ótica machista\_ à sombra do homem, nos seus afazeres domésticos, não em lugar de poder político como observado em Dilma Rousseff, como se fossem características antagônicas, excludentes e obrigatórias em cada cargo e de gênero.

Por fim, apontamos a relevância de estudos como esse, de maneira ainda mais aprofundada e ancorada em outros veículos e personagens, a fim de promover maior reflexão e a efetiva mudança na mídia, tanto brasileira quanto internacional. Seja a partir da Análise do Discurso ou outros aportes teóricos-metodológicos, observamos que tais representações são padronizadas em âmbito mundial. Com este trabalho, apresentamos uma das possibilidades dessa reflexão, análise e discussão teórica, mas há tantas outras maneiras de realizar tais análises e sugestões de transformações reais, visando a efetivação da democracia e da prática feminista em representações que valorizem o trabalho e a competência feminina, por exemplo, em profissões tradicionalmente ocupadas por homens. Assim, teremos uma mídia mais plural e uma sociedade, quiçá, mais livre, democrática e igualitária.

## Referências Bibliográficas

Adcock, C. (2010). The Politician, the Wife, the Citizen, and Her Newspaper. Rethinking women, democracy, and media(ted) representation. *Feminist Media Studies*, 10(2), 135-159.

Albuquerque, A. (1998). Manipulação editorial e produção da notícia: dois paradigmas da análise da cobertura jornalística da política. In. (Orgs). Rubim, Antonio A.C; Bentz, Ione M. G; Pinto, Milton J. *Produção e recepção dos sentidos midiáticos*. Petrópolis: Vozes. pp. 9-27.

Araújo, R. de C. B. de. (2003). O voto de saias: a Constituinte de 1934 e a participação das mulheres na política. *Estudos Avançados*, v. 17, n. 49, pp. 133-150.

Barreto, A C. T. (2010). Carta de 1988 é um marco contra discriminação. Revista Consultor Jurídico. Retirado de <https://www.conjur.com.br/2010-nov-05/constituicao-1988-marco-discriminacao-familia-contemporanea>

Brown, M. E.; Gardetto, D. C. (2000). Representing Hillary Rodham Clinton: Gender, Meaning and News Media, in Annabelle Sreberny and Liesbet van Zoonen (Eds.), *Gender, Politics and Communication*. Cresskill, NJ: Hampton Press, pp. 21-51.

Charaudeau, P. (2012). *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto.

Charaudeau, P. (2016). *A conquista da opinião pública*. São Paulo: Contexto.

Cortez, S. (2013). A representação de pontos de vista em reportagens de revista feminina. In: Emediato, W. (Org.) *A construção da opinião na mídia*. Belo Horizonte: NAD, pp. 293-316

Emediato, W. (2013). A construção da opinião na mídia: argumentação e dimensão argumentativa. In: Emediato, W. (Org.) *A construção da opinião na mídia*. Belo Horizonte: NAD. pp. 69-103

Freire Filho, J. (2015). “Mas por que, afinal, as mulheres não sorriem?”: Jornalismo e as razões da (in)felicidade feminina. *Ciberlegenda*, v. 2, pp. 8-20.

Istoé, Revista. (2016). Uma presidente fora de si. Retirado de: [http://istoe.com.br/450027\\_UMA+PRESIDENTE+FORA+DE+SI/](http://istoe.com.br/450027_UMA+PRESIDENTE+FORA+DE+SI/)

Pinto, C R. J. (2010). Feminismo, história e poder. *Revista Sociologia Política* 18, pp.15-23.

Porto, M. P. (2004). Enquadramento da mídia e política. In: Albino, Antonio; Rubim, Cabelas, A. (Orgs.) *Comunicação e política: conceitos e abordagens*. São Paulo: Unesp, pp. 74-104.

Ross, K. et al. (2013). The Gender of News and News of Gender: A Study of Sex, Politics, and Press Coverage of the 2010 British General Election. *The International Journal of Press/Politics*, 18(1), pp. 3-20.

Veja, Portal. (2016). Bela, recatada e do lar. Retirado de: <http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/bela-recatada-e-do-lar>

**Data de Receção:** 02/10/2018

**Data de Aprovação:** 12/12/2018

### Informações sobre o autor:

Jornalista formado pela Universidade Federal de Viçosa (UFV). Mestre em Estudos de Linguagens pelo Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG). Doutorando em Linguística Aplicada pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP).

## **II. Novas Realidades e Prospecções sobre a Comunicação**



## A Construção Social do Eu através da experiência nas Redes sociais – Hipermodernidade, Leveza e Adolescência

**Autores** Ana F. Oliveira

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho

[anaf.oliveira.j@gmail.com](mailto:anaf.oliveira.j@gmail.com)

**Resumo** Este trabalho teve como objetivo explorar o fenómeno da construção social e da identidade, num cruzamento com a hipermodernidade e a leveza, teorizadas por Lipovetsky. Partindo de uma atividade empírica desenvolvida com um grupo de 24 jovens a frequentar o ensino secundário, esta reflexão procurou investigar os conceitos e testar abordagens, no sentido de promover a compreensão das formas como os jovens percebem a(s) sua(s) identidade(s) e como experienciam a vida através dos ecrãs. Teve como ponto de partida três ideias: em primeiro lugar, a noção de imersão (quase) total dos adolescentes nas tecnologias digitais (Lemos, 2009), aspeto que transparece uma necessidade das suas formas de ser e estar serem refletidas a partir da observação dos comportamentos no digital; em segundo, a ideia de construção de uma identidade digital que subsiste nas novas redes sociais e que se distingue das identidades reais (Stone, 1996; Turkle, 1995); por último, a assunção de que a leitura efetuada pelos jovens das informações e acontecimentos apresentados pelo mundo digital impacta a sua postura nas redes digitais. Como resultados destacamos, no seio do grupo, em observação, a) a tendência para a construção da identidade no digital, com o objetivo de promover a sua inclusão em meios sociais e de transparecer uma autoimagem trabalhada; b) uma aproximação ao novo paradigma da estrutura social hipermoderna, compreendendo-se que os comportamentos dependem essencialmente da estrutura social onde se encontram inseridos e das relações que estabelecem entre si.

**Palavras-Chave** Redes sociais; Identidade; Hipermodernidade; Identidade; Construção Social

**Abstract** This work aimed to explore the phenomenon of social construction and identity, in a crossroads with hypermodernity and lightness, theorized by

Lipovetsky. Starting from an empirical activity developed with a group of 24 young people attending secondary school, this reflection sought to investigate the concepts and test approaches in order to promote the understanding of the ways in which young people perceive their identity and how they experience life through the screens. Three ideas emerged as a starting point: firstly, the notion of the adolescents' (almost) total immersion in the digital technologies (Lemos, 2009), an aspect that points a need for their ways of being to be understood from the observation of their non-digital behaviors; secondly, the idea of building a digital identity that subsists in new social networks and that is distinguished from real identities (Stone, 1996; Turkle, 1995); and finally, the assumption that the reading of information and events presented by the digital world impacts their posture on digital networks. As a result, we highlight - within the group in observation - a) the tendency to construct the identity in the digital, with the objective of promoting their inclusion in social media and of showing a worked self-image; b) an approximation to the new paradigm of the hypermodern social structure, understanding that the behaviors depend essentially on the social structure where they live and the relations established between them.

**Keywords** Social networks; Identity; Hypermodernity; Identity; Social Construction

---

## Introdução

As redes sociais digitais desempenham, hoje, um papel que vai além da simples facilitação e promoção da socialização. Pensando no contexto da adolescência, e como explicitado por Cardoso (2013), o espaço que as redes sociais atuais ganham nas rotinas dos jovens é cada vez maior, permitindo que estes estejam constantemente conectados com o mundo nos ecrãs, espaços que lhes projetam imagens da realidade e do mundo ao qual pretendem pertencer. Percebe-se, desta forma, que a importância crescente do ecrã no quotidiano do indivíduo da era hipermoderna eleva a importância destas redes, fazendo com que, mais do que a função de ferramentas, estas ocupem lugares cimeiros na construção da identidade do homem.

Inerentemente inserido numa rede, e ocorrendo grande parte das relações que estabelece numa lógica cada vez mais digital, a análise das formas de ser e estar do indivíduo do séc. XXI passam necessariamente pela compreensão dos seus comportamentos nas redes digitais - a maior acessibilidade, proximidade, abertura e conforto decorrentes destas,

condicionam, na nossa visão, de forma clara as suas escolhas, orientações, comportamentos e opiniões – no fundo, os elementos que compõem a sua identidade.

Sendo a adolescência um tempo de maturação, definição, afirmação e integração do indivíduo, e sendo possível encarar as redes como um aspeto essencial à sobrevivência humana (Bowlby, 1998), a reflexão sobre a relação existente entre os dois aspetos apresenta-se como inevitável. De facto, a criação de uma imagem, partilha de ideais, expressão de crenças e valores que permitam a entrada em grupos sociais ou mesmo o fortalecimento de uma posição, são aspetos que hoje, mais do que presentes no mundo físico, são proclamados no mundo digital. Allen (2015) frisa que “para os adolescentes de hoje, os perfis das redes sociais transformam-se em diários visuais de desenvolvimento, através dos quais os jovens podem fazer *scroll*, procurando algo que ainda precisam de aprender sobre si mesmos” (p.5).

Definindo como base de trabalho uma linha de pensamento próxima do individualismo metodológico de Max Weber, este artigo procura investigar o fenómeno da construção social e da identidade, num cruzamento com a hipermodernidade e a leveza, teorizadas por Lipovetsky (2007). A partir de uma atividade exploratória desenvolvida com um grupo de 24 adolescentes a frequentar diversos modos de ensino secundário nacional, o trabalho desenvolvido procurou investigar os conceitos e testar abordagens aos fenómenos da construção social e da identidade, a partir da experiência digital dos jovens. Sustentados pela convicção de que a) uma reflexão sobre as formas de ser e estar do grupo etário da adolescência depende, necessariamente, de uma aproximação aos seus comportamentos no mundo digital, b) de que identidade real e identidade digital são duas realidades e construções distintas, c) e de que a própria leitura efetuada das informações, eventos e acontecimentos comunicados no digital se distingue da efetuada das informações provenientes do mundo físico, propomos uma reflexão focada nas posturas, comportamentos e perceções dos adolescentes face às redes sociais atuais.

Consideramos que mais do que refletir sobre a temática e sobre os dados que têm vindo a ser trabalhados dentro desta temática, a análise de comportamentos nas redes permite descortinar o novo paradigma da estrutura social contemporânea – refletir e compreender a conduta e as ideias dos indivíduos depende essencialmente da estrutura social onde estes se encontram inseridos e das relações que estabelecem entre si. Logo, “uma rede não se reduz a uma simples soma de relações”, uma vez que “a sua forma exerce uma

influência sobre cada relação” (Degenne e Forse, 1994, pp. 7-12 citado em Marteleto, 2001, p. 72).

Em verdade, enquanto atividade intrínseca à vida do homem, refletir sobre a constituição de redes sociais e sobre as dinâmicas nelas decorridas é fundamental, uma vez que mais do que a sua importância numa lógica de mercado, o seu estabelecimento conduziu a alterações graduais e marcadas nos modos como o indivíduo (se)comunica e (se)conhece. E, refletindo sobre a atualidade, o nosso mundo é hoje governado por elas. Indo além das redes físicas onde o indivíduo se insere inerentemente após o seu nascimento e as que vai estabelecendo à medida que contacta no mundo físico e real com os seus pares, a liberalização do acesso à internet e o surgimento da web 2.0 estenderam estas redes a outras dimensões. Hoje compreende-se que todo e qualquer website que permita a interação social assume a posição de rede social digital; ou seja, “sites na internet que permitem a criação e a partilha de informações e conteúdos pelas pessoas e para as pessoas” (Torres, 2009, p.113). Pese embora a alteração do espaço onde as relações se constroem, a essência das redes sociais mantem-se – uma rede social é sempre constituída por indivíduos e pelas relações entre eles criadas (Recuero, 2009; Santaella e Lemos, 2010).

