

CADERNOS  
MULTIMUNDOS  
VOLUME 4

ORGANIZADORES  
Pedro Pinto de Oliveira  
Benedito Dielcio Moreira

# COMUNICAR CIÊNCIA

Democracia, Cultura e Audiovisual

## AUTORES

Benedito Dielcio Moreira • Bruno Araújo  
Caterina Cucinotta • Claudia Magallanes Blanco  
Daniel H. Cabrera Altieri • Dário Mesquita  
Gil Baptista Ferreira • Jesús Ramé  
João Carlos Correia • João Massarolo  
Maristela Carneiro • Mirian Barreto Lellis  
Paula Guimarães Simões • Paula Libos  
Pedro Pinto de Oliveira • Safira Campos





CADERNOS  
MULTIMUNDOS  
VOLUME 4

ORGANIZADORES  
Pedro Pinto de Oliveira  
Benedito Dielcio Moreira

# COMUNICAR CIÊNCIA

Democracia, Cultura e Audiovisual

## AUTORES

Benedito Dielcio Moreira • Bruno Araújo  
Caterina Cucinotta • Claudia Magallanes Blanco  
Daniel H. Cabrera Altieri • Dário Mesquita  
Gil Baptista Ferreira • Jesús Ramé  
João Carlos Correia • João Massarolo  
Maristela Carneiro • Mirian Barreto Lellis  
Paula Guimarães Simões • Paula Libos  
Pedro Pinto de Oliveira • Safira Campos



UFMT

PPGCOM  
PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E PODER • UFMT

multimundos



ECCO  
ESTUDOS DE CULTURA  
CONTEMPORÂNEA

| São Paulo | 2024 |



DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)

C741

Comunicar Ciência: Democracia, Cultura e Audiovisual /  
Organização Pedro Pinto de Oliveira, Benedito Dielcio  
Moreira. – São Paulo: Pimenta Cultural, 2024.

Cadernos Multimundos. Volume 4

Livro em PDF

ISBN 978-65-5939-953-6

DOI 10.31560/pimentacultural/978-65-5939-953-6

1. Audiovisual. 2. Democracia. 3. Cultura Científica.  
4. Comunicação Pública de Ciência. 5. Negacionismo.  
I. Oliveira, Pedro Pinto de (Org.). II. Moreira, Benedito Dielcio  
(Org.). III. Título.

CDD: 302.3218

Índice para catálogo sistemático:

I. Comunicação Social - Democracia

II. Cultura Científica

Simone Sales - Bibliotecária - CRB ES-000814/0

Copyright © Pimenta Cultural, alguns direitos reservados.

Copyright do texto © 2024 os autores e as autoras.

Copyright da edição © 2024 Pimenta Cultural.

Esta obra é licenciada por uma Licença Creative Commons:

*Atribuição-NãoComercial-SemDerivações 4.0 Internacional - (CC BY-NC-ND 4.0).*

Os termos desta licença estão disponíveis em:

*<<https://creativecommons.org/licenses/>>.*

Direitos para esta edição cedidos à Pimenta Cultural.

O conteúdo publicado não representa a posição oficial da Pimenta Cultural.

---

Direção editorial	Patrícia Biegging Raul Inácio Busarello
Editora executiva	Patrícia Biegging
Coordenadora editorial	Landressa Rita Schiefelbein
Assistente editorial	Júlia Marra Torres
Diretor de criação	Raul Inácio Busarello
Assistente de arte	Naiara Von Groll
Editoração eletrônica	Andressa Karina Voltolini Milena Pereira Mota
Imagens da capa	Deep Ai generation, gmstockstudio, welcomia - Freepik.com
Tipografias	Acumin, Lavoir, Sofia Pro
Revisão	Marcos Viola Cardoso
Organizadores	Pedro Pinto de Oliveira Benedito Dielcio Moreira

---

**PIMENTA CULTURAL**

São Paulo • SP

+55 (11) 96766 2200

[livro@pimentacultural.com](mailto:livro@pimentacultural.com)

[www.pimentacultural.com](http://www.pimentacultural.com)



2 0 2 4

## CONSELHO EDITORIAL CIENTÍFICO

### Doutores e Doutoradas

**Adilson Cristiano Habowski**  
*Universidade La Salle, Brasil*

**Adriana Flávia Neu**  
*Universidade Federal de Santa Maria, Brasil*

**Adriana Regina Vettorazzi Schmitt**  
*Instituto Federal de Santa Catarina, Brasil*

**Aguimario Pimentel Silva**  
*Instituto Federal de Alagoas, Brasil*

**Alaim Passos Bispo**  
*Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil*

**Alaim Souza Neto**  
*Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil*

**Alessandra Knoll**  
*Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil*

**Alessandra Regina Müller Germani**  
*Universidade Federal de Santa Maria, Brasil*

**Aline Corso**  
*Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil*

**Aline Wendpap Nunes de Siqueira**  
*Universidade Federal de Mato Grosso, Brasil*

**Ana Rosangela Colares Lavand**  
*Universidade Federal do Pará, Brasil*

**André Gobbo**  
*Universidade Federal da Paraíba, Brasil*

**Andressa Wiebusch**  
*Universidade Federal de Santa Maria, Brasil*

**Andreza Regina Lopes da Silva**  
*Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil*

**Angela Maria Farah**  
*Universidade de São Paulo, Brasil*

**Anísio Batista Pereira**  
*Universidade Federal de Uberlândia, Brasil*

**Antonio Edson Alves da Silva**  
*Universidade Estadual do Ceará, Brasil*

**Antonio Henrique Coutelo de Moraes**  
*Universidade Federal de Rondonópolis, Brasil*

**Arthur Vianna Ferreira**  
*Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil*

**Ary Albuquerque Cavalcanti Junior**  
*Universidade Federal de Mato Grosso, Brasil*

**Asterlindo Bandeira de Oliveira Júnior**  
*Universidade Federal da Bahia, Brasil*

**Bárbara Amaral da Silva**  
*Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil*

**Bernadette Beber**  
*Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil*

**Bruna Carolina de Lima Siqueira dos Santos**  
*Universidade do Vale do Itajaí, Brasil*

**Bruno Rafael Silva Nogueira Barbosa**  
*Universidade Federal da Paraíba, Brasil*

**Caio Cesar Portella Santos**  
*Instituto Municipal de Ensino Superior de São Manuel, Brasil*

**Carla Wanessa do Amaral Caffagni**  
*Universidade de São Paulo, Brasil*

**Carlos Adriano Martins**  
*Universidade Cruzeiro do Sul, Brasil*

**Carlos Jordan Lapa Alves**  
*Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Brasil*

**Caroline Chioquetta Lorenset**  
*Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil*

**Cássio Michel dos Santos Camargo**  
*Universidade Federal do Rio Grande do Sul-Faced, Brasil*

**Christiano Martino Otero Avila**  
*Universidade Federal de Pelotas, Brasil*

**Cláudia Samuel Kessler**  
*Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil*

**Cristiana Barcelos da Silva.**  
*Universidade do Estado de Minas Gerais, Brasil*

**Cristiane Silva Fontes**  
*Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil*

**Daniela Susana Segre Guertzenstein**  
*Universidade de São Paulo, Brasil*

**Daniele Cristine Rodrigues**  
*Universidade de São Paulo, Brasil*

**Dayse Centurion da Silva**  
*Universidade Anhanguera, Brasil*



**Dayse Sampaio Lopes Borges**  
*Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Brasil*

**Diego Pizarro**  
*Instituto Federal de Brasília, Brasil*

**Dorama de Miranda Carvalho**  
*Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil*

**Edson da Silva**  
*Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri, Brasil*

**Elena Maria Mallmann**  
*Universidade Federal de Santa Maria, Brasil*

**Eleonora das Neves Simões**  
*Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil*

**Eliane Silva Souza**  
*Universidade do Estado da Bahia, Brasil*

**Elvira Rodrigues de Santana**  
*Universidade Federal da Bahia, Brasil*

**Éverly Pegoraro**  
*Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil*

**Fábio Santos de Andrade**  
*Universidade Federal de Mato Grosso, Brasil*

**Fabrcia Lopes Pinheiro**  
*Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Brasil*

**Felipe Henrique Monteiro Oliveira**  
*Universidade Federal da Bahia, Brasil*

**Fernando Vieira da Cruz**  
*Universidade Estadual de Campinas, Brasil*

**Gabriella Eldereti Machado**  
*Universidade Federal de Santa Maria, Brasil*

**Germano Ehlert Pollnow**  
*Universidade Federal de Pelotas, Brasil*

**Geymeesson Brito da Silva**  
*Universidade Federal de Pernambuco, Brasil*

**Giovanna Ofretorio de Oliveira Martin Franchi**  
*Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil*

**Handerson Leylton Costa Damasceno**  
*Universidade Federal da Bahia, Brasil*

**Hebert Elias Lobo Sosa**  
*Universidad de Los Andes, Venezuela*

**Helciclever Barros da Silva Sales**  
*Instituto Nacional de Estudos  
e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, Brasil*