A reflexão proposta através deste artigo surge, portanto, da compreensão da relevância destas temáticas na área das ciências sociais e das novas dinâmicas da sociedade, no sentido de pensar a construção social da identidade dos adolescentes através da experiência nas redes sociais digitais. Visa-se desenhar caminhos que permitam melhor perceber as formas como a influência e a construção das identidades ocorrem e aproximar a investigação dos jovens, através do desenvolvimento de um trabalho empírico. Recorrendo a ferramentas por eles utilizadas nos ambientes onde se inserem e movimentam, procurou-se promover uma colaboração estreita e ativa com o grupo em estudo.

## **Redes, Experiência e Identidade**

As redes sociais resvalam hoje os campos da comunicação e do encontro. Mais do que simplesmente facilitar a socialização, a importância do ecrã no quotidiano do indivíduo hipermoderno teorizado por Lipovetsky alargou-se, impactando os campos da vivência, da partilha, da experiência e da construção da identidade. Estudos anteriormente realizados

demonstraram, por um lado, a existência de uma tendência para os indivíduos ativos em Chat Rooms e MUDs (Multi-user Dungeons) se apresentarem como outros ou para expressarem os seus impulsos negativos através destes meios (Rheingold, 1995; Turkle, 1995; Surratt, 1998); por outro, perceberam uma propensão para a autorrepresentação em ambientes digitais com menor nível de anonimato, sendo perceptíveis atitudes distintas nestes meios, comparativamente com meios digitais com maior garantia de anonimato (Yurchisin, Watchravesringkan, & McCabe, 2005; Ellison, Heino, & Gibbs, 2006; Gibbs, Ellison, & Heino, 2006;). Mais recentemente, Zhao (2008) concluiu que em plataformas como o Facebook, os 'Eus' projetados transparecem identidades socialmente desejadas que não se encaixam nem na categoria de 'eu verdadeiro' - característica do universo dos MUDs -, nem na categoria de 'eu real' - referente às interações cara-a-cara.

Enquanto tempo de maturação, crescimento e integração do ser humano na sociedade, o peso que as redes sociais digitais têm na adolescência aparenta ser distinto, sendo estas ferramentas percebidas como extensões da realidade e aspetos sem as quais a sobrevivência social do ser humano parece não estar assegurada (Bowlby, 1998) - não estar nas redes digitais significa não existir, ser um pária da sociedade. Esta obrigatoriedade de presença no mundo digital parece, portanto, conduzir a uma atividade intensa e premeditada (Zhao, 2008) - a criação de uma imagem, a partilha de ideais, a expressão de crenças e valores que permitam a inserção em grupos sociais, ou mesmo o fortalecimento de uma posição no meio, são aspetos aos quais a naturalidade anteriormente inerente, parece já não ser, tão claramente, denotada.

As duplicidades que advêm da web 2.0 originam questões que percebemos como cruciais nesta era da ecranização e que se circunscrevem a nossa investigação:

- *De que forma se encontra, hoje, condicionada a construção social pela experiência nas redes sociais?*
- *De que modo contribui a utilização de redes sociais digitais para a construção da identidade dos adolescentes?*
- *Como vivem os adolescentes a sua experiência através do mundo digital?*

A atualidade do tema é premente. Apesar de reconhecer que o fenómeno de redes, em si, não é novo, Castells encara-as como uma espécie de nova morfologia social da nossa sociedade e defende que “a difusão da lógica de redes modifica de forma substancial a operação e os resultados dos processos produtivos e de experiência, poder e cultura” (1999, p. 563). A par deste aspeto, as redes assumem-se como um conjunto de participantes que se reúnem em torno de ideias, recursos, valores e interesses partilhados (Marteleto, 2001), o que permite entender todo e qualquer *site* que permita a interação e a construção social como uma rede social em si - grupo no qual podemos incluir as redes sociais puras (como o Twitter e o Facebook), sites de jogos e realidades virtuais (como o Second Life e o Sims), sites de partilha de vídeos (Vimeo e YouTube), e mesmo os blogs.

### **A Identidade e as Relações**

Debruçando-se em duas questões cruciais para a compreensão da circularidade da informação e do próprio sistema social, Stuart Hall focou as suas investigações na reflexão sobre a receção, traduzidas no modelo da codificação/ descodificação. A partir deste modelo, Hall entende pela primeira vez os indivíduos como fontes de produção de sentido e signos, decorrentes da sua reinterpretação, assimilação e descodificação de mensagens previamente codificadas, numa abordagem que trata a relação existente entre os produtos dos media (a informação/ mensagens produzidas) e o recetor (consumidor). Não sendo esta transmissão direta e defendendo o papel ativo da audiência, Hall realça o facto de o processo comunicativo ser construído em diversos momentos – durante os quais ocorrem passagens e transmissões de formas. É ao longo destes momentos que o significado da mensagem vai sendo fabricado – o significado criado pelos produtores não é, portanto, necessariamente o significado compreendido pelo recetor (Davis, 2004). A par das questões técnicas relacionadas com a disponibilidade e a escolha da localização para o consumo de peças informativas, questões como as condições inerentes à prática profissional, pressupostos e valores condicionam o significado geral e a relação criada entre a audiência e o ecrã – significados, representações, e reinterpretações decorrentes da informação colhida. Hall menciona, ainda, na sua reflexão, a construção/ reconstrução de sentido das questões políticas, realçando a impossibilidade de construção de significados fixos e lógicas globais

determinantes – a descodificação de um significado não é fixa e depende sempre do contexto em que este se insere (Davis, 2004). Produzida através de veículos simbólicos, a própria comunicação vê-se regida por normas linguísticas que determinam o seu sentido. O significado da mensagem transmitida pode, assim, aos olhos de Hall, ser alvo de diferentes codificações ou descodificações, adquirindo significados distintos. Focando aspetos de índole cultural, o autor frisa também aspetos particulares do contexto social e cultural dos recetores e a forma como os próprios media utilizam esse bem simbólico, transformando-o numa narrativa com um valor abstrato.

Além disso, significando o fenómeno da globalização uma compressão do tempo e uma diminuição do espaço geográfico, os acontecimentos decorridos num determinado lugar alcançam e afetam pessoas e regiões de lugares longínquos (Hall, 2002). Numa lógica de redes, este fenómeno vê-se facilitado pela velocidade e pelo alcance dos meios (de comunicação e transporte), que promovem uma crescente difusão de culturas, ideologias, estilos de vida, religiões, entre outros (Rodrigues, 2012). Aqui, o indivíduo-recetor cresce e torna-se cada vez mais capaz para questionar a informação recebida – o papel passivo de receção pertence, assim, ao passado. A par disso, em Hall o conceito de sujeito toma por base a fragmentação de que é alvo o novo homem – a desagregação de paisagens culturais, nacionalidade, sexualidade, etnia, entre outros códigos, que têm vindo, desde o final do século XX, a impactar o indivíduo, alteram a forma como este se posiciona e como vê no mundo. O indivíduo encontra-se, logo, descentralizado – a relação que estabelece com o mundo social e que institui consigo mesmo modificou-se (Davis, 2004). Influenciado por Foucault, o centro de poder único perde na reflexão de Hall a sua força – na era hipermoderna, o sujeito encontra-se sob a alçada de uma multiplicidade de forças (centros de poder) que lutam pela sua influência (Hall, 2005) - hoje transcritos nas redes sociais digitais.

Num paralelismo com o meio teatral, Goffman (2002) defende que as relações sociais ocorrem num espaço circunscrito. Na realidade, o papel social desempenhado pelo indivíduo não é representado em frente a uma plateia, mas trabalhado de acordo com os papéis desempenhados pelos restantes indivíduos intervenientes na sua representação. O sujeito adapta o modo como se comporta em situações de interação social, procurando transmitir maneiras de estar e as perceções que pretende que os outros construam sobre si - a presença nas redes sociais digitais torna-se cada vez mais trabalhada e premeditada.

Compreende-se que o aparecimento da internet alterou as formas tradicionais de construção e produção da identidade, decorridos da desincorporação e do anonimato promovidos pelo ambiente tecnologicamente mediado da atualidade (Bargh, McKenna, & Fitzsimons, 2002; McKenna, Green & Gleason, 2002; Zhao, 2008).

A par das relações de poder existentes, da questão da coerção social e da prisão da vida social à qual um indivíduo se encontra sujeito no seio de um grupo, Goffman realça ainda a hiper-ritualização da vida moderna, aspeto que dita comportamentos, originando a perda da naturalidade e uma padronização da forma como os indivíduos se relacionam e interagem (Goffman, 2002). Assim, entendido quer como ator, quer como personagem, o *eu* não resulta apenas do produto do indivíduo em si, tendo igualmente origem na encenação que torna possível a sua compreensão pelo público que o observa.

No entanto, esta identidade – criada e construída –, parece, cada vez mais, não corresponder à realidade, mas sim a uma identidade social virtual – a dimensão onde se concentram todas as impressões que os outros produzem sobre o indivíduo, construídas com base em conhecimento efetivo ou em expectativas. Numa época onde o direito ao anonimato parece ter deixado de existir, o ecrã e as redes influem, por um lado no modo como o indivíduo se comporta, e por outro na forma como é interpretado e recordado pela sua audiência. Tomando como exemplo o Facebook, Zhao (2008) explica a possibilidade que as redes concedem de construir diferentes apresentações de identidade para diferentes públicos, de acordo com a informação que o indivíduo pretende que obtenham, ou com a imagem que pretende que construam sobre si. A própria construção da sua identidade e da sua memória não escapam hoje ao patamar da *memória digital*, termo cunhado por Garde-Hansen, Hoskins e Reading, que define o novo conjunto de recordações construídas através dos media digitais – redes sociais, museus online, páginas web, entre outros (2009). As memórias coletiva e pessoal dos indivíduos são influenciadas pela digitalização, bebendo das “tensões e relações mútuas entre memórias pessoais/privadas e a memória coletiva/partilhada, que estão a ser esbatidas por um ambiente mediático cada vez mais saturado” (Meyers *et al.*, 2011) – estabelecer uma distinção entre ambas torna-se crescentemente difícil. O domínio privado funde-se com o público e inconscientemente - a internet, os dispositivos móveis, as redes sociais apresentam novas possibilidades de preservação e de construção da memória (Reading, 2009). E os adolescentes dos nossos dias

vêm as suas impressões pessoais transformar-se em “memórias públicas” à velocidade de um simples clique (Reading, 2009, p. 90).

## **A Construção da Identidade na Era hipermoderna**

Guiado através de um percurso dinâmico no ambiente que o envolve e onde ecrã ocupa um lugar primordial enquanto recetáculo de informação, o indivíduo encontra nele um dos principais veículos e catalisadores do estilo de vida contemporâneo – a realidade (aparentemente) inevitável de que o ecrã desempenha um papel legitimador, agregador e regulador. Refletindo sobre esta realidade, Lipovetsky realça que a proliferação física dos ecrãs alterou de forma radical a existência e o trabalho da humanidade, fazendo com que em menos de um século este (o ecrã) se tenha tornado num dos elementos essenciais na vida (pessoal e profissional) dos indivíduos. Como consequência, o sujeito vê-se a despender de mais horas em frente a um ecrã do que em qualquer outra atividade. Consequentemente, novas linguagens, novas perceções, novas formas de consumos surgem – aspetos que, no fundo, caracterizam o estabelecimento de uma nova cultura (Costa, 2010).