**Helena Azevedo Paulo de Almeida**  
*Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil*

**Hendy Barbosa Santos**  
*Faculdade de Artes do Paraná, Brasil*

**Humberto Costa**  
*Universidade Federal do Paraná, Brasil*

**Igor Alexandre Barcelos Graciano Borges**  
*Universidade de Brasília, Brasil*

**Inara Antunes Vieira Willering**  
*Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil*

**Jaziel Vasconcelos Dorneles**  
*Universidade de Coimbra, Portugal*

**Jean Carlos Gonçalves**  
*Universidade Federal do Paraná, Brasil*

**Jocimara Rodrigues de Sousa**  
*Universidade de São Paulo, Brasil*

**Joelson Alves Onofre**  
*Universidade Estadual de Santa Cruz, Brasil*

**Jónata Ferreira de Moura**  
*Universidade São Francisco, Brasil*

**Jorge Eschriqui Vieira Pinto**  
*Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil*

**Jorge Luís de Oliveira Pinto Filho**  
*Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil*

**Juliana de Oliveira Vicentini**  
*Universidade de São Paulo, Brasil*

**Julierme Sebastião Morais Souza**  
*Universidade Federal de Uberlândia, Brasil*

**Junior César Ferreira de Castro**  
*Universidade de Brasília, Brasil*

**Katia Bruginski Mulik**  
*Universidade de São Paulo, Brasil*

**Laionel Vieira da Silva**  
*Universidade Federal da Paraíba, Brasil*

**Leonardo Pinheiro Mozdzenski**  
*Universidade Federal de Pernambuco, Brasil*

**Lucila Romano Tragtenberg**  
*Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil*

**Lucimara Rett**  
*Universidade Metodista de São Paulo, Brasil*

**Manoel Augusto Polastreli Barbosa**  
*Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil*

**Marcelo Nicomedes dos Reis Silva Filho**  
*Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Brasil*

**Marcio Bernardino Sirino**  
*Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Brasil*

**Marcos Pereira dos Santos**  
*Universidad Internacional Iberoamericana del México, México*

**Marcos Uzel Pereira da Silva**  
*Universidade Federal da Bahia, Brasil*

**Maria Aparecida da Silva Santandel**  
*Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil*

**Maria Cristina Giorgi**  
*Centro Federal de Educação Tecnológica  
Celso Suckow da Fonseca, Brasil*

**Maria Edith Maroca de Avelar**  
*Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil*

**Marina Bezerra da Silva**  
*Instituto Federal do Piauí, Brasil*

**Mauricio José de Souza Neto**  
*Universidade Federal da Bahia, Brasil*

**Michele Marcelo Silva Bortolai**  
*Universidade de São Paulo, Brasil*

**Mônica Tavares Orsini**  
*Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil*

**Nara Oliveira Salles**  
*Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil*

**Neli Maria Mengalli**  
*Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil*

**Patricia Biegging**  
*Universidade de São Paulo, Brasil*

**Patricia Flavia Mota**  
*Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil*

**Raul Inácio Busarello**  
*Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil*

**Raymundo Carlos Machado Ferreira Filho**  
*Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil*

**Roberta Rodrigues Ponciano**  
*Universidade Federal de Uberlândia, Brasil*

**Robson Teles Gomes**  
*Universidade Católica de Pernambuco, Brasil*

**Rodiney Marcelo Braga dos Santos**  
*Universidade Federal de Roraima, Brasil*

**Rodrigo Amancio de Assis**  
*Universidade Federal de Mato Grosso, Brasil*

**Rodrigo Sarruge Molina**  
*Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil*

**Rogério Rauber**  
*Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil*

**Rosane de Fatima Antunes Obregon**  
*Universidade Federal do Maranhão, Brasil*

**Samuel André Pompeo**  
*Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil*

**Sebastião Silva Soares**  
*Universidade Federal do Tocantins, Brasil*

**Silmar José Spinardi Franchi**  
*Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil*

**Simone Alves de Carvalho**  
*Universidade de São Paulo, Brasil*

**Simoni Urnau Bonfiglio**  
*Universidade Federal da Paraíba, Brasil*

**Stela Maris Vaucher Farias**  
*Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil*

**Tadeu João Ribeiro Baptista**  
*Universidade Federal do Rio Grande do Norte*

**Taiane Aparecida Ribeiro Nepomoceno**  
*Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Brasil*

**Taíza da Silva Gama**  
*Universidade de São Paulo, Brasil*

**Tania Micheline Miorando**  
*Universidade Federal de Santa Maria, Brasil*

**Tarcísio Vanzin**  
*Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil*

**Tascieli Feltrin**  
*Universidade Federal de Santa Maria, Brasil*

**Tayson Ribeiro Teles**  
*Universidade Federal do Acre, Brasil*

**Thiago Barbosa Soares**  
*Universidade Federal do Tocantins, Brasil*

**Thiago Camargo Iwamoto**  
*Universidade Estadual de Goiás, Brasil*

**Thiago Medeiros Barros**  
*Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil*

**Tiago Mendes de Oliveira**  
*Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Brasil*

**Vanessa Elisabete Raue Rodrigues**  
*Universidade Estadual de Ponta Grossa, Brasil*

**Vania Ribas Ulbricht**  
*Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil*

**Wellington Furtado Ramos**  
*Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil*

**Wellton da Silva de Fatima**  
*Instituto Federal de Alagoas, Brasil*

**Yan Masetto Nicolai**  
*Universidade Federal de São Carlos, Brasil*

## PARECERISTAS E REVISORES(AS) POR PARES

### Avaliadores e avaliadoras Ad-Hoc

**Alessandra Figueiró Thornton**  
*Universidade Luterana do Brasil, Brasil*

**Alexandre João Appio**  
*Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil*

**Bianka de Abreu Severo**  
*Universidade Federal de Santa Maria, Brasil*

**Carlos Eduardo Damian Leite**  
*Universidade de São Paulo, Brasil*

**Catarina Prestes de Carvalho**  
*Instituto Federal Sul-Rio-Grandense, Brasil*

**Elisiene Borges Leal**  
*Universidade Federal do Piauí, Brasil*

**Elizabeth de Paula Pacheco**  
*Universidade Federal de Uberlândia, Brasil*

**Elton Simomukay**  
*Universidade Estadual de Ponta Grossa, Brasil*

**Francisco Geová Goveia Silva Júnior**  
*Universidade Potiguar, Brasil*

**Indiamaris Pereira**  
*Universidade do Vale do Itajaí, Brasil*

**Jacqueline de Castro Rimá**  
*Universidade Federal da Paraíba, Brasil*

**Lucimar Romeu Fernandes**  
*Instituto Politécnico de Bragança, Brasil*

**Marcos de Souza Machado**  
*Universidade Federal da Bahia, Brasil*

**Michele de Oliveira Sampaio**  
*Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil*

**Pedro Augusto Paula do Carmo**  
*Universidade Paulista, Brasil*

**Samara Castro da Silva**  
*Universidade de Caxias do Sul, Brasil*

**Thais Karina Souza do Nascimento**  
*Instituto de Ciências das Artes, Brasil*

**Viviane Gil da Silva Oliveira**  
*Universidade Federal do Amazonas, Brasil*

**Weyber Rodrigues de Souza**  
*Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Brasil*

**William Roslindo Paranhos**  
*Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil*

### Parecer e revisão por pares

Os textos que compõem esta obra foram submetidos para avaliação do Conselho Editorial da Pimenta Cultural, bem como revisados por pares, sendo indicados para a publicação.



## AGRADECIMENTOS

Nossos agradecimentos aos conferencistas, autores e também às professoras doutoras que participaram do evento como mediadoras de algumas das conferências: Vera Regina Veiga França, da Universidade Federal de Minas Gerais (Brasil) e Ana Catarina Pereira, da Universidade da Beira Interior (Portugal). Agradecemos, especialmente, aos coordenadores dos programas de Pós-graduação da Universidade Federal de Mato Grosso, a Dr.<sup>a</sup> Maristela Carneiro, do Programa em Estudos de Cultura Contemporânea — ECCO, e o Dr. Bruno Bernardo de Araújo, do Programa de Pós-graduação em Comunicação — PGCOM. O acervo de conhecimento resultante do evento está registrado em dois arquivos. O primeiro, à disposição para consulta da comunidade acadêmica e outros públicos, são as conferências gravadas em imagem e som, que podem ser acessadas nas redes sociais dos dois programas de pós-graduação realizadores do seminário, PGCOM e ECCO, ambos da Universidade Federal de Mato Grosso. O segundo é a produção deste livro, a forma tradicional de comunicação dos achados da ciência.

# SUMÁRIO

**Apresentação .....12**

CAPÍTULO 1

*Jesús Ramé*

*Caterina Cucinotta*

**The creative process  
that gathers dispersed matter:**

Audiovisual essay and the editing .....21

CAPÍTULO 2

*Pedro Pinto de Oliveira*

*Benedito Diélcio Moreira*

**Scientific Audiovisual Essay:**

epistemological, methodological and cultural apprehensions.....39

CAPÍTULO 3

*João Massarolo*

*Dario Mesquita*

**Fluxos sob demanda  
nas plataformas televisivas:**

o caso Globoplay.....56

CAPÍTULO 4

*Claudia Magallanes-Blanco*

**Decolonización, conocimiento  
y pueblos originarios:**

lo que no se lee también se aprende .....91



CAPÍTULO 5

*João Carlos Correia*

**Para além do espaço público:**

patologias da democracia na sociedade

da vigilância e da datificação..... 104

CAPÍTULO 6

*Daniel H. Cabrera Altieri*

**Desinformación, “verdad”**

**y autoritarismo algorítmico** ..... 125

CAPÍTULO 7

*Gil Baptista Ferreira*

*Instituto Politécnico de Coimbra*

**Em quem confiar?**

Comunicar ciência em tempos de desinformação..... 146

CAPÍTULO 8

*Bruno Araújo*

**Da normalização eleitoral  
do bolsonarismo à perversidade  
presidencial na pandemia:**

populismo, *media* e desinformação no Brasil ..... 170

CAPÍTULO 9

*Paula Guimarães Simões*

**Celebrization of scientists  
in the context of the Covid-19 pandemic:**

Átila Iamarino in Brazil ..... 197

CAPÍTULO 10

*Maristela Carneiro*

**Comunicação Científica:**

conhecimento, sensibilidades e afetos interdisciplinares ..... 215



CAPÍTULO 11

*Safira Campos*

**Jornalismo de ciência  
e a democratização da cultura científica:**

a cobertura do Seminário Internacional

"Comunicar Ciência" pelo PNB Online..... 225

CAPÍTULO 12

*Mirian Barreto Lellis*

*Paula Libos*

**Multimundos, uma experiência**

**interdisciplinar e intercultural ..... 238**

**Organizadores ..... 253**

**Autores ..... 254**

**Índice remissivo ..... 258**






# APRESENTAÇÃO

Este livro é resultado dos debates e conferências ocorridos no Seminário Internacional Comunicar Ciência, em 2022. Realizado de modo remoto, o evento reuniu pesquisadoras e pesquisadores do Brasil, México, Espanha e Portugal. Ele foi movido pela força de uma ideia do presente emergente: situar a comunicação referenciada de ciência no contexto contemporâneo da sociedade midiaticizada, que vive sob a propagação intensa do negacionismo e da desinformação. Visto em retrospecto, ele resultou em discussões sobre a democracia, o audiovisual e o papel da ciência no contexto das tensões contemporâneas.

O evento teve a participação de especialistas que estudam a comunicação de ciência — novas escrituras em imagens e sons; *fake news*, negacionismo e outras ameaças à democracia —, especialistas que estudam figuras públicas e especialistas em tecnologias emergentes. O mérito do evento, em nossa avaliação, foi ter reunido pesquisadoras e pesquisadores dedicados aos estudos de diversas temáticas em um diálogo sobre as conexões possíveis entre suas pesquisas e a comunicação dos seus achados entre os pares e também para a sociedade.

A realização desse seminário envolveu dois programas de pós-graduação, o ECCO (<https://ecco.ufmt.br/>), Programa em Estudos de Cultura Contemporânea, e o PPGCOM (<https://ppg-comufmt.com.br/>), Comunicação e Poder, ambos da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), além do Grupo de Pesquisa Multimundos (<http://multimundos.org/>). O propósito, em acordo com a temperatura da ideia do nosso tempo, foi debater e refletir sobre o lugar da ciência, dos cientistas e da comunicação de ciência no contexto digital, no qual os mundos virtuais, em especial das redes sociais, são as arenas mais tensas e vitais dos embates cotidianos. São espaços públicos onde os confrontos se dão, sobretudo, com imagens e sons e em que as mentiras se propagam e a informação circula sem fontes, sem autoria.




Na medida em que o pensamento se distancia da tentativa de buscar a verdade, seja pela ciência, pela fé ou pela vida vivida, no seu sentido fenomenológico, menos pragmático, no dizer *deweyano*, desenvolve-se a crença em uma verdade distante da realidade, pois perde-se as rédeas e o pensamento se torna cego pela fé, pelo que se acredita ser verdade e pelo que facilmente trafega pelos caminhos tortuosos e perigosos dos extremismos. O pensamento científico precisa ser democratizado e ocupar o seu lugar no universo digital contemporâneo, onde a comunicação por imagem é uma realidade que se impõe.

A temática interdisciplinar está na interseção entre comunicação, ciência, arte e política em dois movimentos propostos para a apresentação de pesquisadoras e pesquisadores convidados a trocar experiências, rever conceitos e apontar caminhos em duas instâncias de reflexão: a) as novas formas de comunicar ciência e a transformação da cultura científica no contexto contemporâneo de embates negacionistas nas mídias e b) a apreensão teórica e experimentação prática das escrituras de ciência a partir das imagens e sons, com a experiência do Ensaio Audiovisual Científico e do Podcast de Construção Científica.

## QUESTÕES QUE MOVEM AS DISCUSSÕES


Assim como foi o Seminário, este livro parte de quatro perguntas condutoras para o debate sobre as questões que se apresentam nas duas instâncias de reflexão propostas:

1. A política das instituições de produção de ciência: a transformação da cultura científica passa, também, pela mudança na validação das novas formas de comunicar ciência. Não é uma luta do verbal vs. audiovisual, mas um acolhimento pelos pares da ideia de que podemos e devemos também “escrever” ciência por imagens e sons. A imagem não é só um complemento ou um acessório, é autossuficiente enquanto



escritura de ciência e se desdobra na possibilidade de tornar comum, no sentido de compartilhar, o conhecimento produzido na academia. A comunicação de ciência, nos moldes atuais, em suas formas, e também em suas relações de poder, ao se desdobrar em imagens e sons, passará a ocupar espaços, muitos deles tomados por inverdades, na opinião apartada do fato e na manipulação de informações. Somando-se aos textos, a comunicação da ciência por imagens, palavras e sons permite a inclusão da língua oficial da ciência na mesma arena onde estão diversos saberes, em uma interlocução tanto com os pares quanto com públicos diversos na criação e disseminação (comunicação) da ciência.