No entanto, e apesar da proliferação dos ecrãs – “ecrãs gigantes, ecrãs luminosos, ecrãs-telas, microecrãs, ecrãs tácteis, ecrãs de jogo” (Costa, 2010, p.129) - este crescimento não significa um empobrecimento do pensamento ou da estética. Costa recorda que Lipovetsky compreende que esta difusão corresponde, sim, a um modelo inédito e de inteligibilidade da cultura, significando uma maior facilidade de compreensão e de assimilação da realidade. Ocupando um lugar primordial, quer na construção das perceções – memória -, quer na construção de significados – experiência -, o ecrã afirma-se como a realidade de onde o indivíduo deve beber, bem como o lugar onde se encontra tudo o que este conhece. A veracidade e a importância de determinados acontecimentos são justificadas pelo seu aparecimento no ecrã – a velha máxima afirma que “se não passou na televisão, então não aconteceu”; hoje poderíamos traduzi-la por “se não está nos ecrãs, não é real”. Outros autores, como Lev Manovich<sup>1</sup> reforçam a importância do ecrã na proliferação da informação,

---

<sup>1</sup> Disponível em [http://manovich.net/content/04-projects/018-behind-the-screen-russian-new-media/15\\_article\\_1997.pdf](http://manovich.net/content/04-projects/018-behind-the-screen-russian-new-media/15_article_1997.pdf)

Disponível em [http://manovich.net/content/04-projects/038-generation-flash/35\\_article\\_2002.pdf](http://manovich.net/content/04-projects/038-generation-flash/35_article_2002.pdf)

afirmando que se espera que o espectador se concentre completamente no que é transmitido. Totalmente imerso, este isola-se do espaço físico que o rodeia, concentrando-se na realidade trabalhada e representada pelo ecrã. A perda de significado (no espaço físico) encontra-se, então, patente numa sociedade cada vez mais ecranizada - vive-se a expansão da lógica do ecrã, como meio de contacto essencial com a realidade.

A era da primazia da tela caracteriza-se, assim, pelo aumento dos extremos das sensações, da velocidade, da intensidade descontínua, da sensação direta e imediata e do aumento crucial da proximidade promovida pelas novas plataformas de difusão. Presenciamos o nascimento de um novo consumidor – o hiperconsumidor -, que encara uma nova forma de contar a história e uma nova forma de viver a experiência da vida. O passado de ontem dirige-se aos dias de hoje, tornando-se, através da legitimação do ecrã, em memória problematizada e projetada para o presente (Costa, 2010).

A própria existência individual vive agora o expoente da sua encenação. Atento ao presente social, o ecrã retrata uma “reflexividade crescente sobre si mesmo, sobre o mundo e sobre o Indivíduo” (Lipovetsky, 2007, p. 200). Com o aparecimento deste novo homem - um “Homo ecranis” -, as mutações e alterações dos ecrãs sucedem-se sequencialmente, conduzindo a uma situação em que “nunca o homem dispôs de tantos ecrãs (...) para viver a sua própria vida” ecrãs que “vêm multiplicar o original, a tela branca do cinema” (Lipovetsky, 2007, p. 249), promovendo uma visão cinematográfica e encenada do mundo e da vida. Lipovetsky explica ainda que, partindo da realidade do cinema, o ecrã “constrói uma perceção do mundo (...) construindo realidade” (Lipovetsky, 2007, p. 298). E neste mundo persiste uma “cultura hedonista marcada pelo ludismo e pelo divertimento, que o capitalismo veicula; tudo é convite aos prazeres, incitamento à evasão numa espécie de sonho acordado” (Lipovetsky, 2015, p. 37). O autor acrescenta que a “leveza dos sinais e do sentido absorvem a espera da vida quotidiana” (Lipovetsky, 2007, p. 38).

Outro aspeto relevante é o facto de nas redes existir uma “valorização dos elos informacionais, em detrimentos das estruturas hierárquicas” (Marteleto, 2001). Na atualidade, “o trabalho informacional em rede é uma forma de organização humana presente na nossa vida quotidiana e nos diferentes tipos de estrutura das instituições modernas” (Marteleto, 2001). A par disso, os estudos decorrentes da análise das redes têm vindo a apontar o facto de que os indivíduos organizam cada vez mais as suas ações nos espaços

sociopolíticos em função das socializações e movimentos que decorrem do seu desenvolvimento e posicionamento nas Redes (Marteleteo, 2001). Mas importa, além de todos estes aspetos, compreender o que é entendido por construção da identidade.

Berger e Luckmann (1967), focados na reflexão da construção social da realidade, teorizam a forma como o homem constrói o seu próprio conhecimento da realidade, abordando as relações entre o pensamento humano e o contexto social onde este se insere. Para eles, a realidade forma-se através da relação estabelecida com o outro, enquanto que a realidade da qual ele tem consciência, bem como o conhecimento que tem dela, resultam da própria sociedade. Enquanto construção material da ideia que existe sobre algo, torna-se impossível construir a realidade de forma isolada - o contacto social é, logo, imprescindível. Assim, indivíduos, grupo e sociedade são os elementos envolvidos e necessários para que o sujeito construa a sua realidade. A presença constante das redes digitais no seu quotidiano, e vice-versa, apontam, também para uma construção que tem lugar no mundo digital - “devido à sua capacidade de transcender o aqui e agora, a linguagem faz a ponte entre as diferentes zonas da realidade da vida quotidiana e integra-as num todo significativo.” (Berger & Luckmann, 1967, p. 50).

Mantendo uma relação dialética com a sociedade, a ideia de identidade é dinâmica, sendo formada através de processos sociais e mantida ou renovada através das relações sociais estabelecidas. Em Castells esta dá-se por meio do “processo pelo qual um ator social se reconhece e constrói significado principalmente com base em determinado atributo social” (Castells, 2002, p. 22). Berger e Luckmann defendem, ainda, que “a realidade social determina não só a atividade e a consciência, mas, em grau considerável, também o funcionamento orgânico” (1967, p. 187). Ou seja, a sociedade e o próprio organismo estabelecem uma relação de reciprocidade. No entanto, qualquer resistência biológica será imediatamente reprovada em detrimento da existência social. Em resultado, “o indivíduo totalmente socializado vive numa dialética interna contínua entre a identidade e o seu substrato biológico” (Berger & Luckmann, 1967, p.188) – a luta entre o *eu superior* (a identidade social), e o *eu inferior* (o ser biológico) é permanente. Ainda focados no contexto das relações informais, recordamos Marteleteo e a sua reflexão sobre a origem das redes “a partir da tomada de consciência da comunidade de interesse e/ou valores entre os seus participantes” (2001, p.73) - outrora física, esta ligação viu-se transportada para os meios digitais, onde não

se pressupõem um centro hierárquico ou uma organização baseada nas ligações de foro qualitativo e quantitativo, estabelecidas entre os indivíduos. Estruturas compostas por sujeitos conectados que têm em vista a obtenção de valores ou o alcance de determinados objetivos (Scott, 2000), a compreensão das relações interpessoais e das identidades está inerentemente a elas ligada.

No campo dos estudos sobre as redes sociais, a vertente da personalidade tem também sido relevante. Para alguns autores, as variáveis da personalidade devem ser analisadas e tratadas como antecedentes das redes sociais (Kalish e Robins, 2006); Roberts e Wood (2006), defendem, por seu turno, que os indivíduos gerem invariavelmente as suas identidades de forma a construir uma autoimagem confortável e uma reputação favorável aos seus objetivos, podendo, apesar disso, não se encontrar totalmente conscientes da forma como as suas atitudes e comportamentos impactam o ambiente social onde se inserem. A par destes aspetos, é compreendido que os indivíduos variam, igualmente, de acordo com as impressões que procuram causar (Hogan e Holand, 2003). Já anteriormente, autores como Adler (1930) e McAdams e Pals (2007) haviam explicado que os indivíduos escolhiam os traços comportamentais mais oportunos a cada situação social, de forma a influenciar o ambiente e a favorecer o alcance de metas predefinidas. Mais do que na adultez, durante a adolescência a necessidade de aceitação, de estabelecimento e fortalecimento de um status social se demarcam como aspetos prioritários à sobrevivência e afirmação social, revelando-se na sua identidade os aspetos que caracterizam e que definem a sua conduta (Hogan e Roberts, 2004). Na reflexão aqui proposta, assumimos um pensamento alinhado com a posição defendida por estes autores.

Seguindo as tendências da Hipermodernidade e a importância crescente que o ecrã tem vindo a ganhar no quotidiano, consideramos que a identidade criada pode frequentemente não corresponder à realidade, tratando-se no fundo de uma dimensão onde se concentram as impressões que os outros constroem sobre os indivíduos, com base na imagem que estes projetam sobre si mesmos. Enquanto tempo de crescimento, de maturação, inerentemente de integração e de construção de personalidades, a adolescência afirma-se como um período de grandes desafios para o indivíduo que se vê envolvido numa batalha pela sua expressão e afirmação. Batalha essa que na era digital transitou largamente para o universo das redes digitais.

## #Selfie\_me – Trabalho de campo

O trabalho de campo que sustenta esta reflexão surgiu no decurso de uma proposta para desenvolver duas ações com jovens focadas na relação por eles estabelecida com as redes sociais digitais. As ações decorreram junto de duas instituições - uma instituição de ensino profissional sediada na cidade do Porto e uma organização social de foro religioso de Vila Nova de Gaia -, ao longo de um período de 4 semanas (entre maio e junho de 2016), tendo sido desenhadas para em moldes mistos de ação presencial e virtual. Desta forma, e sendo o alvo de estudo a presença e a construção de identidades através das redes digitais, procurou-se criar uma dinâmica de interação com os jovens no ambiente em análise.

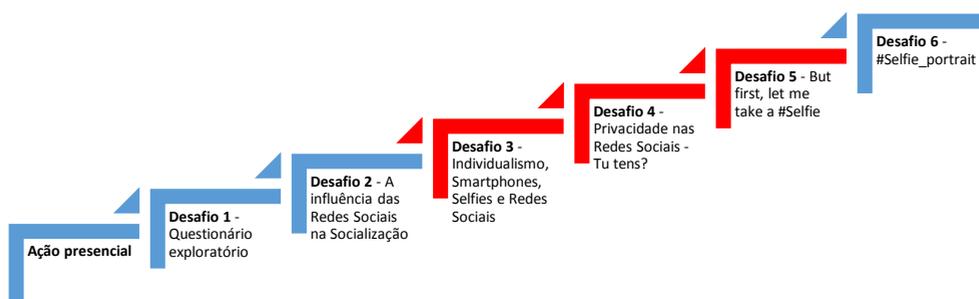


Figura 8: Esquema explicativo da organização do trabalho empírico.

Denominado #Selfie\_me, numa referência ao conceito de *selfie*, a ação foi organizada da seguinte forma:

- Foi realizada uma primeira abordagem no sentido de conhecer os grupos selecionados pelas instituições para participar na atividade. Neste sentido, foi executada uma dinâmica presencial em cada um dos espaços, que teve como tema central a adolescência, a identidade e a relação estabelecida pelos jovens com as redes sociais;

- No decurso desta atividade, foi constituído um grupo de 24 jovens, com idades compreendidas entre os 15 e os 19 anos, todos a frequentar o ensino secundário à data, para participar nas demais ações;

- Os questionários, denominados de desafios, foram desenvolvidos através de uma plataforma online para recolha de dados (Google Forms);

- Foi criado um website<sup>2</sup> e um grupo de facebook com o intuito de apresentar a atividade e de lançar os diferentes desafios aos jovens;

- Os desafios foram partilhados com o grupo em estudo em momentos distintos, durante um período de 3 semanas.



Imagem 1: *Still* do Grupo de Facebook criado.

Para os efeitos desta reflexão, foram somente analisados e contabilizados os resultados obtidos em 3 dos 6 desafios lançados<sup>3</sup>. Assim:

- Os dois primeiros questionários (desafios 1 e 2), com o intuito de recolha maioritariamente quantitativa, foram apresentados a todos os elementos do grupo em estudo;

<sup>2</sup> Disponível em: <http://afpo1316.wixsite.com/selfieme>

<sup>3</sup> Como critério de exclusão para os primeiros 5 desafios lançados, e considerando o tamanho reduzido do grupo a participar neste estudo, foi definido como número mínimo de respostas o número total de participantes. Assim, os desafios 3, 4 e 5 não foram utilizados para a reflexão aqui apresentada.

- O último questionário (desafio 6), de índole qualitativa, foi apresentado a uma seleção aleatória de 5 elementos do grupo em estudo<sup>4</sup>;
- As questões e os desafios foram desenvolvidos em torno das palavras-chave definidas para este trabalho e cada um fez-se acompanhar de um componente multimédia criteriosamente selecionado dentro da temática em questão;
- Os dados recolhidos foram maioritariamente utilizados para fins de análise quantitativa.