2. De ordem política fora do âmbito acadêmico: se comunicar mais e melhor com a opinião pública, considerando esse gesto como relevante ao papel da ciência e dos cientistas na relação com a sociedade e com a democracia. Um gesto político no enfrentamento aos ataques à ciência e ao pensamento reflexivo, que está bem longe de ser ingênuo: a potência do utópico se conforma na ação e na sua aplicabilidade no mundo da vida. Produzir novas formas de comunicar ciência, como o ensaio audiovisual científico, por exemplo, referenciadas pelos pares e que, em desdobramento, estarão também disponíveis ao público não acadêmico. O enfrentamento ao negacionismo, às *fake news*, à desinformação, passa pela produção de conhecimento em formatos de acordo com o contexto contemporâneo da emergência das imagens. Ou seja, temos aí uma discussão na interseção da comunicação e política;
3. Formulação teórica na apreensão dos fundamentos das Artes, do Cinema e da Filosofia: para refletir sobre a autossuficiência e a potência da escritura de ciência em audiovisual e das possibilidades do uso do *podcast* como instrumento e parte do processo de pesquisa, além de sua capacidade de disseminação dos fatos científicos. No âmbito da escritura




audiovisual, as questões se relacionam à potência da imagem para a construção do conhecimento e dos caminhos acadêmicos e estéticos da escritura de ciência pela imagem e som. A apreensão do ensaio acadêmico também comporta uma instância relacional da comunicação: a interlocução entre os sujeitos. O ensaio audiovisual é uma escritura para os pares e estudantes do campo ao que o conteúdo se refere e/ou ao campo dos estudos da experimentação da linguagem audiovisual. A abertura para outros públicos se dá pela própria possibilidade de acesso às plataformas de vídeo no mundo digital e pela leitura mais acostumada de mensagens construídas pelo audiovisual.

4. Formulação prática, de ordem metodológica, sobre a experiência de escrever ciência com o ensaio audiovisual e das bases dessa escritura: o texto audiovisual é a fusão da imagem, da palavra e do som. Palavras, imagens e sons combinam-se, portanto, com o objetivo de mostrar algo, de significar algo. Partimos da discussão dos princípios fílmicos de *como organizar* e *como mostrar* enquanto eixos metodológicos aplicados à formatação da linguagem audiovisual para acolher os conteúdos da ciência. No âmbito do *podcast de construção científica*, discutimos a potência desse instrumento também como parte do processo de pesquisa; o entendimento ampliado da ideia de linguagem sonora e o potencial narrativo da estética em áudio aplicado à experiência dessa forma de comunicação de ciência.

Objetivamos com essa obra<sup>1</sup> oferecer ao público, pesquisadoras e pesquisadores, estudantes de mestrado e doutorado, discussões e questões contemporâneas sobre as relações entre ciência, arte e democracia; novas formas de comunicar ciência; os embates com os

1 Foi mantida, nos textos escritos por autores de Portugal, Espanha e México, a forma de apresentação das referências bibliográficas, conforme as normas dos respectivos países. E também foi mantida a distinção entre a grafia do português do Brasil e de Portugal.






ativismos de negacionistas que atacam a cultura científica, os cientistas e a própria ideia do conhecimento como transformação da sociedade. A discussão proposta tem duas vertentes: a primeira de ordem filosófica e política traz reflexões sobre os desafios atuais no âmbito da cultura científica e a busca novos modos de comunicação entre os pares e, em desdobramento, com a opinião pública; a segunda estabelece a importância do conhecimento científico para o fortalecimento da democracia, refém de mentiras e manipulações nas redes sociais.

O propósito de fundo nos textos aqui contidos é tanto o de valorizar a democracia para o enfrentamento aos aventureiros autocratas e aprendizes de ditadores quanto o de humanizar a ciência na apreensão *deweyana* no sentido de mostrar sua utilidade no processo de direção dos acontecimentos e, principalmente, de evidenciar sua estreita continuidade com os traços fundamentais da existência e das experiências humanas, entre as quais se torna particularmente importante o fenômeno da comunicação. Uma visada que reforça a insistência de que valores e fatos são dificilmente separáveis um do outro.

Organizamos este livro em três momentos ímpares da discussão empreendida ao longo do seminário. No primeiro momento, dedicado ao audiovisual, Jesús Ramé, da Universidad Rey Juan Carlos, de Madrid e Caterina Cucinotta da Universidade Nova de Lisboa, discutem o processo criativo presente na montagem de um audiovisual. Para os autores, a montagem de um filme se dá pela conexão da mente e das mãos, como um exercício de costura. O costureiro pensa e costura. É o pensar e o agir em uma só operação, como se as operações do pensamento fossem as tarefas das mãos ao costurar. O texto discute as aproximações históricas e sociais estéticas dos modos de fazer uma costura e de montar um filme.

Em seguida, os organizadores deste livro, Pedro Pinto de Oliveira e Benedito Dielcio Moreira, discutem “o Ensaio Audiovisual Científico: apreensões epistemológicas, metodológicas e culturais”, bem como aprofundam a discussão que os autores realizam desde




2015 na Universidade Federal de Mato Grosso, no Brasil, sobre a importância dos cientistas incorporarem o ensaio audiovisual na prática da comunicação científica entre os pares. Mais ainda, por força da linguagem audiovisual e da intimidade da população com imagens em movimento no cinema, na televisão e nas redes sociais, a tese é que o Ensaio Audiovisual Científico é um alargamento da cultura científica, ação necessária para a inserção da ciência do dia a dia da população.

O terceiro texto desta primeira parte debate um dos fenômenos mais marcantes no mercado de audiovisual e as perspectivas de interação com a audiência nas plataformas televisivas, tema discutido por João Massarolo e Dario Mesquita, da Universidade Federal de São Carlos, no Brasil. Com o título “Fluxos sob demanda nas plataformas televisivas: o caso Globoplay”, os professores Massarolo e Mesquita argumentam que a experiência de autoprogramação encontrada na plataforma Globoplay, processo distinto dos modelos verticalizados das televisões, permite uma interação da programação com a audiência “que estimula a fruição de conteúdos e o engajamento da audiência de uma forma personalizada”.

O segundo momento do livro reúne textos sobre decolonização, democracia e desinformação. A discussão sobre a decolonização é conduzida por Claudia Magallanes Blanco, da Universidad Iberoamericana Puebla, no México, com o texto “Decolonización, conocimiento y pueblos originarios. Lo que no se lee también se aprende.” A autora discute a comunicação enquanto processo decolonizador capaz de enfrentar tanto a colonialidade do poder quanto a colonialidade do conhecimento, da linguagem, do gênero e das representações. Para a autora, todas essas formas de dominação estão interligadas. Da dominação baseada na ideia de raça, no domínio do conhecimento ocidental eurocêntrico, da crença na interiorização dos dominados subjugados à prevalência da racialização linguística.


Na sequência, o professor João Carlos Correia, da Universidade da Beira Interior, Portugal, coloca em discussão “as patologias da



democracia”, em uma “sociedade da vigilância e da datificação”. O autor discute inicialmente a contribuição teórica de Jürgen Habermas sobre as mudanças na esfera pública e no entendimento de duas dimensões do espaço público: a política e a cultura. Na sequência discute a proposta de visão emancipadora de Habermas em “A teoria do Agir Comunicacional”. Entende Correia que o modelo de Habermas des-cortina a “colonização do mundo da vida” a partir dos vieses “administrativos e financeiros”, que tem como meios o dinheiro e o poder.

Com o título “Desinformación, ‘Verdad’ y Autoritarismo”, o professor Daniel H. Cabrera Altieri, da Universidad de Zaragoza, da Espanha, traz para o debate as *fake news* e a desinformação, assim como a relação dessa prática, manipuladora de ideias e fatos, com a democracia, principalmente nas redes sociais. No entendimento do autor, tratam-se de estratégias intencionalmente instituídas para “provocar uma deterioração da confiança do público a favor de determinadas ideias, de um candidato ou de um grupo político”. Adotado pelos populistas, esse modelo desorientador das sociedades tornou-se um caminho para estabelecer em um regime democrático “regras autoritárias de comunicação e gestão”.

Já o professor Gil Baptista Ferreira, do Instituto Politécnico de Coimbra, de Portugal, toma como exemplo um estudo que realizou em Portugal sobre a covid-19, após a decretação do primeiro estado de emergência, com a questão “Em quem confiar? Comunicar ciência em tempos de desinformação”. A pergunta se justifica diante do quadro negacionista, de mentiras e de manipulação de informações nas redes sociais, verificado sobre a pandemia. É fato já estudado que “as plataformas de redes sociais são há muito reconhecidas como grandes disseminadoras de desinformação sobre saúde”, assim como estudos sobre a relação entre a utilização das redes sociais, a desinformação e práticas populistas. O estudo mostra que indivíduos com ideias mais populistas recorrem às redes sociais para obter e ou adulterar informações, reduzir a confiança da população em ações institucionais de prevenção e estão mais sensíveis a aceitar posturas de anti-ciência sobre a doença do coronavírus.



O professor Bruno Bernardo de Araújo, da Universidade Federal de Mato Grosso, coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Poder, por sua vez, busca em uma das fábulas da cultura ocidental em que a verdade e a mentira se encontram e no ensaio “Verdade e Política”, de Hannah Arendt, inspirações para travar uma discussão sobre como a dissolução dos estatutos de verdade e mentira nas redes sociais corroboram para a emergência de populistas autoritários, postura comum aos extremistas de extrema direita.

No terceiro momento do livro, ainda sobre os fenômenos comunicacionais verificados durante a pandemia de covid-19, porém com foco na comunicação pública da ciência, a professora Paula Guimarães Simões, da Universidade Federal de Minas Gerais, discute a “Celebrização de cientistas no contexto da pandemia de covid-19: Átila Iamarino no Brasil”. Para a autora, a sociedade contemporânea é marcada por um processo de criação e ascensão de celebridades na televisão, no cinema, no esporte, na política e na internet e como, por conta do evento da covid, nomes de cientistas engrossam os casos de celebridades. A ciência, então restrita às discussões entre os pares cientistas e noticiários da imprensa, ganha as redes sociais. O texto, a partir das atividades de Átila Iamarino, faz uma reflexão sobre como as forças “do fenômeno de celebrização” atuam para impulsionar novas formas de comunicar ciência.

A professora Maristela Carneiro, da Universidade Federal de Mato Grosso, coordenadora do Programa de Pós-graduação em Estudos de Cultura Contemporânea, destaca em seu texto “Comunicação Científica: conhecimento, sensibilidades e afetos interdisciplinares” a importância das discussões empreendidas no “Seminário Internacional Comunicar Ciência: Democracia, Comunicação e Audiovisual”, sobretudo porque em uma rotina de “ganho imediato” pode-se negligenciar “a busca pela compreensão das complexidades que criamos para nossas vidas coletivas [...]”. A cultura, nesse processo, assume uma dimensão crucial: ela nos constrói enquanto a construímos, nos modela enquanto a modelamos.



Somos animais sociais e comunicativos e todo enlace e interação passa pela geração de significados, pela busca por sentido.

Em “Jornalismo de ciência e a democratização da cultura científica: a cobertura do Seminário Internacional ‘Comunicar Ciência’ pelo PNB Online”, a jornalista Safira Campos, mestre pelo PPGCOM/UFMT, relata o trabalho jornalístico desenvolvido pelo site PNB Online na cobertura do Seminário Internacional. O artigo discute também a importância do noticiário sobre ciência para o fazer jornalístico, seus “desafios” e também suas “oportunidades”. Para a autora, promover a cultura científica é democratizar o conhecimento. Com a expectativa de contribuir para o fortalecimento da cobertura científica, ela ainda detalha as estratégias comunicativas adotadas pelo PNB Online para acompanhar e noticiar o seminário.

O Grupo de Pesquisa Multimundos, parceiro na realização desse seminário juntamente com os dois programas de Pós-Graduação, o PPGECCO e o PPGCOM, é apresentado neste texto pelas pesquisadoras Mirian Barreto Lellis e Paula Libos. Com registro no Diretório de Pesquisa do CNPq, Conselho Nacional de Pesquisa Científica do Brasil, as autoras mostram a história do grupo de pesquisa, o percurso adotado, as parcerias nacionais e internacionais, bem como as discussões empreendidas em seminários e publicações de livros e artigos.

Boa Leitura.

*Pedro Pinto de Oliveira*  
Universidade federal de Mato Grosso

*Benedito Dielcio Moreira*  
Universidade Federal de Mato Grosso



# 1

*Jesús Ramé  
Caterina Cucinotta*

## **THE CREATIVE PROCESS THAT GATHERS DISPERSED MATTER:**

**AUDIOVISUAL ESSAY AND THE EDITING**

## INTRODUCTION TO AUDIOVISUAL ESSAY AS AN ACADEMIC TOOL

Our text pertains to the genesis of the audio-visual essay, 'De la femme' (Cucinotta and Ramé, 2021); we suggest viewing it prior to engaging with the text (<https://tecmerin.uc3m.es/revista-7-4/>).