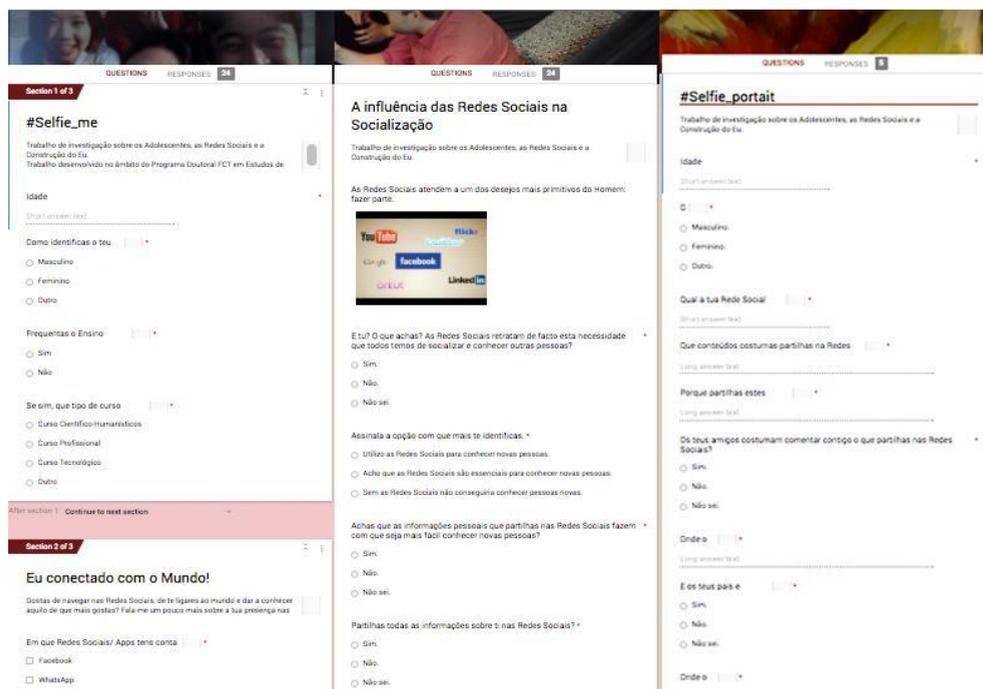


Imagem 2: Questionários apresentados ao grupo participante.

No que remete às temáticas exploradas, o primeiro questionário debruçou-se, essencialmente, em questões relacionadas com o conteúdo dos perfis, recolhendo

<sup>4</sup> Esta seleção aleatória foi realizada através do site Random.org. Nesta fase, e considerando a vertente qualitativa, procedemos a uma redução do número de inquiridos como forma de manter um relacionamento próximo e, assim, melhorar a troca de informações.

informações genéricas sobre os participantes (idade, género, nível de escolaridade), além de opiniões sobre as preferências e importância das redes sociais no seu quotidiano, quer em termos de conexão com o mundo, quer em termos de construção da identidade. Visando o aprofundamento da questão da influência na socialização, o segundo questionário teve como enfoque a função de criação de relações e partilhas através da experiência nas redes sociais, a par da visibilidade do perfil e audiência. Por último, o terceiro questionário focou as questões da representação visual do eu e da partilha no seio do grupo de influência do indivíduo (sendo este constituído pela família e amigos). A par disso, abordou também a leitura da realidade feita pelos jovens a partir das imagens partilhadas nas redes sociais.

Através desta estrutura de aplicação de questionários, procuramos recolher informação de âmbito geral e particular, promovendo uma reflexão segmentada e detalhada sobre as temáticas em análise.

### **Resultados do 1º questionário**

Em termos gerais, a maioria dos indivíduos do grupo em análise enquadravam-se no género feminino (17 indivíduos). Dentro deste grupo, as redes sociais preferenciais eram o Facebook (14 indivíduos) e o Instagram (19 indivíduos). Estas eram também as Redes sociais onde os indivíduos afirmavam congregar um maior número de seguidores – 16 apontavam o Facebook como a rede onde tinham um maior número de seguidores e 5 dos inquiridos indicavam o Instagram.



Imagem 3: *Still* do 1º Desafio.

No que toca ao tempo despendido diariamente nas redes sociais, metade dos inquiridos afirmavam dedicar entre 2 a 4 horas por dia à navegação nas redes, defendendo 18 deles que estas melhoravam as suas relações. Sobre este aspeto, recuperamos Lipovestky - esta proliferação transformou-se num elemento absolutamente crucial à vida pessoal e profissional, trazendo consigo novas linguagens, perceções e formas de consumo que instauraram nos ritmos do quotidiano (2007).

Em termos de informação partilhada nos perfis das redes sociais, o nome (24 indivíduos) a data de aniversário (22 indivíduos), a idade (21 indivíduos) e a escola que frequentam (20 indivíduos) eram os dados mais frequentemente presentes nos perfis dos participantes.

No que toca às preferências de partilha, os conteúdos visuais predominavam no seio do grupo analisado - Fotografias com amigos (20 indivíduos), Fotografia de Passeios e Férias (16 indivíduos), Vídeos e Músicas (16 indivíduos). Já relativamente à construção e partilha da autoimagem, 21 dos inquiridos afirmavam gostar de tirar *selfies*, sendo que 8 do número total de inquiridos declarava tirar *selfies* entre 2 a 4 vezes por semana, 8 apenas 1 vez por semana e 5 todos os dias. Relativamente à partilha das imagens captadas, 13 participantes partilhavam *selfies* nas suas redes 1 vez por semana. Sobre esta questão, pesquisas recentes têm vindo a justificar a predominância dos elementos visuais, pelo facto de a capacidade de projetar melhores versões de si mesmos ser reforçada pela partilha destes elementos nas redes sociais

digitais: os indivíduos podem, desta forma, ser libertados das limitações da sua integridade física ou identidades corporais (Boyd, 2014).

Confrontados com a questão da construção da imagem, 16 dos inquiridos afirmavam captar a mesma *selfie* entre 2 a 3 vezes antes de a publicar nas redes, denotando-se um certo nível de atenção e cuidado dedicados à melhoria do aspeto que se pretende partilhar com a rede de contactos. Apesar do tempo dedicado à melhoria da imagem, 12 dos inquiridos confessavam “Nem sempre” ficar satisfeitos com o resultado final. De facto, alguns estudos têm vindo a comprovar que o adolescente pode julgar-se duramente em comparação com os seus pares, ou alterar o seu comportamento para que a sua imagem digital seja mais aceitável para os outros. Não importa o que o jovem tenta projetar; no seu núcleo a luta humana será sempre expressa (Nuñez, 2013). No entanto, os nossos resultados apontam-nos num outro sentido, uma vez que quando questionados sobre a possibilidade de retirar a publicação das redes sociais caso o número de *likes* não fosse o esperado, 19 jovens afirmavam não considerar a hipótese. A par disso, 14 dos adolescentes afirmavam que estas *selfies* mostravam aos outros quem são – já Reinhold (2002) havia previsto uma tendência para a fusão entre o mundo virtual e o mundo físico real, numa espécie de realidade mista.

## Resultados do 2º questionário

Nesta segunda instância, os indivíduos foram confrontados com um vídeo<sup>5</sup> referente à influência das redes sociais na socialização e na forma como as relações são construídas. 23 dos inquiridos afirmavam que as redes sociais retratam a necessidade de o homem socializar e conhecer pessoas; a par disso, 16 dos elementos do grupo afirmavam utilizar as redes sociais como forma de conhecer novas pessoas. Complementarmente, 13 dos participantes admitiam que as informações pessoais partilhadas nas redes se apresentavam como facilitadoras do contacto com novas pessoas. No entanto, a exposição total da sua vida mostrou não ser considerada, afirmando 22 dos inquiridos que “Há coisas que penso que não devo partilhar com os meus amigos virtuais”.

---

<sup>5</sup> Vídeo disponível em: <https://www.youtube.com/watch?reload=9&v=2SJGXth7nEE>



Imagem 4: Still do 2º Desafio.

Apesar da crença da importância das redes sociais para a socialização em plena era da hipermodernidade parecer firme no grupo social em análise, os resultados obtidos neste questionário denotam a presença de uma noção de privacidade e de separação do real e do virtual, principalmente patentes na questão da partilha de informações pessoais nos meios digitais.

### Resultados do 3º questionário

O grupo selecionado para a última fase de aplicação de questionários consistiu em 3 membros do sexo feminino e 2 membros do sexo masculino. A seleção foi aleatória<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Esta seleção aleatória foi realizada através do site Random.org.



Imagem 5: Still do 3º Desafio.

Quando questionados sobre as preferências de partilha de conteúdo, a par das questões de interesse inerentemente subjacentes, alguns dos inquiridos demonstravam preocupações com a ligação com o outro.

1. *“Acho que outras pessoas podem se identificar também com a situação.”*
2. *“Porque gosto de mostrar aos outros a minha visão do mundo. Talvez por influência da sociedade, que se tornou cada vez mais tecnológica.”*

Um outro inquirido demonstrou compreender a sua rede preferencial como uma espécie de diário/ histórico: “Porque gosto de registar os momentos e afinal de contas o Facebook é praticamente a nossa cronologia”. De facto, as investigações de Nuñez (2013) apontaram já anteriormente neste sentido, realçando o facto de para os adolescentes os perfis nas redes sociais serem, hoje, uma espécie de diário visual de desenvolvimento/ crescimento, através do qual os jovens podem viajar, procurando aspetos que ainda têm para aprender ou mesmo a descobrir sobre si mesmos. No que toca à ligação do indivíduo com a sua rede, todos os inquiridos afirmavam receber comentários dos seus amigos face às suas partilhas. No entanto, garantiam não existir a mesma resposta por parte dos pais e professores.

Nesta fase final da recolha de dados, procuramos ainda focar o estudo na análise da experiência dos adolescentes. Questionados sobre a última *selfie* tirada, todos os indivíduos

foram capazes de identificar o local e o contexto da imagem, assim como indicar de forma clara aquilo que entendiam que esta transmitia. Encontramos nesta recolha de dados aspetos que se conectam com a importância da aceitação e da inclusão social dos adolescentes - independentemente daquilo que o adolescente procura expressar, a sua luta interior será sempre expressa (Nuñez, 2013). A par disso, a descoberta desta potencialidade das redes aparenta resultar numa espécie de empoderamento do indivíduo - o sujeito passa de artista a espectador aquando da publicação e partilha da imagem captada, dando um novo significado à história da fotografia na sua página (Nuñez, 2013). No entanto, e contrariamente aos resultados obtidos no 1º questionário, este grupo questiona o retrato fiel que esta imagem faz da sua Identidade Real.

Achas que esta Selfie é um retrato fiel de quem és na realidade? (5 responses)

Mais ou menos
Um pouco
mais ao menos diz que gosto de ter uma boa relação com os meus amigos
Em parte sim.
Talvez.

Imagem 6: Respostas à questão “Achas que esta selfie é um retrato fiel de quem és na realidade?”

O que achas que diz sobre ti? (5 responses)

Ninguém é perfeito
Descontraído, divertido
Nada de especial apenas que me diverti com os meus amigos
Que sou feliz, que tenho amigos.
Que sou alguém que gosta de se cuidar e de ter uma boa aparência.

Imagem 7: Respostas à questão “O que achas que a tua última selfie diz sobre ti?”

Em último lugar, o grupo de jovens foi confrontado com três *selfies* distintas, como forma de compreender qual o tipo de reações e deduções por elas despertadas. Em traços gerais, compreende-se que, apesar de simples e diretas, todos os indivíduos foram capazes de conceber ideias e narrativas em torno das imagens analisadas. Expressões como “Estúpida”

(inquirido 1) ou “Desnecessária (inquirido 2) utilizadas para descrever a primeira imagem podem apontar para a ideia anteriormente expressa pelos inquiridos de que a identidade e a imagem partilhada nas redes sociais devem salvaguardar de alguma forma questões relacionadas com a privacidade ou mesmo com a intimidade dos utilizadores - nem tudo o que se relaciona com a identidade real física do indivíduo parece ter lugar na identidade construída no cenário do digital. A partilha de cenários de felicidade ou conforto individual e em grupo parecem já ser encarados com empatia e com naturalidade. Sobre isto, um dos inquiridos refere: “Talvez amigos, não sei onde e o motivo da *selfie* é mostrar aos outros que são felizes, que têm amigos, mesmo podendo isso não ser verdade.” Apesar de não ser a crença generalizada ou de não ter sido esta a ideia partilhada pelo grupo, parece existir a noção de que também a partilha de atos e momentos de felicidade nas redes sociais pode não corresponder à realidade, sendo também ela uma realidade construída.



Imagem 8: Imagem exemplificativa e respostas à questão "O que achas desta selfie?"

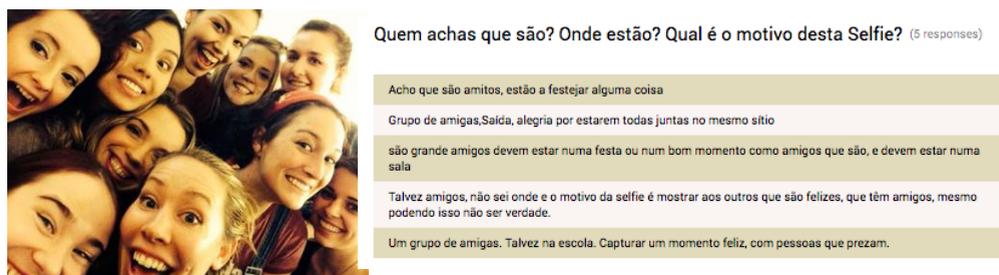


Imagem 9: Imagem exemplificativa e respostas à questão "Quem achas que são?"

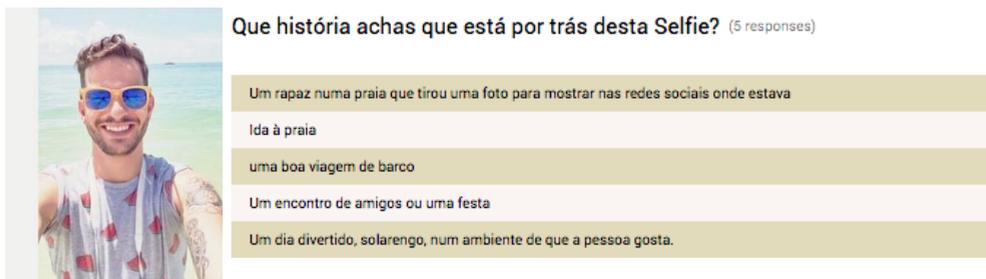


Imagem 10: Imagem exemplificativa e respostas à questão "Que história achas que está por trás desta selfie?"

## Conclusão

Assumidamente exploratória - tanto pela sua estrutura como pela amostra selecionada -, esta reflexão cumpriu o propósito inicialmente estabelecido de nos apontar num caminho pertinente no campo das reflexões centradas na adolescência, na comunicação e na construção da identidade – apontou aspetos que a) sustentam a tendência para a construção da identidade no campo do digital, que b) frisam a distinção da construção da identidade no mundo físico, e que c) procuram facilitar a inclusão dos jovens em meios sociais específicos, bem como transparecer uma autoimagem concebida através das suas autorreflexões – como Ferrari (2002) explicou anteriormente, um adolescente que vê a sua própria aparência e processa a sua autoimagem de maneiras muito específicas, pode entendê-la como atraente e identificar-se com ela, ou mesmo percebê-la como desinteressante, incorreta e proceder à sua rejeição, passando a esforçar-se no sentido de se tornar na imagem que projetou.

Este trabalho descreve-nos, assim, um cenário onde os jovens compreendem as redes como ferramentas que os aproximam dos outros e que lhes permitem melhorar as relações estabelecidas. Neste mesmo cenário, os perfis incluem informações básicas que fazem parte do quotidiano do mundo físico real – nome, idade, escola que frequentam, entre outras. No que remete aos conteúdos, percebe-se uma propensão para a prevalência dos conteúdos visuais em detrimento dos restantes (21 inquiridos), sendo as *selfies* parte da sua rotina e assumindo o papel de espelho da realidade que constroem e à qual dedicam tempo e preocupação. A par disso, e apesar da partilha de informações básicas existir, há uma noção

de privacidade instituída e que leva os jovens a questionar se este ato de partilha é ou não correto. Pese embora a amostra reduzida, esta reflexão aponta, ainda, para uma capacidade de construção de histórias e narrativas por trás das realidades partilhadas pelos jovens e pelas suas redes de contactos.

Encontramos, ainda, aproximações às ideias de hipermodernidade e de ekranização da experiência. A importância dada pelos adolescentes às *selfies* no seu quotidiano aponta para o facto de a ação de se colocar em frente à câmara e pressionar o obturador significar o primeiro passo no processo de definição daquele que admitem ser o *seu eu* (Nuñez, 2013). As próprias ilações auferidas pelos jovens quando confrontados com autorretratos de outros indicam a existência de uma tripla função inerente à sua presença nas redes: mais do que mero visitante – voyeur – ou participante, o jovem congrega em si funções de *storytelling* decorrentes do visionamento de vídeos, imagens e textos, parecendo, assim, afirmar “‘eu estou a criar, eu sou o criador’ (...) ‘eu estou a ver-me, eu consigo ver-me’”. (Nuñez, 2013, p.99). Nascidos e criados numa era governada pelos computadores e pela comunicação online – e outrora denominados *nativos digitais* (Prensky, 2001) – estes partilham, mais do que conteúdos e opiniões, aquela que assumem como sendo a sua identidade. Motivada pelo desejo de criar perceções e imagens favoráveis no outro, compreende-se que esta autorrepresentação se encontra especialmente envolvida numa dinâmica de gestão da impressão e da projeção, tornando-se numa identidade que ultrapassa o espectro do físico – confluindo com o digital (Schlenker, 1980).

### Referências Bibliográficas

- Adler, A. (1930). *The education of children*. Nova Iorque: Greenberg.
- Allen, S. N. (2015). *Adolescents, Social Media, and the Use of Self-Portraiture in Identity Formation*. LMU/LLS Theses and Dissertations.
- Bargh, J. A., McKenna, K. Y. A., & Fitzsimons, G. M. (2002). *Can you see the real me? Activation and expression of the “true self” on the Internet*. *Journal of Social Issues*, 58(1), 33–48.
- Berger, P., Luckmann, T. (1976). *A Construção Social da Realidade*. Petrópolis: Editora Vozes Ltda.
- Bowlby, J. (1998). *Apego e Perda*. (2ª. Ed.). São Paulo, SP: Martins Fontes.
- Boyd, D. (2014). *It’s Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. *Chapter 1: “Identity.”* p. 29-53. Yale University Press: Londres.

- Cardoso, G. (coord.) (2013). *A sociedade dos Ecrãs*. Lisboa, Edições tinta-da-china.
- Castels, M. (2002). *O poder da identidade – a era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra, Vol.2
- Castells, M. (1999). *A Sociedade em Rede*. 3 ed. V.1. São Paulo: Paz e Terra.
- Costa, (2010) *Lipovetsky, Gilles E Serroy, Jean (2010) [2007] O Ecrã Global. Cultura Mediática E Cinema Na Era Hipermoderna*. Comunicação E Sociedade, Vol. 17, 129-132.
- Davis, H. (2004). *Understanding Stuart Hall*. Londres: Sage Publications,
- Ellison, N., Heino, R., & Gibbs, J. (2006). *Managing impressions online: Self-presentation processes in the online dating environment*. Journal of Computer-Mediated Communication, 11(2).
- Ferrari, S. (2002). *Lo Specchio dell'Io, autoritratto e psicologia*. Bari-Roma: Laterza.
- Garde-Hansen, J., Hoskins, A., Reading, A. (Eds.) (2009). *Save As... Digital Memories*. Londres: Palgrave Mcmillan.
- Gibbs, J. L., Ellison, N. B., & Heino, R. D. (2006). *Self-presentation in online personals: The role of anticipated future interaction, self-disclosure, and perceived success in Internet dating*. Communication Research, 33(2), 152–177.
- Goffman, I. (2002). *A Representação Do Eu Na Vida Cotidiana*. Petrópolis: Editora Vozes.
- Hall, S. (2002). Encoding/decoding. Em Paul Harris e Sue Thornham, (Eds.), *Media Studies* (51-61), Edimburgh: Edimburgh University Press.
- Hogan, R. & Holland, J. (2003). *Using theory to evaluate personality and job-performance relations: A socioanalytic perspective*. Journal of Applied Psychology, 88(1), 100-112.
- Hogan, R., & Roberts, B. W. (2004). *A socioanalytic model of maturity*. Journal of Career Assessment, 20(10), 1-11.
- Kalish, Y., & Robins, G., (2006). *Psychological predispositions and network structure: The relationship between individual predispositions, structural holes and network closure*. Social Networks, 28, 56-84.
- Lemos, A. (2009). *Locative media in Brazil*. Wi. Journal of Mobile Media. Montreal/Toronto
- Lipovetsky, G. & Serroy, J. (2007), *O Ecrã Global*. Lisboa: Edições 70.
- Lipovetsky, G. (2015). *Da leveza, para uma civilização do ligeiro*. Lisboa: Edições 70.
- Marteleteo, R. (2001). *Análise de Redes sociais - Aplicação nos estudos de transferência da informação*. Ciência e Informação, 30(1), 71-81.
- McAdams, D. P., & Pals, J. L. (2007). The role of theory in personality research. In R. W. Robins, R. C. Fraley, & R. F. Krueger (Orgs.), *Handbook of research methods in personality psychology* (p. 3-20). New York: Guilford Press

McKenna, K. Y. A., Green, A. S., & Gleason, M. E. J. (2002). *Relationship formation on the Internet: What's the big attraction?* Journal of Social Issues, 58(1), 9–31.

Meyers, O., Neiger, M., Zandberg, E.; Hoskins, A.; Sutton, J. (Eds.) (2011). *On Media Memory: Collective Memory in a New Media Age*. New York: Palgrave Macmillan.

Núñez, C. (2013). The Self-Portrait as Self-Therapy. Em Loewenthal, Del, (ed.) *Phototherapy and Therapeutic Photography in a Digital Age*. (pp. 95-106) Florence: Routledge.

Prensky, M. (2001). *Digital natives, digital immigrants*. On the Horizon. 9(5), p. 1-6.

Reading, A. (2009). Memobilia: The Mobile Phone and the Emergence of Wearable Memories, In Garde-Hansen, J., Hoskins, A., Reading, A. (eds.) *Save as... Digital Memories*, London: Palgrave Macmillan, pp. 81-95.

Recuero, R. (2009). *Redes Sociais na Internet*. Coleção Cibercultura. Porto Alegre: Sulina.

Rheingold, H. (1995). *The virtual community: Finding connection in a computerized world*. Londres: Secker & Wargurg.

Rheingold, H. (2002). *Smart Mobs: the next social revolution*. Nova Iorque: Basic Books.

Roberts, B. W., & Wood, D. (2006). Personality development in the context of the neo-socioanalytic model of personality. Em D. K. Mroczek, & T. D. Little (Orgs.). *Handbook of personality development* (p. 11-39). Mahwah, NJ: Erlbaum.

Rodrigues, S. A. (2012). *O impacto das Redes Sociais no relacionamento entre marcas e consumidores*. Tese de Mestrado. ISCTE-IUL.

Santaella, L. & Lemos, R. (2010). *Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter*. São Paulo: Paulus.

Schlenker, B.R. (1980). *Impression Management: The Self-Concept, Social Identity, and Interpersonal Relations*. California: Brooks/Cole.

Scott, J. (2000). *Social network analysis: a handbook* (2 Ed.) Sociedade, Vol. 17, 2010, p. 129-132. Londres: Sage Publication.

Stone, A. R. (1996). *The War of Desire and Technology at the Close of the Mechanical Age*. Cambridge: MIT Press.

Surratt, C. G. (1998). *Netlife: Internet citizens and their communities*. Nova Iorque: Nova Science.