Film editing has always been an exercise in connecting hands and thought: like sewing. Jacques Derrida, in Heidegger's Hand, quoted the author to represent this relationship between theory and praxis:

Thinking is the real acting [Handeln], if acting means to help [an die Hand gehen: to go hand in hand with] the essence of Being (Heidegger, 1976, p. 146-147).

Hence, emerges the notion that thinking is akin to manual labor or the work of hands, linking reflection with the concepts of manipulation and craftsmanship. Through this analysis, which integrates the practices of assembly and sewing, we uncover certain historical, social, and aesthetic connections inherent in these modes of operation. Building upon these premises and establishing further connections between the disciplines stemming from editing and sewing, as delineated in our prior research, we embarked on creating an audiovisual essay aimed at elucidating our contemplation on these practices and their implications for film comprehension.

It is necessary to think about the hand. But one cannot think it as a thing, an entity, still less as an object. The hand thinks before it is thought, it is thought, a thought, the thought (Derrida, 1985, p. 381).

If we were to adopt Derrida's proposition as our point of departure, stemming from the correlation between montage and sewing, we unearth the notion of thinking with hands, wherein the material (the fabric and the film) is necessitated to be arranged within a mental framework but structured through craftsmanship.



Indeed, numerous aspects of the sewing practice have been transposed into the language of montage: machine, cut, spool..

From the question of materiality, costume making materialised as a fundamental knowledge for the passage to the laboratory, from the cutting and sewing of fashion workshops to the editing and colouring rooms of film production companies (Cucinotta, 2022, p. 18).

The objectives of this audiovisual essay are articulated in an endeavor to translate our reflections into a language conducive to a clearer comprehension of our analysis. We acknowledge that the video-essay possesses specific particularities that establish, favor, and delineate certain materialities which we can utilize to directly explicate the subject of our research.

Our aim is to demonstrate how we undertake this task, employing the concept of “thinking with hands” to elaborate on the creative process of our video-essay, “De la femme.”

We start from a conception of the video-essay as an audiovisual embodiment that seeks to strike a balance between academic rigor and creativity, amalgamating these two elements in a manner that constitutes an epistemological asset to encompass the modes of relationship elucidated. Drawing from the approaches outlined in Mínguez (2019), we assert that the audiovisual essay must adopt a form of cinematic expression, thereby ensuring that the style reflects the author in a manner inclusive of subjective elements. Consequently, the creative and the academic realms converge delicately. Another element we acquired from this reflection is the use of film fragments, diverse materialities, put in relation to each other (Bergala, 2007). Without hiding the creative process, we have highlighted the idea of rehearsal as an attempt and experimentation, which can make us run the risk of misunderstanding the audiovisual work. This practice places us in the position of using all the expressive elements of the audiovisual to focus the discourse: thus, the montage is not a tool of invisibility, but is shown within the explanation of the audiovisual discourse itself.





The soundtrack and titles serve as epistemological allies, facilitating a layered expression of messages-anchors that enable us to position different viewpoints within the audiovisual piece, forming a coherent articulation of meaning. Engaging the viewer is integral to our academic intention, showcasing the creative process to be followed and involving them in a form of metadiscourse where they assume the role of author in their interpretative endeavor. When considering Hartmann's ontology (1956), this process engenders a concrete necessity, certain possibilities, and an effectiveness, all outcomes of our audiovisual endeavor. This entails the adoption of three cinematic anthropomorphizations and the utilization of three articulated materialities.

We adopt this notion from Lukács, who advocates for new aesthetic categories in cinema that enable us to grasp its artistic distinctiveness. On one hand, there's a process of de-anthropomorphization stemming from its technological foundation—the capturing of moving images. On the other hand, there's an anthropomorphizing reflex that encompasses aesthetic mimesis and artistic form. Cinema orchestrates the world in its staging for recording and subsequently in the editing process. Thus, there's an anthropomorphization inherent in the staging process and a re-anthropomorphization in the editing phase (the shots), which ultimately shapes the cinematic material observed by the viewer.

Matter, that on which art takes form - for example, the words with which a writer constructs the story. On the other side of the mirror that unfolds the category of Content - Hartmann continues - is the material, that is, what emerges from the reception of the achieved form - which, to continue with the example, could be the human figures and relations that we apprehend in the work in question (Claramonte, 2016, p. 263).

In the case of our audiovisual essay, the initial material consists of fragments whose original purpose was not intended for


the role they will play in “De la femme.” These fragments constitute archival material, and even the sound will establish a connection between the realms of sewing and cinema.

## THREE SUBJECTS AND THREE MATERIALITIES

We will delineate the materialities based on the three modes of “thinking with hands” that we intend to employ in our audiovisual project: writing, assembling, and sewing. Consequently, three expressive-material elements emerge, which we will integrate into the creative process:

- A)** Writing serves as a materiality that contextualizes and prompts problematization within the video-essay.
- B)** The audiovisual fragment functions as a catalyst for establishing connections through montage, aligning with the pedagogical concept of FPR (fragments put in relation) as proposed by Bergala (2007).
- C)** The sound component of the creative process acts as a continuum, echoing the practices of both cinema and sewing, embodied through the working tools—the camera and sewing machine.

This leads us into a practice of vertical montage, wherein both image and sound engage in a layered construction of meanings: the imagery presented across multiple screens, text displayed on-screen, oral narration, and interrelated sounds collectively generate diverse strata of comprehension.



The fragments prompt an external anthropomorphization of the organization of the world: Bodies/Objects/Sounds are juxtaposed, forming a clash of textures and facilitating a re-anthropomorphization through textures relation.

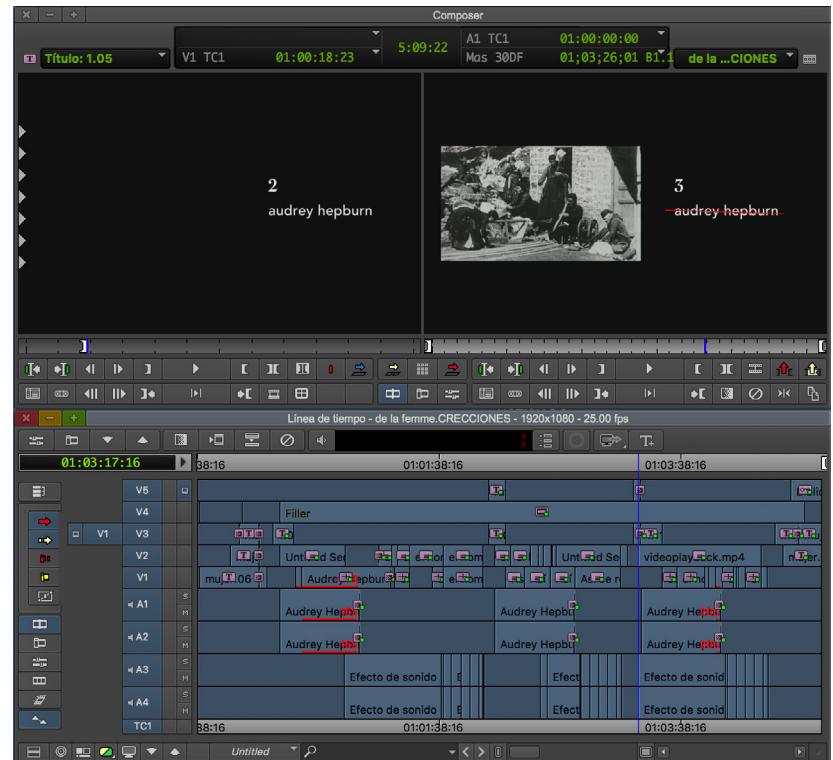
The surface is here configured as an architecture: a partition that can be shared, it is explored as a primary form of space for the material world. Understood as the material configuration of the relationship between subjects and objects, the surface is also seen as a site of mediation and projection (Bruno, 2014, p. 3).

We begin by showcasing the feminine gesture with the aim of integrating it into practices that often render it invisible and undervalue its contribution to the construction of the artistic world. The feminine gesture is reinterpreted as a style and becomes the focal point of cinematographic creation.

Since it is the gesture and not the image that is central, cinema belongs essentially to the order of ethics and politics (and not simply to that of aesthetics) (Agamben, 2021, p. 65).

Thus, we delve into the concept of montage-thinking, drawing inspiration from Eisenstein's notion of attractions (Godard, 2011, p. 180). In this context, gestures contribute to the layering of expressive elements, facilitating both horizontal and vertical montage. A clearer understanding of this can be gleaned by examining the montage timeline figures (see Figure 1) provided below. By altering a single word in a sentence by Godard, we arrive at our conclusion, which we have placed at the beginning of the essay in an effort to elucidate: "Some think, it is said, others act, but the true condition of the (man) woman is to think with her hands" (Godard, 2011, p. 156).

Figure 1 - Screenshot of the creative assembly process



*Source: own photography.*

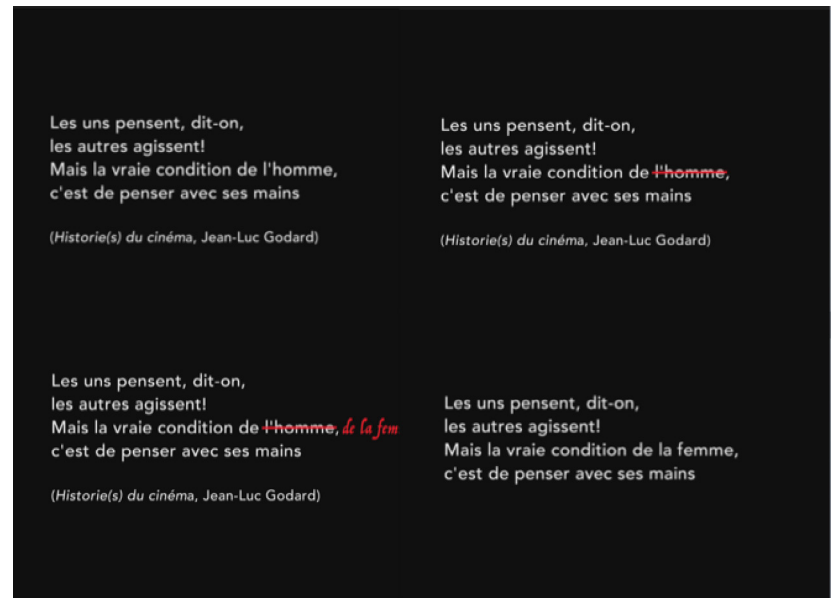
Examining the reflected moment of montage in Figure 1, we observe the combination of archival imagery with text and the animation of crossing out a word, accompanied by the emergence of voices and the sounds of creation mechanics. This exemplifies what we term vertical montage, as these elements arise synchronously. However, upon closer scrutiny, we discern that this image will soon be juxtaposed with the appearance and disappearance of others, constituting a horizontal montage that enriches the collection of attractions.

If we delve into the analysis of the first materiality, which involves the written word and the crossed-out word, the audiovisual




essay commences with an introductory segment that employs a phrase by Godard (material) and reinterprets it to convey a new significance (see Figure 2). While it possesses a sequential sense, it serves as a conclusive segment in itself, prompting a careful examination to decipher the new message and the gesture of manipulation.

Figure 2 – Images of the visual concept from the audio-visual essay *De la femme*



Source: own composition of photographs.

Simultaneously, the substitution of “l’homme” with “la femme,” following the crossing out of “l’homme,” represents a post-production practice that bestows the essay with its title, elucidating the academic intentions through a creative gesture: to illuminate the professional and artistic contributions of women in cinema. This entire introduction unfolds without sound, aiming to direct the viewer’s attention without distraction, ensuring that the creators’ intended significance of their creative gesture is precisely conveyed.



A kind of reminder that the sewing of the dresses that made the figures of the film goddesses - of the films that also shape thought - stand out, or so often the sewing of the film on which the final results were printed, was done by anonymous women. By conventional display or persistent forgetfulness, the woman is often imagined in front of a sewing machine, with a hoop in her lap, next to a basket of wool, with a spinning wheel spinning, cutting, weaving, knitting, sewing rags, cultivating and decorating the fabrics of the world (Soares, 2022).