Torres, C. (2009). *A Bíblia do Marketing Digital*. São Paulo: Novatec Editora

Turkle, S. (1995). *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. Nova Iorque: Simon and Schuster.

Yurchisin, J., Watchravesringkan, K., & McCabe, D. B. (2005). *An exploration of identity re-creation in the context of Internet dating*. Social Behavior and Personality, 33(8), 735–750.

Zhao, S., Grasmuck, S., Martin, J. (2008). *Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships*. *Computers in Human Behavior* 24, 1816–1836.

**Data de Receção:** 7/02/2018

**Data de Aprovação:** 9/04/2018

**Informações sobre a autora:**

Ana F. Oliveira é bolsista de doutoramento FCT (SFRH/BD/126433/2016) no CECS-UM, onde realizou tese de doutoramento na área da Literacia Mediática sob orientação da prof. Sara Pereira. A Literacia Mediática, Criatividade e Cibercultura são os seus principais interesses de investigação.

## A cultura de convergência nas redes sociais: Análise netnográfica de uma página de Facebook

---

**Autores** Pedro Moura

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho

[pedromourarsp@gmail.com](mailto:pedromourarsp@gmail.com)

**Resumo** As concepções relativas a uma cultura de convergência anteviram a transformação da relação estabelecida entre os *media* e os seus públicos. A sua linearidade seria substituída por algo mais fluido: os públicos deixariam de ser somente os recetores e intérpretes das mensagens produzidas e postas a circular em larga escala pelos *media*. Na cultura de convergência proposta por Henry Jenkins, o empoderamento dos primeiros obrigaria os segundos a alterar o seu tradicional papel, até para manterem um muito rentável modelo de negócio. Os conceitos de participação e de interação ganhariam, com isto, um novo fôlego. Este artigo problematiza, com recurso a um trabalho netnográfico exploratório, as expectativas da cultura de convergência relativamente à atuação dos tradicionais produtores de conteúdos mediáticos. Fá-lo pela análise das publicações feitas durante um mês pela página portuguesa no Facebook de *Star Wars*, coincidindo com a estreia de um dos filmes desta narrativa transmediática. Constatou que, durante o período em causa, o comportamento dos tradicionais produtores, consubstanciados pela gestão desse espaço *online*, não diferiu significativamente do papel de emissor de conteúdos, contrariando as expectativas de uma cultura participativa e de convergência.

**Palavras-Chave** Cultura de convergência; Netnografia; Participação; Redes sociais; *Star Wars*

**Abstract** Convergence culture foresaw a transformation on the relationship established between the media and its audiences. The traditional one-to-many model would be replaced by something more fluid: the audiences would no longer be solely the receptors and interpreters of

the messages produced and broadcasted by the media. In Henry Jenkins' convergence culture, the users' empowerment would force the media to change its traditional role to ensure the continuity of a very lucrative business model. This would also mean that concepts such as participation and interaction would have a renewed vitality. This article, based on a netnographic exploratory study, confronts these expectations with the actual practices of the official Portuguese Facebook page of *Star Wars*. All posts published in December 2017, the month when the eightieth episode of the main saga of this transmedia narrative was theatrically released, were analyzed. During this period, the Facebook page acted as a traditional media player: almost all its actions were restricted to publishing posts, contradicting the expectations surrounding the emergence of a more participatory and convergent culture.

**Keywords** Convergence culture; Netnography; Participation; Social networks; *Star Wars*

---

## Introdução

Na modernidade líquida identificada por Bauman (2000), aquilo que nos habituámos a ver como enraizado encontra-se em mudança, num estado mais fluido. Isto não significa que, por exemplo, os padrões, as instituições ou os papéis que até então se afiguravam como evidentes e fixos tenham desaparecido ou perdido qualquer importância por se terem tornado mais dificilmente fixáveis. Apesar de já não serem tão previsíveis, não se tornaram leves ou inexistentes. Ou seja, continuam a assumir um papel relevante e estruturador – ainda que diferente – na atualidade. Uma das fronteiras anteriormente evidentes e que tem sofrido alterações é aquela que demarcava os produtores dos consumidores dos *media*.

Como se constata em Jensen & Rosengren (1990) ou McQuail (1997), os estudos sobre os públicos dos *media* não apresentam um percurso unívoco. Contudo, apesar das diversas tradições de pesquisa e dos diferentes modos de encarar o poder dos *media* e dos públicos, estes apareciam sempre claramente separados. Os primeiros produziam conteúdos a distribuir em larga escala e que seriam usados e interpretados pelos segundos. Hoje esta divisão já não é tão evidente. Jenkins (2006a, p. 3) fala da emergência de uma cultura de convergência onde "em vez de se falar de produtores e de consumidores como se ocupassem

papéis separados, podemos agora vê-los como participantes que interagem entre si de acordo com um conjunto de regras que ninguém percebe totalmente".

Este artigo problematiza a relação existente numa página de Facebook entre quem a gere e os seus utilizadores, centrando-se nas ações visíveis dos primeiros. Fá-lo pela análise das publicações feitas em dezembro de 2017 e das interações aí presentes. A página em causa é o perfil oficial português no Facebook de *Star Wars*, uma narrativa transmediática amplamente reconhecida pela nem sempre pacífica relação entre produtores e públicos (Brooker, 2002; Shefrin, 2004; Jenkins, 2006a; Lyden, 2012). Antes de avançarmos para a apresentação da análise realizada, importa problematizar as narrativas transmediáticas no contexto da cultura de convergência, bem como a especificidade do conceito de participação.

### **A cultura de convergência e as narrativas transmediáticas**

Henry Jenkins foi pioneiro na proposição e popularização quer do conceito de narrativas transmediáticas quer do conceito de cultura de convergência. Ambos estão intrinsecamente relacionados, já que o primeiro é tido como uma das mais relevantes manifestações do segundo pelo lugar que o público ocupa na expansão das suas histórias preferidas.

De acordo com Jenkins (2006a, p. 2), a cultura de convergência é o lugar “onde os novos e os velhos *media* colidem, onde as corporações mediáticas e os pequenos meios se intercetam, onde o poder dos produtores de *media* e dos consumidores interagem de formas imprevisíveis”. A convergência é um fenómeno multifacetado. Tal como Hesmondalgh (2007) ou Sparks (2004), Jenkins reconhece-lhe dimensões eminentemente relacionadas com o modelo de negócio das indústrias mediáticas, tais como a crescente integração de diferentes empresas ou as mudanças nos modos de distribuição dos conteúdos. Contudo, para Jenkins (2006a, p. 3) a vertente mais relevante da convergência é a sua dimensão cultural, devido à qual “os consumidores são encorajados a procurar novas informações e a fazer conexões entre conteúdos mediáticos dispersos”. E fazem-no de bom grado, de acordo com o autor. Isto porque na antecâmara da cultura de convergência encontra-se uma outra, a participativa. Esta parte do pressuposto de que os públicos estão a exigir o direito a participar (Jenkins, 2006a, p. 24), a intervir na criação e na circulação de produtos mediáticos (Jenkins, 2006a, p. 290). Ainda que sejam as tecnologias a permitir aos públicos “arquivar, anotar, apropriar-se

e recircular conteúdos" (Jenkins, 2006b, p. 1), as razões que os movem são eminentemente sociais e culturais. Deuze (2007) fala de uma cultura mediática que privilegia uma audiência ativa. Contudo, de acordo com Jenkins (2006a, p. 19), os tradicionais produtores de conteúdos têm reagido de forma assimétrica a estes "novos e reforçados consumidores", ora acolhendo os seus contributos, ora procurando resistir às mudanças. Em todo o caso, estarão condenados a colaborar com os públicos. Caso contrário, "enfrentarão uma diminuição de interesse e receitas" (Jenkins, 2006a, p. 24). Um dos grandes desafios, de acordo com o autor, diz respeito ao grau de equidade e de poder que os produtores estão dispostos a reconhecer aos públicos nesta relação redefinida: "permitir que os consumidores interajam com os *media* em circunstâncias controladas é uma coisa; permitir que participem na produção e na distribuição de bens – nos seus próprios termos – é algo completamente diferente" (Jenkins, 2006a, p. 133).

Nas conceções sobre as narrativas transmediáticas, a capacidade dos públicos para influenciarem o rumo das suas histórias preferidas é um elemento estrutural. Segundo Carlos A. Scolari (2013), há duas dimensões particularmente comuns nas definições que têm sido propostas: o desenvolvimento das narrativas transmediáticas com recurso a vários meios e linguagens<sup>1</sup>, como o próprio nome indicia, mas também o já referido papel ativo dos públicos na expansão dos seus universos ficcionais prediletos. A cultura de convergência de Jenkins (2006a, p. 12) é assumidamente generalizada a partir das práticas dos fãs, que o investigador norte-americano estuda há vários anos, ainda antes do surgimento dos meios digitais. Como o próprio Jenkins referiu em 1992, um dos objetivos históricos da *fandom* é o de influenciar o curso das suas narrativas prediletas (Jenkins, 1992, p. 28). Os fãs não são, portanto, como a generalidade dos restantes públicos, facto que tem valido críticas a Jenkins por excesso de otimismo e generalização indevida (Van Dijck, 2009; Bird, 2011; Couldry, 2011). A especificidade dos fãs é reconhecida pelo investigador norte-americano:

---

<sup>1</sup> A Jenkins é comumente atribuída a primeira definição de narrativas transmediáticas (Sousa, Zagalo & Martins, 2012; Scolari, 2013; Lynch, 2016). Em 2003, o autor definiu-as como as histórias que se desenvolvem com recurso a vários meios, cada um dando contributos diversos, mas complementares, para a expansão da narrativa (Jenkins, 2003).

Os fãs são o segmento mais ativo das audiências dos media, um que recusa simplesmente aceitar o que lhe é dado, antes insistindo no seu direito a ser participantes de pleno direito. Nada disto é novo. O que mudou foi a visibilidade da cultura de fãs. (Jenkins, 2006a, p. 131)

A citação anterior foi extraída do capítulo que Jenkins dedicou à *fandom* de *Star Wars*. Esta é marcada por diversos episódios de antagonismo entre os fãs e os produtores institucionais da saga, nomeadamente George Lucas. Entre ambos nem sempre houve um entendimento comum relativamente ao que faz parte do cânone ou àquilo que constitui sua natureza. Daí a contestação dos fãs às alterações introduzidas nas edições especiais dos primeiros três filmes de *Star Wars* ou a produção de modificações como *The Phantom Edit*, onde os mais descontentes com as prequelas reeditaram-nas, cortando as cenas e/ou personagens que consideravam deturpar o que é *Star Wars* (Lyden, 2012). Daqui resulta a exibição de um certo sentido de propriedade (Shefrin, 2004) por parte de um segmento de público com opiniões particularmente vincadas sobre o rumo a seguir pela narrativa transmediática em causa (Brooker, 2002). Segundo Jenkins (2006a, p. 131), estes fãs cresceram rodeados de produtos relacionados com *Star Wars*, que se tornou "no seu 'mito' e agora estão determinados em refazê-lo nos seus próprios termos". Os espaços *online* oferecem-lhes a possibilidade para o fazerem a uma escala maior, já que a Web "puxou essa camada de atividade cultural para primeiro plano, forçando as indústrias mediáticas a confrontarem as implicações para os seus interesses comerciais" (Jenkins, 2006a, p. 133). Para Jenkins esta é uma forma de participação, conceito que abordamos de seguida.