Another instance of material-writing emerges, characterized by its sequential nature but allowing for more interpretative freedom, engendering a process-oriented meaning. We are referring to the utilization of chapters, each named, and their interaction in a dynamic of change, crossing out, and rewriting.

As depicted in Figure 3, a progression unfolds wherein the stereotype that typifies women in film is crossed out. Typically, when we consider the work of women in film, we tend to focus on actresses; similarly, when costume design comes to mind, we often envision couture figures, typically male, rather than the artisans who craft the garments for a film. The actress's name, Audrey Hepburn, symbolizes the narrow confines of women's roles in film, and the act of crossing it out signifies a rejection of this stereotype. Progressing from chapter 1 to chapter 3, the transformation is epitomized by the striking out of Audrey Hepburn's name. The interpretation of the significance of the red color used for the crossing out—whether it signifies violence, sexism, manipulation, objectification of women, subversion, feminism, or otherwise—is left to the viewer. The red strikethrough serves as one of the elements that empowers the viewer-author, allowing the material to be transformed by the very observer contemplating the work.

Figure 3 – Images from NO-DO, a Dviga Vertov movie  
in the audio-visual essay *De la femme*



Source: composition of own photographs.

The epistemological gesture reaches its culmination with the emergence of the name Elizabeta Svilova after Audrey Hepburn's name has been crossed out. We selected Svilova because she exemplifies a woman filmmaker, notably serving as the editor of "The Man with the Movie Camera" (Vertov, 1929) and appearing in a pivotal editing role within the film. The title of the film itself is intriguing and could aptly be extended to include "...and the woman who edits the film," as it could not have come to fruition without Svilova's creative involvement. We utilize her name to advocate for her significant role in cinema and to counterbalance Vertov's prominence, just as Svilova's contributions are marginalized in the title.

Figure 4 – Image from Angelopoulos in the audio-visual essay *De la femme*



*Source: own photography.*

Within the realm of the second materiality, involving archival material, our selection of images has been influenced by the pedagogy of F.P.R. (fragments put in relation) as outlined by Bergala (2007) and his analysis of creation. Our approach aims to juxtapose fragments both synchronously across multiple screens and horizontally in montage. In this context, we deliberately chose images that exemplify specific discursive typologies we sought to explore.

Someone complex of properties and turn it into such a typicality of social currency, linked to her own person; thus appear popular ideals of beauty in Greta Garbo, of the tragedy of the female condition in Asta Nielsen, of courage and moral agility in Gérard Philippe, of all-encompassing humour in Buster Keaton; the role she has in each film is but an occasion, often only a pretext, to make intuitable such a typicality close to the people (Lukács, 1963, p. 228).

We begin with Audrey Hepburn's costume tests for "Roman Holiday" (W. Wyler, 1953), as documented by Art Baker in "The Asked for It" (1953). Here, we observe gestures of preparation accompanied by narration, illustrating the significance of clothing within the film. These images are juxtaposed with scenes from "Roman Holiday" itself, prompting a dual reflection on the work of costume designers, notably the esteemed Edith Head. The juxtaposition of costume



preparation and its eventual appearance in the film offers insight into the creative and artistic intentions of this profession.

The initial attraction, aimed at generating a clash of images, was intended to provoke a dialectic between the gestures of Audrey Hepburn and those of Elizabeta Svilova in "The Man with the Camera." Here, we encounter a woman depicted and a woman concealed — two pivotal figures in film history. Simultaneously, images from the film continue to underscore the association of women with textile production, reinforcing the cliché.

From Angelopoulos' film, "To vlemma tou Odyssea" (1995), we selected images depicting the origins of Greek cinema, showcasing the gestures of weavers from the early 20th century. These filmed depictions of craftsmanship within the cinematic material resonate with the practice of creating textures, visually echoing the movements of Elizabeta Svilova. These juxtapositions provide insight into the various layers of feminine gestures within the visual narrative.

**Figure 5** - Images from the audiovisual essay  
*De la femme: Hepburn, Svilova, the weavers*



*Source: own composition of photographs.*

All these depictions of women's practices were juxtaposed with the portrayal of women constructed by NO-DO (Noticiario Cinematográfico Español), a visual component of dictatorship propaganda. On one hand, we selected images of women's groups and activities that were promoted during the 1940s, including exercises or tasks aligned with the regime's ideology, such as sewing. On the other hand, we included images of working women from the 1970s, including seamstresses, alongside the portrayal of a "modern woman of the home" capable of various roles. Additionally, we incorporated a portrayal of a film star, such as Sofia Loren, and the stereotypical roles she was often assigned in her films.

**Figure 6 - Images used in the audio-visual essay  
*De la femme: Loren and women under dictatorship***



*Source: own composition of photographs.*

Drawing from the "analysis of creation" (Bergala, 2007, p. 125), we incorporated a transparency in the creative mechanisms, leaving behind traces of the process. This approach compels the viewer to remain attentive to the clashes between simultaneous and


correlative images. Consequently, contrasting gestures, redundant or complementary gestures may emerge. For instance, the gesture of a seamstress could be juxtaposed with fragments from "Roman Holiday," as well as different simultaneous fragments depicting the moviola editing process or visual rhymes, such as Svilova working at her sewing machine alongside the same practice reflected in a doll.

**Figure 7 - Images used in the audio-visual essay  
*De la femme: Svilova, Hepburn, hands editing, a doll***



*Source: own composition of photographs.*

In the third materiality, sound, we built upon Marcel Martin's differentiation between natural noises and human noises (Martin, 2002, p. 126). Here, natural noises encompass sounds emitted by




non-human objects and bodies, including environmental sound textures. Our focus was on contrasting silence with human noises, which encompassed both the mechanical sounds of technology and spoken words perceived as noise. This allowed us to emphasize the idea of labor that we aimed to highlight. The inclusion of sounds from technology, such as the sewing machine, moviola, or projector, vertically aligned with the images, suggests the presence of individuals constructing the world behind what is seen.

We would like to extend our appreciation to Professor Burt (2018) for his invaluable contribution to our understanding of the transition from the sewing machine to film technology.

Hence, we opted to incorporate a mechanical-technological sound that remains indistinct, as the instruments of analogue cinema (cameras, projectors, moviolas etc.) share similar mechanisms with the sewing machine. This aesthetic approach serves as an explanatory advantage, facilitating the understanding, through sensory perception, of the direct relationship between cinema and sewing. The evocative power of sound enables us to create a metaphor for the interplay of different feminine practices explored in the essay. Sound material is transformed into symbolic material representing technological evidence that impacted the realm of women's work. At this juncture, we recognize that sound, when combined with the other two materialities, possesses an aesthetic-emotional-narrative potency that can serve as an epistemological tool.





## FINAL MATERIALITY: EXPERIENTIAL TONAL UNITS AS A CONCLUSION


Lukács highlights the “emotional tonal units” (Lukács, 1963; 129) as the different parts of an artistic work, which put in relation the totality of the work.

The mimetic-real character of film, its authenticity already described, has the consequence that each image, each series of images, primarily radiates a determined and intense tonal unity; if it does not, it does not even exist aesthetically (Lukács, 1963, p. 129).

Our audiovisual essay has intended that all materialities be articulated in a total experiential tonal unity that expresses the findings of our research.

Cutting, editing, rhythm, speed, etc., are but means of directing the receiver to move from one mood tonality to another, within the ultimate tonal unity that characterises the whole (Lukács, 1963, p. 129).

We aimed to underscore that montage and its practices are deeply rooted in the traditions of fashion workers. Simultaneously, we sought to assert the pivotal role of female editors in the history of cinema, juxtaposing the cinema of trades, often relegated below the line, against the prevailing portrayal of cinema as an art dominated by directors and actors. As Villain (1994, p. 59) notes, “Godard publicly commented on the opposition between male filming and female editing,” a dichotomy embodied by Vertov in “The Man with the Camera” as he ventures out to shoot while his wife remains in the editing room, reminiscent of the working men and the “housewife” depicted in NO-DO.



Thus, we employed dynamic texts gradually modifying a discourse, aiming to transform the viewer's perspective on the history of cinema. However, it's essential to acknowledge that the montage of images is guided by chapter numbering and prompts the viewer's reflection. Additionally, the multi-screen composition accentuates certain elements over others, while the accompanying sound, dominated by mechanical noises over oral expressions, underscores its importance. Eventually, dialogues dissolve into incomprehensible noise, highlighting the significance of gestures and sounds.

Repetition serves to immerse viewers more deeply into the presented images. Male voices fade away, giving prominence to female gestures—women working in groups or alone, whether as housewives or actresses, engaged in assembly or sewing, thus emphasizing their indispensable role in film or fashion creation.

## BIBLIOGRAPHY

Agamben, G. (2021). *Medios sin fin. Notas sobre la política*. Madrid: Adriana Hidalgo Editora.

Bergala, A. (2007) *La hipótesis del cine*. Barcelona: Laertes.

Bruno, Giuliana (2014). *Surface. Matters of aesthetics, materiality and media*. Chicago: Universidad de Chicago.

Burt, R. (2018). *Medieval and Early Modern Film and Media*. Basingstoke and New York: Polgrave Macmillan.

Cucinotta, C. (2022). "Pellicola, tessuto e tela: per un'estetica dei materiali tra moda e cinema". *dObr[a]s*. Nº 35 | Mayo-Agosto | 14-29.

Cucinotta, C. & Ramé López, J. (2021) De la femme. *Tecmerin. Revista de Ensayos Audiovisuales*, 7, 2021(1). ISSN: 2659-4269. <https://tecmerin.uc3m.es/revista-7-4/>.

Derrida, J. (1985) "La mano de Heidegger". (2011-2012) *Archivos de Filosofía*, Nº 6, 365-410.

Godard J. L. (2011). *Historia(s) del cine*. Buenos Aires: Caja Negra.

Hartmann, Nicolai (1956). *Ontología*. México: Fondo de Cultura Económica, Vol. I-II-III.

(1986) *Estética*. México: Fondo de Cultura Económica.

Heidegger, M. (1993). *Ciencia y Técnica*. Santiago: Editorial Universitaria.

Lukács György (1963). "El film". 203-238. In (Ed.) Ramé, J. y Claramonte, J. (2019). *No lo saben, pero lo hacen. Textos sobre cine y estética de György Lukács*. Madrid: Plaza y Valdés.

(1963). "Sistema de señalización 1' en el comportamiento artístico". 87-153. In (Ed.) Ramé, J. y Claramonte, J. (2019). *No lo saben, pero lo hacen. Textos sobre cine y estética de György Lukács*. Madrid: Plaza y Valdés.

Martin, M. (2002). *El lenguaje del cine*. Barcelona: Gedisa

Mínguez, N. (ed.) (2019). *Itinerarios y formas del ensayo audiovisual*. Barcelona: Gedisa.

Thompson, E. P. (1991). *The Making of the English Working Class*.

Villain D. (1994). *El montaje*. Madrid: Catedra.

## FILMOGRAPHY

Angelopoulos, T. (1995). *To vlemma tou Odyssea*. Grecia-Francia-Italia: Paradis Films y Greek Film Center.

Baker, Art. (1953). *The Asked For It*. EE.UU.: ABC.

NO-DO (Noticiero Cinematográfico Español). Cap. 81B (1944), 864B (1944) y 1447 (1970), España: NO-DO.

Vertov, D. (1929). *Chelovek s kinoapparátom*. URSS: VUFKU.

Wylar, W. (1953). *Roman Holiday*. EE.UU: Paramount Picture.





# 2

*Pedro Pinto de Oliveira*  
*Benedito Diélcio Moreira*

**SCIENTIFIC  
AUDIOVISUAL ESSAY:  
EPISTEMOLOGICAL, METHODOLOGICAL  
AND CULTURAL APPREHENSIONS**

DOI: [10.31560/pimentacultural/978-65-5939-953-6.2](https://doi.org/10.31560/pimentacultural/978-65-5939-953-6.2)




## INTRODUCTION

The present discussion deals with the experience of a science writing in images and sounds: the Scientific Audiovisual Essay. This is our proposal for a new way of communicating the findings of science among peers. We understand, by the unfolding, that the audiovisual essay has the power to reach broader audiences, beyond the scientific community, pointing to the democratization of knowledge and mobilizing young students in the fields of communication, cinema and arts, and audiovisual professionals, alongside scientists, in the production of these scriptures. The new scripture explores the audiovisual language to accommodate the contents of science and presents itself as a game of sum with the traditional verbal scriptures used by scientists.

We seek to answer why it is important to insert the production of scientific audiovisual essays into the routine of researchers and film, communication, journalism and visual arts faculties. The central argument is epistemological: the practice, research and theoretical studies of young students who learn to deal with the different traditional forms of communication must be open to the new, to experimentation, for example, of languages applied to science content. The audiovisual essay makes one think that science communication cannot be understood as something internal to academic teaching, a “thing for scientists” and only in traditional academic formats. An attentive pedagogy experiments, explores creativity and reinvents itself.

Our reflection also involves the idea of contributing to the exchange of knowledge between peers and in the use of audios and images captured as a method, still considered exclusive scientific documents of the researcher: it is an unavailable memory, distant from peers and also from society. If incorporated into a scientific audiovisual essay, scientific memory becomes an accessible, friendly format, with cinematographic and audiovisual skills already recognized. Therefore, we have divided this text into three topics.




In the first one, we discuss “The epistemology of the scientific narrative in image and sound”. Next, we pay attention to the “Methodological notes of the scientific audiovisual essay”. Finally, we talk about the “Tensions and paths of the scientific culture in transformation”.

The path presented here aims to discuss epistemological and methodological proposals as a *starting point* to advance in this fruitful and critical debate (Oliveira; Moreira, 2022; Oliveira; Moreira 2019).<sup>2</sup> To achieve these purposes, we point out some reflective paths that are created, expanded and found where they arose: in the tireless search for knowledge. They are: the essay as writing and the image as a celebration of life.

The essay as scientific writing is the expression and celebration of the sensitive in writing and audiovisual. An essay brings the reader or viewer to the center of the debate: the essay in science and science with images. A scripture located in the contemporary context of the mediatized society; a communication of science submitted, like a verbal text, to the methodological procedures of problematization, reasoning, objectives, analysis and presentation of findings to peers.

Images as a celebration of life, on the other hand, are loaded with knowledge, respect and affection. There is no knowledge in the world that has not arisen from life. Still during pregnancy, when life emerges in a process of affection, love and attention, when the auditory system is ready, in the fourth month of pregnancy, the outside world already maintains connections with the fetus (Wulf, 2007). And the fetus responds by creating memories. It is the event of life. The technical image of the baby, generated by ultrasound equipment, is the first external contact of family members with that life about to sprout, open its petals and fill the world with hope.

2 Our interest in scientific audiovisual essays began in 2015, when we produced essays on the results of extension and research projects, audiovisual works for the completion of courses of students of Social Communication at UFMT and of the Master's Degree with the Postgraduate Program in Contemporary Culture Studies, also at UFMT.




A child nestled between the arms is an image that makes one think and dream. This is the concreteness of life, in everyday life, in the arenas where life happens, where people and institutions communicate, where relating texts to contexts requires a great deal of faith and trust. "Faith and trust play a much more important role in everyday life than other spheres of life" (Heller, 2000, p. 33). The absence of methods and results achieved by science in the world of life<sup>3</sup> not only elicitates scientific activity and glorifies scientists but also denies the population a repository of words, sounds and images that would serve as counterwords<sup>4</sup> to face deniers and manipulators of information.

Faith and trust also take place in abstract systems, such as the idea of democracy, or in extremist virtual bubbles whose digitally-created and manipulated characters assume human features and resort to the appropriation of the idea of faith and trust to validate unacknowledged interests. This is the essence of a communicated democracy: without counterpoints and without counterwords communication can serve the corruptor, the dictator, and make the critical attitude towards life unfeasible. Communication in democracy needs to be free, ethical and responsible.

Online or offline cultural practices entangle the fabric of life, as Geertz (1989) said about the webs we create with the relationships we establish, and in the manner of Giddens (2002, p. 11), they lead to the "leap of faith that practical involvement demands." In fact, not before an evaluation, an intentionality. The understanding occurs in the replicas we have, a possibility that expands as our repertoire of counterwords becomes broader. If words appear in dialogues, in communication practices, the counterword belongs to the "uniqueness of each subject" (Geraldi, 2002). It is in the understanding that each one can undertake.

3 We think here about the world of life in the manner of Alfred Schütz (1998) and Alfred Schütz and Thomaz Luckmann (1977).

4 For Mikhail Bakhtin (2004), counterword is the opposition "to the speaker's word". It is the originator of understanding: "To each word of the utterance that we are in the process of understanding, we correspond a series of our words, forming a reply. The more numerous and substantial they are, the deeper and more real is our understanding" (Bakhtin, 2004, p. 132).



Scientific, philosophical and popular knowledge agree that everyday life requires trust, which in turn is a fragile commodity that always and increasingly needs its own trust to strengthen itself (Gambeta, 2000; Dasgupta, 2000). Which means that to be reliable and anchor the confidence acquired, scientific knowledge, instead of being absent from the world of life, needs to intensify its presence to sustain itself on a daily basis.


There is no scientific knowledge that has not originated from life, and to it, it must return (Fleck, 2010). For Luhmann (2000), it is through trust that risky situations are faced. It is like taking a child to be vaccinated believing that the vaccine will immunize them against a type of disease, or not taking them because you believe that the vaccine will weaken them. It follows in life, whatever the state of belief and confidence, believing that people will act as imagined or predicted. In the fertile world of lying and manipulated everyday images, science's image offerings act as "counter-images" in the service of understanding and singularities.

## EPISTEMOLOGY OF SCIENTIFIC NARRATIVE IN IMAGE AND SOUND

The scientific audiovisual essay inserts itself in the context of multimodal communication.<sup>5</sup> Multimodality includes, for example, the creation of arts-based research, and intermediality in different

5 Multimodality is a term that encompasses the different experiences in research, practices and disciplines. Conceptual inspiration does not explicitly focus on academic communication, but situates in it the relationship between art and science. Multimodality in communication is the study and practice of innovative and affective ways of producing knowledge, for example, from images and sounds, which go beyond the primacy of words as the only legitimate vehicle. (IAMCR Multimodal Academic Communication Task Force in a presentation made on July 11th, 2023 at the IAMCR congress in Lyon, France).






disciplines. Nico Carpentier (2023),<sup>6</sup> in conversations with the members of the IAMCR Multimodal Academic Communication Task Force,<sup>7</sup> emphasizes, in this epistemological view, that multimodality is particularly present in the field of composition (situated in the broader field of writing studies). The conceptual inspiration for this approach comes from multimodal theory, which, of course, does not explicitly focus on academic communication, he points out. Carpentier (2023) shares the idea that academic communication has never been, and cannot be, restricted to written texts, but at the same time, the approach of multimodal academic communication still suggests explaining the importance of other forms of writing beyond verbal texts, such as images and sounds, applied to academic communication between peers and with society. The multimodality of these new scriptures expands the position of the academic subject beyond the academic writer.

In our epistemological apprehension of the writing of the scientific audiovisual essay, we start from philosophy. The value of knowledge is not intrinsic to just one image, as the philosopher Georges Didi-Huberman (2004) points out, nor does imagination consist of passive involution in a single image. On the contrary, it is a matter of setting the multiple in motion, of not isolating anything, of making gaps, analogies, indeterminations and over-determinations in the work. From another philosopher, we situate audiovisual aesthetics in this epistemological approach. Galvano Della Volpe (1967) postulates that the filmic image is constituted by determined form and ideas that underlie its communication. A reflection on the origin of the nature and essence of cognitive action, of the act of knowing, of knowledge by images.

The power of expression and communication of the audiovisual image is conferred at the moment in which it becomes a

6 President of the International Association for Media and Communication Research-IAMCR

7 IAMCR – International Association for Media and Communication Research. Available at: <https://iamcr.org/>.



form, due to its symbolic character. This power of conversion is given, contextually, in and by the culture, and in the creative process of the director. The audiovisual discourse is structured in the combination of the significant elements of audiovisual writing, among which is the image itself with the different movements and planes captured by the camera. Plane and movement constitute the form of the image/camera signifier element. Distinct and determined forms in their pluralities and in accordance with the proposed contents, triggering rhythmic, emotional and intellectual dimensions in connection.

The form, for communication to be effective, is consolidated by empirical or “full” ideas, embodied in a plurality of determined and distinct forms. This full character authorizes the remission of the idea put into form to a sensitive or experienced content. The idea of something. Given that form is in the principle of expression, that forms are the intermediary that particularizes this expression and that content is its reference, there is a reciprocal functionality of form and content, at the end of the day unified (Della Volpe, 1967).

In this conceptual procedure, we take one among the different general notions about the audiovisual essay in the approach to the idea of the form of the writing of scientific contents. The audiovisual essay is a fusion of verbal, image and sound, and not a simple juxtaposition of semantic layers. This fusion establishes the form of writing that mixes, in the essay, several modes and figures that often escape the categorization of the genre, perhaps because it is best thought of as a way of communication. The audiovisual essay should not yet be seen as a unique and independent form, nor as a traditional writing, but as a mixture of different audiovisual genres, without affecting (we include here the scientific character) its content (Grant, 2016).

Another conceptual relation we make is the approximation between the symbolic systems of science and art, in this case starting from cinema and audiovisual. The philosopher John Dewey, as Rosa Calcaterra (2015) points out, tells us that distinctions

are only formally capable modes of organizing and developing primary experience, that is, the indistinct totality of images and qualities concretely experienced at the most immediate levels of our encounter with things.

Scientific activity consists of exercising a constructive action that predicts the formation and use of relations that are abstracted from the concrete of experiences and that, precisely for this reason, can be used in always different contexts. Artistic activity, on the contrary, shows greater adherence to the concreteness of feeling, to the *continuum* of its multiple contents, a greater adherence that manifests itself in the search for an emphasis and an improvement of that sense of wholeness that characterizes all our effective experience. (Calcaterra, 2015, p. 118)

Art and science express two different attitudes towards a single experience, says Calcaterra (2015). The point of approximation between the symbolic systems of science and art in the aesthetic experience represents, in Deweyan's apprehension, the moment in which the interactions between individual and nature, past and present, the results of human intelligence and the values of the community of which the person is a part of, are manifested in all their richness.

In the writing of the scientific audiovisual essay, the aesthetic force of art is linked to the construction of narratives in sequence of images and sounds and the contents of science. Art and science are, in this sense, the sum of procedures in connection, in and through communication, of the writing process of the audiovisual essay. Following Shklovsky's line of thinking *here*, the separation between form and content is meaningless. Communication implies precisely the apprehension of the relation between form and content, without disjunctions. In the scientific audiovisual essay, consisting of art form and scientific content, we develop the aesthetic dimension of instrumental and final communication.

In the end, in this epistemological topic of the communication of the findings of the sciences, between peers, through the audiovisual essay, we highlight other accessory aspects of this discussion:

1. The scientific audiovisual essay is a means and an end, in the own construction of knowledge by image; by the creation and imagination inherent in the editing process; in the experimentation of audiovisual language and in the combination, in the different contexts of its signifying elements: camera, sound, lighting, editing and *mise en scène*. Such elements are arranged both by the director of a work of art and by the scientist who wrote the essay, mere formal choices applied to the respective distinct contents.
2. It is not possible to neglect the social context of art (and, we add, science), according to Marc Jimenez (2021), when quoting the philosopher Richard Shusterman, who defends a pragmatist aesthetic close to everyday life. Art and science are not separated from society. The beauty of the sensitive and the knowledge of scientific facts and values must be part of the world of life. Both need to return to individuals.

## METHODOLOGICAL NOTES OF THE SCIENTIFIC AUDIOVISUAL ESSAY

A narrative in sequence of images forms the basis of audiovisual writing. In the junction of form and content of the communication, the proposed methodology of the scientific audiovisual essay relates the general and the singular. The general is the investigation of activities, the set of procedures for writing in operations carried out




with the objective of determining relationships and undertaking the construction of particular knowledge about a given object.

The creative method of writing the scientific audiovisual essay does not follow just one, nor a generalizing, pattern, nor is it given *a priori*, in *Adorno's* conception. It must be thought of by the singular character, in accordance with each case, with each possibility of apprehending filmic materialities and the plasticity of words transformed into images and sounds. And, specifically, in the process of adapting *the extrafilm* — the verbal article —, it allows us to imagine the audiovisual version in advance.