### **Participação, poder e interação**

Como referido anteriormente, Jenkins distingue participação de interação. Enquanto a primeira está, de acordo com o autor, relacionada com intervenções modeladas "por protocolos sociais e culturais", a segunda encontra-se estreitamente associada com os usos tecnicamente possíveis em cada meio (Jenkins, 2006a, p. 133). Ou seja, participar é agir dentro de uma determinada cultura: seja por se estabelecer diálogo com outros, seja por se produzir e fazer circular conteúdos sobre as suas narrativas prediletas, mesmo quando feito fora da esfera oficial. O conceito de participação é, contudo, polissémico. Nico Carpentier (2011), por exemplo, ainda que se socorra do mesmo par de significantes, atribui-lhes significados

distintos. Para este, a interação com os conteúdos “refere-se aos ‘tradicionais’ processos de significação e interpretação que são suscitados pelo consumo dos *media*” (Carpentier, 2011, p. 519). Este tipo de interação preocupa-se mais com os processos de decodificação e criação de sentido do que com o uso tecnicamente possível dos *media*. Já a participação divide-se em duas dimensões interrelacionadas: participação através dos *media* e participação nos *media*. A primeira diz respeito à utilização dos meios para se intervir na esfera pública mediada (Carpentier, 2011, p. 520). A segunda implica ter a capacidade de decidir ou, pelo menos, de participar na tomada de decisões. É, por isso, um poder que só se consubstancia se for consequente e reconhecido. Tal como referiu Bourdieu (1977, p. 40), não basta produzir enunciados para se exercer poder simbólico.

Assim, a definição de Carpentier aproxima-se de entendimentos clássicos de participação, tais como o de Arnstein (1969) e a sua popular escada de participação cívica. Para a autora, “há uma diferença crucial entre passar por um ritual vazio de participação e ter o poder real necessário para influenciar o resultado de um processo” (Arnstein, 1969, p. 216). Mais detalhadamente, a escada de participação de Arnstein coloca em relação quem tem e quem não tem poder, governantes e governados, ainda que a autora reconheça que este binómio é uma simplificação de um todo mais complexo (Arnstein, 1969, p. 217). Transpondo-o para a realidade tradicional dos *media*, os dois lugares em causa seriam ocupados por produtores e consumidores. A cultura de convergência viu consumada nesta relação uma (suposta) mudança em muito semelhante à ideia de emancipação cidadã da autora, que estaria relacionada com o “poder dos cidadãos para determinar o produto final” (Arnstein, 1969, p. 217). Dos oito degraus que constituem a escada proposta, somente três dão forma a verdadeiros modos de participação. Nos restantes níveis há somente a obediência dos cidadãos ou a sua auscultação simbólica por parte das instituições que detêm poder, sem que a voz daqueles produza reais consequências. Os três degraus de participação só o são porque põe em jogo o exercício de poder e, com isto, a capacidade de colaborar efetivamente nas tomadas de decisão ou, até, de assumir o controlo.

Voltando ao modelo proposto por Carpentier (2011), a participação é apresentada como sendo uma atividade complexa, compreendendo diferentes componentes. Há, por isso, um caminho até se lá chegar:

O acesso e a interação são relevantes para os processos de participação nos *media* – são, aliás, as suas condições de possibilidade – mas são, ao mesmo tempo, distintas da participação por serem menos explícitas em relação a dinâmicas de poder e tomadas de decisão. (Carpentier, 2011, pp. 520-521)

Neste caso, falamos de acesso e de interação com as organizações mediáticas, o que para Jenkins (2006a) já entra no domínio da participação. Assim, para se participar nos *media*, nas suas estruturas ou conteúdos, é primeiro preciso estabelecer contacto e depois consumá-lo em diálogo. O que significa que os meios de comunicação e os seus atores institucionais também têm de estar dispostos a concretizá-lo. As redes sociais apresentam-se como plataformas onde o diálogo com as organizações mediáticas pode ocorrer com relativa facilidade, sendo espaços de potencial sociabilidade marcados pela “promessa da interação [dos *media*] com o público” (Ribeiro, 2017, p. 26).

### **Abordagem metodológica**

O objeto de análise deste artigo são as ações visíveis dos gestores de uma página de Facebook, sendo encaradas como uma forma de interpretar a sua abertura à interação com os públicos. Como referido no enquadramento teórico traçado, é expectável que, na cultura de convergência, esse diálogo exista.

O trabalho empírico incidiu sobre todas as publicações feitas pelo perfil português de *Star Wars*<sup>2</sup> em dezembro de 2017, mês em que estreou o filme *Os Últimos Jedi*. Em cada *post* foi tido em consideração as mensagens publicadas, os diálogos entre os utilizadores e a página e os eventuais “gostos” (ou demais indícios de aprovação) feitos por esta, também eles elementos de interação, ainda que a um grau mais reduzido (Hall, 2018). Os comentários dos utilizadores, apesar de não serem o foco deste trabalho, foram também considerados para se interpretar as ações da página em contexto. O perfil português de *Star Wars* foi escolhido enquanto objeto de análise por três motivos: por um lado, pelo histórico de tentativas de intervenção dos fãs na definição do rumo a seguir pela saga; por outro lado, pelo facto de esta narrativa estar num período particularmente profícuo relativamente ao

---

<sup>2</sup> Disponível em <https://www.facebook.com/starwars.pt>

lançamento de novas histórias; para além disto, pela carência de trabalhos do género no contexto português a propósito desta e de outras narrativas transmediáticas.

Apesar de populares, as redes sociais são ainda um objeto de estudo fugidio, sem um quadro conceptual claro (Lomborg, 2017). Uma das falhas apontadas por Stine Lomborg prende-se com a ausência de trabalhos eminentemente qualitativos, quando comparados com outros centrados nos muitos dados quantitativos gerados por qualquer plataforma *online*. Esses trabalhos seriam necessários “para responder a questões de possíveis mudanças nas práticas comunicativas e nas relações sociais provocadas pelas redes sociais” (Lomborg, 2017, p. 8). Há, contudo, um já considerável conjunto de técnicas de inspiração etnográfica que procuram fazer uma abordagem sobretudo qualitativa aos espaços *online*. A netnografia é uma das propostas mais relevantes (Postill & Pink, 2012), tendo sido primeiramente desenvolvida por Robert V. Kozinets (2002).

De acordo com Kozinets (2002, p. 62), a netnografia usa “informação publicamente disponível” em espaços *online* para estudar “as culturas e as comunidades que emergem através da comunicação mediada por computadores”. O autor propõe que o trabalho netnográfico seja realizado em cinco etapas intrinsecamente adaptáveis às especificidades de cada investigação:

- Entrada, onde se define o que estudar;
- Recolha e análise dos dados;
- Interpretação do observador;
- Avaliação ética, de modo a preservar os direitos dos utilizadores dos espaços observados;
- *Member checks*, ao triangular-se os resultados com o *feedback* desses utilizadores.

Considerando a natureza exploratória deste trabalho, o seu foco nas ações da página – e não nos utilizadores – e a flexibilidade intrínseca do método (Kozinets, 2002, p. 63), estas etapas foram adaptadas. As modificações incidiram de forma particular nos dois últimos pontos. Assim, nenhum utilizador com quem a página tenha interagido se encontra diretamente citado, cumprindo com a recomendação de Kozinets (2002, p. 65) para as situações em que não há consentimentos informados. Para além disto, não foi realizada a

confrontação da interpretação feita pelo investigador com o *feedback* dos mais relevantes intervenientes do espaço estudado (isto é, tanto os seus utilizadores como os seus gestores), permitindo enriquecer as próprias conclusões por um processo de prestação de contas (Jenkins, 2006b, p. 31).

Por fim, importa ainda especificar o contexto em que foi feito o trabalho de recolha de dados. Este foi realizado durante o dia 12 de fevereiro de 2018, altura em que, previsivelmente, as atividades dos utilizadores e da página nas publicações feitas em dezembro estariam estabilizadas. Nesse dia, a página contava com aproximadamente 19.600 gostos e seguidores.

### **O diálogo ausente: análise da página portuguesa no Facebook de *Star Wars***

Em dezembro de 2017, a página portuguesa de *Star Wars* no Facebook fez 45 publicações. Os nove dias que intermediaram a antestreia europeia de *Os Últimos Jedi*, a 12 de dezembro, e o fim da primeira semana de exibição em Portugal (20 de dezembro) foram os mais profícuos, apresentando uma média de dois *posts* por dia<sup>3</sup>. Quase todas as publicações dedicaram-se à promoção do oitavo episódio da saga: algumas diretamente, outras de forma indireta. Isto é, enquanto a maioria dos *posts* eram explícitos na alusão à venda de bilhetes, à contagem decrescente para a estreia e, a partir de 14 de dezembro, à presença nas salas de cinema de *Os Últimos Jedi*, outros faziam a promoção do filme pelo uso das suas personagens ou enredo, sem apelar à ida ao cinema. É disto exemplo o uso de algumas criaturas introduzidas na saga pelo oitavo episódio – os *porgs* – na mensagem de Natal publicada. Somente dois *posts* não estavam obviamente relacionados com a divulgação de *Os Últimos Jedi* – com a sua estreia, venda de bilhetes, presença nas salas de cinema ou bastidores. Um deles celebrava o aniversário de um ator que participou num filme anterior, cuja personagem não tinha qualquer ligação à narrativa do episódio em promoção. O outro era um jogo feito com recurso a uma imagem em 360°, onde os utilizadores eram encorajados a identificar uma espécie de *Star Wars*, mas não uma personagem em concreto. As publicações analisadas

---

<sup>3</sup> Isto é, em menos de 1/3 do período em estudo foram feitos 18 *posts*. Nos dias que antecederam e sucederam este período em específico, a média de publicações por dia era pouco superior a um.

consistiram, essencialmente, em pequenos textos acompanhados de breves vídeos (a maioria com somente alguns segundos) ou imagens/fotografias, ambos reforçando ou ilustrando o que estava escrito (Figura 1).



Figura 1: Exemplo de publicação

Fonte: <https://www.facebook.com/starwars.pt/>

Enquanto promoviam o filme, a maioria dos conteúdos publicados em dezembro incentivavam a produção de comentários por parte dos utilizadores. Dos 45 posts feitos, 27 continham perguntas ou desafios com características variadas, que poderiam ser respondidos com uma publicação no espaço para comentários existente em cada post. A título de exemplo, as três publicações onde foram contabilizados mais de 100 comentários perguntavam aos utilizadores quem os iria acompanhar ao cinema<sup>4</sup> e quantas vezes já tinham visto o filme após a sua estreia. Antes da estreia, boa parte das publicações incidiam sobre o entusiasmo dos fãs, querendo saber se "estavam preparados" para a chegada do filme ou para o reencontro com algumas personagens. Apesar de muitos terem correspondido a estes desafios, o feedback da página foi pouco mais do que nulo. Por exemplo, no caso da publicação constante na Figura 1, e apesar de se terem registado 25 comentários e 412 reações (entre "gostos" e

<sup>4</sup> Em dois destes três casos, entre eles a publicação mais comentada (299 comentários), difundida no dia de estreia do filme: "A espera terminou. «Star Wars: Os Últimos Jedi», já nos cinemas! Quem vai ver contigo?".

outros), a página em nenhum momento interagiu com os utilizadores. Isto apesar de ter feito uma pergunta.

Assim, de forma mais detalhada, da parte da página não foram registados "gostos" ou ações similares efetuadas em qualquer um dos comentários feitos pelos utilizadores nas publicações analisadas. Apesar de a página incentivar formalmente a participação dos públicos pela formulação de perguntas ou de desafios, só por cinco ocasiões foram identificadas respostas dadas por esta a comentários feitos pelos utilizadores, mesmo tendo alguns posts gerado conversações com largas dezenas de interações entre os públicos (em três casos chegaram às centenas, como referido anteriormente<sup>5</sup>). Para além disto, os comentários do perfil oficial de *Star Wars* eram singulares: a página respondia uma vez e não voltava a dar qualquer tipo de *feedback*, inclusivamente quando o seu comentário tinha gerado respostas por parte dos utilizadores. Na Tabela I encontram-se sumariados os tipos de incentivos promovidos pela página, com o respetivo número de publicações, e a totalidade de comentários que geraram (quer por parte dos utilizadores<sup>6</sup>, quer por parte da página).

<b>Tipo de publicações</b>	<b>N.º de publicações</b>	<b>N.º de comentários dos utilizadores</b>	<b>N.º de comentários da página</b>
Incentivo à identificação de amigos	9	675	2
Aferição de preparação/entusiasmo em relação à estreia	6	52	1
Incentivo ao posicionamento dos utilizadores face a personagens ou fações	4	137	0
Perguntas sobre a aquisição de bilhetes	2	29	1

<sup>5</sup> A média de comentários registada é de cerca de 33, contando com os três casos extremos já referidos, mas também com quatro posts sem qualquer comentário. Ao todo, foram registados 1486 comentários feitos pelos públicos.