In the methodology of the audiovisual essay, creative power is “between” art and science, fine lines that intersect in the writing of this new way of communicating the findings of science among peers. We take the scientific poetics applied to the significant elements of the audiovisual, seeking to capture the essence of the existence of the facts of science; the foundation of the object in accordance with the theoretical view and the practical experience accepted by the academic community in the field of knowledge; the personal position of the researcher in the face of the facts in question, in the reflections on values in the proper way of the essay, from which the author’s view emerges.

The image can be taken among the circulating images or can be created from the empiricism and/or concepts of the research. Images embodied, by the *Della Volpian* idea, in a plurality of determined and distinct forms. It is the author who establishes the relationship between significant forms and meanings that operate both as means to situate the experience and as ends of a common and shared purpose in and by the academic community of which the researcher is a part of.

In the process of creating the essay, we took two filmic principles; “how to tell” and “how to show”. The first is part of the



organization and selection of the facts of science to be communicated to peers by the mode of the essay. The second deals with the imagination and creation of the image in communicating symbols. One can write an “original” script, that is, the researcher can write directly for the audiovisual production, or one can follow the line of the “adaptation”, or writing the script from an article or book chapter. In this case, the verbal text is the extra-film base incorporated into the assembly process.

The experience of audiovisual editing, script-realization-editing phases, involves the operation of creating and transforming the word and thought in the plasticity of images that give meaning to the scientific discourse, either in an original or in an adapted script. Knowledge is montage and image as communication in its relations of form and content. This is the principle of audiovisual writing from the verbal.

The audiovisual essay stresses and explores the relationship between tradition and innovation. It is a scripture that we seek to situate in the emergence of the contemporary context of innovations, specifically at the intersection between communication and science. They are interventions in the use of intermediaries between tradition and innovation: adaptations of several audiovisual genres and discursive structures into something “new”. The new and varied forms of audiovisual writing are in fact the product of this whole process; a constant process of creation through experimentation and mixing of genres and previously constituted formats. And, in turn, they are driven by a determination to establish new ways of communicating the facts of science with peers: new spaces of thought and new forms of dialogue.

The “technical manipulation” (expression related to the process of cinematographic or audiovisual writing) is a part of the writing method, it is a part of the nature of the technological basis of the audiovisual and of the relations of signifiers and meanings in the


construction of the narrative in a sequence of images. A narrative, in the case of the essay, that marks the creative force of being “between” art and science, marks, in unfolding, the authorship of the essay. The genre of the essay also opens the examination of authorship as a tax of the proposed target.

The process of adapting the verbal text to a filmic text is a traditional procedure of film production, which gains its own apprehension in the new writing of science communication:

We summarize and reiterate here our proposal for a “new” methodology applied to the adaptation of the verbal article in audiovisual essay: The verbal article as an extrafilmic element for analysis in the adaptation process, case by case, in what brings visual materialities, mental images, and essence of the scientific information that must be explored and preserved in the script; The understanding of the mixture of the descriptive mode with the poetic force of the audiovisual in the understanding of the author’s point of view, of his opinion endorsed by the scientific facts that he presents and discusses; The specific adaptation of the citations of authors/works that the author of the verbal article uses, mark of a scientific text of various fields of study. (Oliveira; Moreira, 2022, p. 447)

## TENSIONS AND PATHS OF THE CHANGING SCIENTIFIC CULTURE

In August 2006, Spanish sociologist Manuel Castells (2006) published in the newspaper *Le Monde Diplomatique*<sup>8</sup> a discussion that is current in the heated clashes in traditional media and social




networks, mainly provoked by groups opposed to science and democracy. These are communication movements on a global scale via the internet, which is, at least until now, incapable of any regulation. As a free and at the same time mined field, we are all subject to quality information such as true events, but also to manipulated, lying and created facts. In fact, the Russian philosopher Alexandre Koyré (2019) wrote in 1943: “never has there been so much lying as in our days. [...] Nor have there ever been such dishonest, systematic and constant lies”. What would Koyré say today about the avalanche of lies on social media?

In his publication, Castells (2006) called the intercommunication between individuals that was beginning to take shape in the 2000s as *Mass Self-Communication*. The digital universe has indeed become a conversation between individuals, where everyone and everything is discussed. These kinds of discussions were previously restricted to conversations between friends, family and co-workers. To support his thesis, Castells (2006) discusses the pillars present in the history of communication. First, he recognizes that social communication is a driving instrument of the “dominant powers”. On the other hand, he admits that if there is something guiding public thinking, it is because it is present in the media, or, today, mainly in social networks.

Communication, in its different modes, especially audiovisual communication, defines events in the daily life of social networks. However, what attributes meanings to informational phenomena in events, whether real, manipulated or invented, is the action of the subject on what is given as happened (Alsina, 1989). If formerly it was up to the journalist to turn a given fact into an event, today events multiply without having any reference to its validity. Moreover, as Alsina (1989) pointed out, success is the “paradigm” of an event. Hence, influencers are born. They survive on the success achieved with the audience, and this, in turn, leads to monetization paid by the companies that manage social networks.






Inserting the scientific audiovisual essay in this field is also a contemporary challenge of doing science. Vogt (2006, p. 24) calls the “deficit of information and scientific culture” the small presence of scientific events in an arena occupied by celebrities and all kinds of information. On the other hand, the model of scientific dissemination, supported for decades by science institutions and the media, calls, in view of the urgency of the contemporary, for more interactive forms of communication that are close to the population. The central issue of the insertion of science in the lives of the population is no longer a problem of dissemination. For Lévi-Leblond (2006, p. 33), the challenge lies in the “(re) insertion of science into culture, and this requires a deep change in the very way of doing science”.

Lévi-Leblond's (2006, p. 43) proposal is broader. It is the very *raison d'être* of science, that is, it is centered on the idea that society needs and must understand science more broadly, not only its results, but the understanding “of the very nature of scientific activity”. And it is precisely in this reflective point that our argument resides: the scientific audiovisual essay adjusts to different audiences. First, it is a communication to peers, in which the researcher presents the findings of his research and situates his opinion in the face of the facts of science in his respective field of knowledge, referencing the production of communicated knowledge. Second, it provides the population with both results and the methods adopted, in an audiovisual language very close to the population.

We understand that innovation and the expansion of scientific culture require the combination of traditional forms of scientific texts with innovative forms that enhance scientific culture itself. “Challenging hegemonic conceptions about legitimate modes of investigation, analysis and academic representation”, is how Professor Nico Carpentier (2023) pointed out, at the meetings of the Academic Multimodal Communication Task Force, created by IAMCR, that we should think about these alternatives of writing with the academic community and their reflections for society as a whole.



The scientific audiovisual essay is one of the modalities proposed by us in this context of innovation in scientific culture. It can reach audiences beyond peers due to the audiovisual language that dominates the context of the current mediatized society. That is, it has conditions of *communicability* inside and outside the scientific community.

Science and scientists must occupy the contemporary digital space with the production of referenced audiovisual material shared on any technological platform. Authorial scientific communication in audiovisual is one of the ways of confronting denialism and disinformation. It is also a commitment to the democratization of knowledge.

In the institutional field, confronting hegemonic conceptions is a clash of power. Scientific communications in audiovisual need to have the same score as traditional verbal texts, and research projects need to raise funds for the communication of their findings also in audiovisual form. The first prescription is to stimulate the researcher to communicate in the audiovisual format with his or her peers. The second prescription is the necessary condition of a writing that involves technological apparatus and specialized personnel, as it will also open job opportunities for young students and video professionals.

The scientific audiovisual essay is a self-sufficient scripture for the communication of any field of knowledge, from the human and social sciences to the hard sciences (Oliveira, 2021). In this process, thought materializes in the montage, in the images taken as symbols of an audiovisual communication of the facts of science. Multimodal knowledge production is referenced by peers and, and its unfolding strengthens democracy through communication and culture.

## REFERENCES

- ALSINA, Miguel Rodrigo. *La construcción de La noticias*. Barcelona: Paidós, 1989.
- BAKHTIN, Mikhail. *Verbal exthetic creation*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
- CALCATERRA, Rosa M. *Ideias concretas: percursos na filosofia de John Dewey*. São Paulo: Edições Loyola, 2015.
- CARPENTIER, Nico. *IAMCR Multimodal Academic Communication Task Force*. Trabalho apresentado no IAMCR Congress, Lyon, 11 jul. 2023.
- CASTELLS, Manuel. A era da intercomunicação. *Le Monde Diplomatique*, Brasil, 1 ago. 2006. Disponível em: <https://diplomatique.org.br/a-era-da-intercomunicacao/>. Acesso em: 30 nov. 2023.
- DASGUPTA, Partha. Trust as a Commodity. In: GAMBETTA, Diego (ed.). *Trust: Making and Breaking Cooperative Relations*. Oxford: University of Oxford Press, 2000. p. 49-72.
- DELLA VOLPE, Galvano. *Lo verosimil fílmico y otros ensayos*. Madrid: Editorial Ciencia Nueva, 1967.
- DIDI-HUBERMAN, Georges. *Imágenes pese a todo*. Barcelona: Paidós, 2004.
- FLECK, Ludwik. *Gênese e Desenvolvimento de um Fato Científico*. Belo Horizonte: Editora Fabrefactum, 2010
- GAMBETTA, Diego. Can We Trust Trust? In: GAMBETTA, Diego (ed.). *Trust: Making and Breaking Cooperative Relations*. Oxford: University of Oxford Press, 2000. p. 213-237. Disponível em: <http://www.sociology.ox.ac.uk/papers/gambetta213-237.pdf>. Acesso em: 30 nov. 2023.
- GEERTZ, Clifford. *A Interpretação das Culturas*. Rio de Janeiro: Editora Guanabara, 1989
- GERALDI, João Wanderley. Leitura: uma oferta de contrapalavras. *Educar em Revista*, Curitiba, v. 20, p. 77-85, 2002. Disponível em: <http://calvados.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/educar/article/viewFile/2099/175>. Acesso em: 30 nov. 2023.
- GIDDENS, Antony. *Modernidade e Identidade*. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.
- GRANT, Catherine. The audiovisual essay as performative research. *NECSUS — European Journal of Media Studies*, v. 5, n. 2, p. 255-265, 2016.

HELLER, Agnes. O Cotidiano e a História. 6 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

JIMENEZ, Marc. *A querela da arte contemporânea*. Lisbon: Orfeu Negro, 2021.

KOYRÉ, Alexandre. Reflexões sobre a mentira. Tradução de Marta Rios Nunes da Costa. *Eleuthería, Revista do curso de Filosofia da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul*, Campo Grande, v. 4, n. 6, p.150-176, 2019.

LÉVY-LEBLOND, Jean-Marc. Cultura científica: impossível e necessária. In: VOGT, Carlos. *Cultura Científica: Desafios*. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2006. p. 28-43.

LUHMANN, Niklas. Familiarity, Confidence, Trust: Problems and Alternatives. In: GAMBETTA, Diego (ed.). *Trust: Making and Breaking Cooperative Relations*. Oxford: University of Oxford, 2000. p. 94-107. Disponível em:

<http://www.sociology.ox.ac.uk/papers/luhmann94-107.pdf>. Acesso em: 30 nov. 2023.

OLIVEIRA Pedro Pinto de; MOREIRA, Benedito Dielcio Moreira. Nuevas formas de comunicar la ciencia: la experiencia del ensayo audiovisual científico. *Tecmerin – Revista de Ensayos audiovisuales*, Madrid, n. 2, 2019. Disponível em: <https://tecmerin.uc3m.es/project/nuevas-formas-de-comunicar-la-ciencia-la-experiencia-del-ensayo-audiovisual-cientifico/>. Acesso em: 30 nov. 2023.

OLIVEIRA, Pedro Pinto de. La autosuficiencia de la escritura audiovisual científica. *Revista de La Asociación Española de Investigación de la Comunicación (RAEIC)*, v. 8, n. 15, p. 53-69, 2021.