<sup>6</sup> No que concerne aos comentários dos utilizadores, foram contabilizados somente os que se encontravam visíveis na ordenação por "comentários principais". Assim, nem todos os comentários dos utilizadores são visíveis, como o próprio Facebook informa. Contudo, face aos objetivos deste trabalho e à sua natureza eminentemente qualitativa, esta condicionante não constitui um entrave significativo à consumação dos propósitos deste trabalho.

Perguntas sobre idas ao cinema (intencionadas ou concretizadas)	2	250	0
Perguntas sobre presentes de Natal dos utilizadores	2	22	1
Pergunta relativa à visita, por parte dos utilizadores, a um local de filmagem	1	25	0
Jogo "Onde está o Wookiee?", semelhante ao popular "onde está o Wally"	1	16	0
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>1206</b>	<b>5</b>

Tabela 1: Tipologia de publicações que incentivavam os comentários dos utilizadores

Os comentários da página podem ser classificados de três maneiras: um enquanto informação útil, outro como um GIF relativo a *Star Wars* e os três sobrantes como respostas curtas e rotineiras, assentes na evocação de expressões populares da narrativa transmediática em causa. No que à primeira classificação diz respeito, a página limitou-se a responder a uma dúvida suscitada por uma utilizadora relativamente à apropriação do filme a faixas etárias mais jovens. Quanto à segunda, a página publicou somente com um GIF, sem qualquer texto a acompanhar a breve animação, em sinal de aprovação àquilo que o utilizador tinha escrito. Nas três respostas sobrantes, uma mesma expressão – "que a Força esteja contigo. Sempre", popularizada pelo primeiro filme de *Star Wars* – foi usada e adaptada para responder a utilizadores que, genericamente, comentavam as dificuldades que podiam vir a ter para assistirem ao filme ou que, por sua vez, também se socorriam de parte da referida expressão.

Esta (quase) ausência da página dos espaços de interação contrasta com a muita vida que se detetou em alguns posts. Isto foi particularmente evidente nos dias seguintes à estreia de um filme que dividiu opiniões, mas estendeu-se a quase todas as publicações subsequentes à estreia. Enquanto os utilizadores trocavam impressões entre si em várias discussões que ultrapassaram a dezena de respostas, esgrimindo argumentos, defendendo o seu entendimento relativo à ontologia de *Star Wars* ou exigindo explicações sobre opiniões dissonantes, a página permanecia calada. Enquanto esta comentou cinco vezes, os utilizadores publicaram pelo menos 1486 comentários.

Assim sendo, as previsões da cultura de convergência relativamente à transformação do papel dos *media* não se confirmaram nesta análise. Em dezembro, a página portuguesa de *Star Wars* no Facebook desempenhou um papel em tudo semelhante à linearidade tradicionalmente associada aos produtores de conteúdos: apesar de criar publicações numa rede social, a página apenas as colocou em circulação. Ou seja, enquanto muitos utilizadores confluíam para a página portuguesa de *Star Wars* para debater esta narrativa transmediática, para expressar o seu descontentamento ou rebater as críticas negativas feitas por outros utilizadores, a página praticamente limitou o seu funcionamento visível ao mais elementar nível de auscultação simbólica proposto por Arnstein (1969): uma transmissão de informação sem diálogo. Mesmo quando respondeu a comentários de utilizadores, fê-lo de forma meramente rotineira, como descrito anteriormente.

## Notas finais

Este é um trabalho exploratório e, por isso, apresenta um alcance restrito em termos de conclusões que validamente se podem extrair sobre a implementação da cultura de convergência no contexto português e, mais concretamente, sobre as transformações do papel dos produtores de conteúdos mediáticos. Em todo o caso, a análise realizada permite suscitar questões que nos parecem pertinentes para investigações futuras.

O mês de dezembro, tal como antevisto, provou ser rico em publicações feitas pela página e em comentários realizados pelos seus utilizadores. Estes dividiram-se na avaliação do filme, mostrando grande vontade de expressar as suas opiniões e, por vezes, pouca flexibilidade em aceitar posições contrárias. Portanto, dezembro, sobretudo na sua segunda quinzena, foi muito provavelmente um mês atípico, onde emoções que ainda estavam à flor da pele coincidiram com a promoção ativa e recorrente de *Os Últimos Jedi*. Até que ponto um período tão carregado emocionalmente não afetou o comportamento da página e, como consequência, a análise feita? Ou seja, face ao antagonismo entre utilizadores e considerando que havia um filme em pleno início de carreira comercial, como é que se deveria comportar quem geria o espaço online em causa? Alinhava somente com as vozes favoráveis, ignorando as restantes? Respondia às queixas de heresia do novo filme suscitadas por alguns utilizadores? O seu silêncio foi o reflexo de uma indústria ainda agarrada ao tradicional papel de emissores

ou, como refere Jenkins (2006a, p. 3), o comportamento de quem ainda não percebe totalmente como atuar em contextos novos? Estas dúvidas só poderão ser esclarecidas por trabalhos que, incorporando a análise de um mês onde haja a estreia ou lançamento de um produto relevante, sejam claramente mais abrangentes. Quer por se assumirem como longitudinais, expandindo o alcance cronológico das publicações analisadas, quer por realizarem o que Kozinets (2002) classificou como *member checks*. As percepções de quem teve de gerir a página e, idealmente, as dos utilizadores seriam certamente valiosas para uma compreensão mais aprofundada.

Para além disto, também nos parece importante problematizar o uso que as instituições por detrás das narrativas transmediáticas fazem de espaços como as redes sociais. Apesar do alcance global de *Star Wars*, esta é uma narrativa que perdeu a sua localidade? Isto é, até que ponto a página portuguesa pode refletir e defender as decisões e o pensamento da norte-americana Disney relativamente às opções tomadas por esta? Por exemplo, em caso de subcontratação da gestão da página no Facebook, como é que gestores externos à narrativa podem responder com propriedade a fãs descontentes, para quem *Star Wars* pode ser só *Star Wars*, fazendo tábua rasa de eventuais intermediários subcontratados?

Por fim, também nos parece importante avançar algumas reflexões sobre o papel dos utilizadores: estes não são todos iguais. A própria origem da netnografia de Kozinets (2002, pp. 61-62) alerta-nos para isto mesmo: enquanto método, a netnografia foi avançada para estudar *brand advocates* potencialmente aproveitáveis pelas marcas enquanto influenciadores dos seus pares. A exploração que foi feita dos comentários dos utilizadores permitiu identificar várias tonalidades: enquanto muitos funcionavam em circuito fechado, apenas identificando aqueles que já eram seus amigos e interagindo com estes, outros – vozes que se repetiam recorrentemente em publicações distintas – alargavam a sua esfera de ação. Seja à defesa do novo filme ou à sua crítica: por exemplo, enquanto uns expressavam a sua insatisfação e alertavam outros utilizadores para o suposto logro que constituiria o filme, outros apontavam o dedo a fãs classificados como eternos insatisfeitos. Assim, parece-nos fundamental identificar e compreender, em futuros trabalhos, os diferentes tipos de utilizadores que participam nas redes sociais e que naturalmente condicionam o *modus operandi* dos gestores das páginas. Tal como referido por Kozinets (2002, p. 64), uma categorização dos perfis dos utilizadores em função do seu nível de envolvimento com a

comunidade online e das suas práticas será crucial para se perceber que vozes são mais ou menos valorizadas: entre utilizadores, mas também por parte das instituições mediáticas que gerem espaços online como páginas em redes sociais.

## Apoios

Este trabalho foi realizado no âmbito do projeto de doutoramento financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (SFRH/BD/124039/2016).

## Referências Bibliográficas

Arnstein, S. R. (1969). A Ladder of Citizen Participation. *Journal of the American Institute of Planners*, 35(4), 216-224.

Bauman, Z. (2000). *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press.

Bird, S. E. (2011). Are we all prosumers now? Convergence and media audience practices. *Cultural Studies*, 25(4-5), 502-516.

Bourdieu, P. (1977). Sur le pouvoir symbolique. *Annales. Économies, Sociétés, Civilisations*. 32(3), 405-411.

Brooker, W. (2002). *Using the Force – Creativity, community and Star Wars fans*. Nova Iorque & Londres: Continuum.

Carpentier, N. (2011). Contextualising author-audience convergences – 'New' technologies' claims to increase participation, novelty and uniqueness. *Cultural Studies*, 25(4-5), 517-533.

Couldry, N. (2011). More Sociology, More Culture, More Politics. Or, a modest proposal for 'convergence' studies. *Cultural Studies*, 2(4-5), 487-501.

Deuze, M. (2007). Convergence culture in the creative industries. *International Journal of Cultural Studies*, 10(2), 243-263.

Hall, J. A. (2018). When is social media use social interaction? Defining mediated social interaction. *New Media & Society*, 20(1), 162-179.

Hesmondalgh, D. (2007). *The Cultural Industries – 2nd Edition*. Londres, Thousand Oaks, Nova Deli, Singapura: SAGE Publications.

Jenkins, H. (1992). *Textual Poachers – Television Fans and Participatory Culture*. Nova Iorque & Londres: Routledge.

Jenkins, H. (2003, 15 de janeiro). Transmedia Storytelling: Moving characters from books to films to video games can make them stronger. *MIT Technology Review*. Retirado de <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling>

Jenkins, H. (2006a). *Convergence Culture – Where old and new media collide*. Nova Iorque & Londres: New York University Press.

Jenkins, H. (2006b). *Fans, bloggers and gamers – Exploring Participatory Culture*. Nova Iorque & Londres: New York University Press.

Jensen, K. B. & Rosengren, K. E. (1990). Five Traditions in Search of the Audience. *European Journal of Communication*, 5, 207-238.

Kozinets, R. V. (2002). The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities. *Journal of Marketing Research*, 39(1), 61-72.

Lomborg, S. (2017). A state of flux: Histories of social media research. *European Journal of Communication*, 32(1), 6-15.

Lyden, J. C. (2012). Whose Film Is It, Anyway? Canonicity and Authority in Star Wars Fandom. *Journal of the American Academy of Religion*, 80(3), 775-786.

Lynch, D. (2016). Between the network and the narrative: transmedia storytelling as a philosophical lens for creative writers. *New Writing*, 13(2), 161-172.

McQuail, D. (1997). *Audience Analysis*. Thousand Oaks, Londres, Nova Deli: SAGE Publications.

Postill, J. & Pink, S. (2012). Social media ethnography: the digital researcher in a messy web. *Media International Australia*, 145(1), 123-134.

Ribeiro, F. F. (2017). *Opinião pública nos média em Portugal: quem participa e porquê?* Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade [eBook]. Retirado de [http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs\\_ebooks/issue/view/219](http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/issue/view/219)

Shefrin, E. (2004). Lord of the Rings, Star Wars, and participatory fandom: mapping new congruencies between the internet and media entertainment culture. *Critical Studies in Media Communication*, 21(3), 261-281.

Sousa, M. N., Zagalo, N. & Martins, M. (2012). “Eu Também Posso Propagar Histórias”. A Adaptação e as Narrativas Transmediáticas na Era da Participação. *Comunicação e Sociedade*, 22, 167-183.

Sparks, C. (2004). The Impact of the Internet on the Existing Media. In A. Calabrese & C. Sparks (Eds.), *Toward a Political Economy of Culture – Capitalism and Communication in the Twenty-First Century* (pp. 307-326). Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield Publishers.

Van Dijck, J. (2009). Users like you? Theorizing agency in user-generated content. *Media, Culture & Society*, 31(1), 41-58.

**Data de Receção:** 19/02/2018

**Data de Aprovação:** 26/04/2018

### **Informações sobre o autor:**

Pedro Moura é investigador no Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade e doutorando em Ciências da Comunicação na Universidade do Minho. Investiga a receção das narrativas transmediáticas entre os jovens portugueses.

# Revista Comunicando

N.º I

Vol. 7

Fenómenos comunicativos e sociológicos