OLIVEIRA, Pedro Pinto de, MOREIRA, Benedito Dielcio. A emergência do “novo”: metodologia para a adaptação do artigo científico em versão audiovisual. In: BARRANQUERO, Alejandro; RODRÍGUEZ GÓMEZ, Eduardo Francisco (coord.). *De lo viejo a lo nuevo: teorías, métodos e instituciones de la investigación en comunicación*. 1 ed. Madrid: Editorial Dykinson, 2022. p. 435-448.

SCHUTZ, Alfred. *El problema de la realidad social*. Buenos Aires: Amorrortu Editores, 1998

SCHUTZ, Alfred; LUCKMANN, Thomaz. *Las Estructuras del mundo de la vida*. Buenos Aires: Amorrortu, 1977.

VOGT, Carlos. Introdução. Ciência, comunicação e cultura científica. In: VOGT, Carlos. *Cultura Científica: Desafios*. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2006. p. 18-27.

WULF, Christoph. O ouvido. *Ghrebh Magazine*, São Paulo, n. 9, mar. 2007. Disponível em: [https://www.cisc.org.br/portal/jdownloads/Ghrebh/Ghrebh-%209/07\\_wulf.pdf](https://www.cisc.org.br/portal/jdownloads/Ghrebh/Ghrebh-%209/07_wulf.pdf). Acesso em: 30 nov. 2023.





# 3

*João Massarolo  
Dario Mesquita*

## **FLUXOS SOB DEMANDA NAS PLATAFORMAS TELEVISIVAS:**


**O CASO GLOBOPLAY**

## INTRODUÇÃO

Nos primórdios da televisão, a transmissão do sinal se restringia aos grandes centros urbanos e as interações entre os telespectadores eram feitas no ambiente familiar — ou na conversa junto ao bebedouro com colegas de trabalho (Johnson, 2005). A visualização era restrita aos espaços fechados como a sala de estar e a experiência de “estar juntos” tinha uma série de significados históricos, políticos e sociais. Com a evolução da tecnologia televisiva, a produção dos programas se tornou mais ágil e dinâmica, possibilitando o desenvolvimento de narrativas envolventes e a consolidação de uma grade de programação — sustentada pela gratuidade dos programas. Esse modelo de negócio da televisão comercial, vinculado à publicidade, determinou as ações de planejamento estratégico da indústria televisiva nos seus mais de 50 anos de existência.

Atualmente, as plataformas<sup>9</sup> de VOD se tornaram um ponto de referência das novas formas de distribuição do audiovisual e de autoprogramação<sup>10</sup> do conteúdo, alterando o modo como as empresas midiáticas operam seus negócios e os consumidores processam

- 9 No artigo *Consumo transmídias de conteúdos televisivos: explorações em torno de uma agenda de investigação*, a pesquisadora Yvana C. Fechine (2016, p. 2), define plataforma como “a articulação de uma mídia com uma determinada tecnologia. Nesta perspectiva, é possível identificarmos distintas plataformas de distribuição de conteúdos em um mesmo meio, como ocorre, por exemplo, na tevê e na internet”. Na definição de Christy Dena (2009, p. 56), plataformas são um conjunto de serviços, “especificamente a comunicação que ocorre através de múltiplos meios de distribuição, canais de mídia ou meios de transmissão”. Em entrevista para a jornalista Lucia Moses (2014, s/p.), o executivo Sanches, define plataforma como um aparato técnico conectado ao ambiente da cultura participativa: “plataforma é um conjunto de ferramentas que garante a consistência do trabalho criativo envolvido no dia a dia dos nossos editores e a forma como nossos leitores experimentam o conteúdo”.
- 10 Conforme dicionário *ITV on-line* (2023) sobre terminologias aplicadas à televisão digital interativa, a autoprogramação capacita os telespectadores a determinar a programação de TV que eles assistem, bem como, onde e quando o assistem. (Assim, eles criam seu próprio horário de exibição). A autoprogramação é o oposto da TV baseada em compromisso. Isso inclui o vídeo sob demanda, o horário de verão e a TV móvel.



a informação. Há, com isso, a emergência da *cultura sob demanda*, na qual o público molda a sua própria programação, independente da grade, e acessa conteúdos por diferentes telas (Tryon, 2014). No Brasil, em função dos arranjos produtivos no campo do audiovisual, a TV aberta vem perdendo audiência a cada ano, segundo pesquisas do Kantar Ibope (2023), mas apesar disso ela ainda é relevante nacionalmente, liderando o consumo de conteúdo por aparelhos televisivos; em 2022, segundo pesquisa do Kantar Ibope (2023) sobre o consumo domiciliar de conteúdo audiovisual, 32,7% dos brasileiros consumiram programas exclusivamente pela TV linear, 12,9% apenas pelo VOD, e 19,6% por ambas as janelas. Na dimensão econômica, uma pesquisa da Ancine (2022), a Agência Nacional do Cinema, divulgada em 2022<sup>11</sup>, abrangendo os anos entre 2007 e 2019, mostra queda na participação das atividades econômicas da TV aberta no setor audiovisual brasileiro de 63,7% para 30,42%.

Em relação à TV Paga, no Brasil houve um leve crescimento de sua participação econômica no setor do audiovisual entre os anos de 2007 e 2018, passando de 24,3% para 32,5% (Ancine, 2020). Por outro lado, provedores de conteúdo audiovisual pela internet, a exemplo de plataformas de VOD, cresceram economicamente de 0% para 20,9% no mesmo período. Em 2020, segundo o Kantar Ibope (2023), em relação a audiência por aparelho de televisão o streaming deteve 14,6% contra 14,1% da TV paga. É válido destacar também que no último ano a *Netflix* alcançou a marca de 15 milhões de assinantes no Brasil, enquanto o *Globoplay* obteve 20 milhões, estabelecendo-se como a principal plataforma de VOD nacionalmente (Souza, 2020).

Geralmente, essas pesquisas são usadas para indicar que a televisão tradicional vem perdendo público para outros serviços de entrega audiovisual pela internet, como o VOD. Entretanto, a TV aberta ainda é a principal mídia em captação de investimentos em

11

Disponível em: [https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/publicacoes/arquivos/pdf/valor\\_adicionado\\_2019\\_25-01-2022.pdf](https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/publicacoes/arquivos/pdf/valor_adicionado_2019_25-01-2022.pdf). Acesso em: 22 mai. 2023.



publicidade no Brasil. Segundo dados do CENP-Meios (Conselho Executivo das Normas-Padrões), a TV aberta deteve 52,8% das verbas publicitárias em 2019, seguido pela internet com 21,2%<sup>12</sup>. Isso demonstra que a TV aberta por radiodifusão ainda é capaz de agregar valor como espaço de divulgação comercial e de extenso alcance territorial.

Para Brennan (2016), os serviços de vídeo sob demanda não criam movimentos de migração do público televisivo, mas promovem a convergência de audiências para a grade de programação. Para o autor, a internet transformou a televisão em uma mídia conectada, capaz de adaptar-se às mudanças no ecossistema midiático e de ocupar um espaço social privilegiado, que se expande para além do ambiente doméstico e ganha mobilidade, alcançando audiências remotas e pontuais, com maior conectividade social. Para Brennan (2016, p. 68), a experiência da televisão conectada demonstra que “há uma percepção crescente de que, para boa parte dos telespectadores e na maioria das vezes, as grades de programação não são uma prisão, mas proporcionam uma experiência de curadoria”.

Nesse sentido, uma estratégia multiplataforma adotada pelas emissoras televisivas consiste em projetar a sua grade de programação por meio dos serviços de vídeo sob demanda em diferentes telas (Smart TVs, computadores e dispositivos móveis, entre outros), buscando atingir e fidelizar públicos segmentados. Holt e Sanson (2014, p. 1) denominam essa estratégia como visualização conectada, uma “tendência maior nas indústrias de mídia para integrar tecnologia digital e comunicação social em rede com práticas de mídia de tela tradicionais”.

As ações combinadas permitem uma maior abrangência dos produtos ofertados na plataforma e, em contrapartida, uma maior quantidade dos conteúdos da grade de programação se transforma

12

Os dados de janeiro a dezembro de 2020 não foram consolidados até o fechamento deste artigo. Para mais informações sobre a pesquisa de 2019, conferir: <https://cenp.com.br/cenp-meios?id=14>. Acesso em: 18 jan. 2021.



num fluxo sob demanda, a partir de uma ampla disponibilidade associada a recursos computacionais de curadoria. Desse modo, a televisão se beneficia da internet não só pelas novas formas de distribuição, mas também pelo modo como as emissoras, os anunciantes e os próprios telespectadores visualizam os conteúdos nas redes em diferentes níveis (narrativos, econômicos, participativos).

Neste trabalho, busca-se discutir um modelo em formação de plataforma televisiva que denominamos como “fluxo sob demanda”, a partir de um estudo do *Globoplay*, com base nos caminhos metodológicos apresentados em *Televisão: tecnologia e forma cultural*, de Raymond Williams (2016), no qual o autor analisa o fluxo da grade de programação da televisão convencional. Observa-se que, nesse modelo em formação, as audiências, assim como agrupamentos sociais, são marcadas pela mobilidade e pelo fluxo de informações e não podem ser vistas como entidades fixas, mas sim como redes, com seus fluxos, circulações, alianças e movimentos (Latour, 2012).

Para a fundamentação do estudo, usa-se também o aporte teórico-metodológico da convergência midiática (Holt; Sanson, 2014; Jenner, 2015; Moses, 2014), referências para o entendimento da noção de *binge-watching*<sup>13</sup> no contexto do consumo de vídeo sob demanda (Matrix, 2014; Van Ede, 2015), além de pesquisadores das plataformas transmídia (Jenkins, 2009; Dena, 2009), um campo de estudos incipiente no país. Ao final, é feita uma análise da série *Supermax* (Globo, 2016) e as estratégias de seu lançamento na grande televisiva e no *Globoplay*. A série foi selecionada por ser uma obra pioneira em disponibilizar os primeiros episódios de forma exclusiva na plataforma VOD.

13


Prática de assistir por horas seguidas conteúdos audiovisuais, especialmente um mesmo programa televisivo, como séries (Matrix, 2014). No país, tornou-se comum se referir a essa prática como “maratonar”.

## DO FLUXO TELEVISIVO PARA A GRADE DE PROGRAMAÇÃO

Desde seu estabelecimento como mídia, a televisão é fortemente caracterizada pelo seu fluxo contínuo de conteúdos organizados dentro de uma grade de programação, formatada em unidades de tempo que determinam a duração de programas e intervalos comerciais. Segundo Williams (2016), esse fluxo é a experiência ininterrupta do telespectador que assiste à programação televisiva — planejada para reter a sua atenção especialmente nos momentos iniciais de um programa, com a promessa reiterada “que coisas excitantes estão por vir, se permanecermos assistindo” (Williams, 2016, p. 104).

Para tanto, é requerido que a grade tenha alguma coesão nos seus conteúdos e dê ritmo à experiência televisiva, com a combinação entre elementos de obras ficcionais, vinhetas, comerciais, chamadas para os programas, dentre outros. Williams (2016, p. 100) observa que a programação exibida na televisão não é composta simplesmente por unidades separadas, postas em sequência e intercaladas com inserções comerciais, mas um “fluxo planejado, em que a verdadeira série não é a sequência publicada de programas, mas essa sequência transformada pela inclusão de outro tipo de sequência, de modo que essas sequências compõem o fluxo real, a real “radiodifusão”. Acrescenta-se que tal fluxo não se restringe apenas a grade de uma emissora, mas é construído na experiência de visualizar vários canais de televisão.


Mesmo no ato de *zapping* entre emissoras, o público segue um fluxo contínuo de conteúdos. Apesar de interferir na sua experiência televisiva pela troca de canais, o telespectador é incapaz de influenciar o fluxo, atendo-se a compreender as mensagens dispersas por programações distintas (Gambaro; Becker, 2016). A sua atenção não é focada numa unidade específica da grade, mas na



própria experiência de seguir os fluxos da televisão. Como o próprio Williams (2016) comenta, alguns telespectadores podem declarar que não ligam a televisão para assistir um determinado programa, mas para acompanhar a sequência de programas exibidos na grade que lhes detém a atenção.

Nesse sentido, é por meio de uma ação deliberada de configuração da sua grade que uma emissora define sua identidade, seja pela diversidade temática como na programação da TV aberta, ou pela segmentação como nos multicanais da TV paga. Gambaro e Becker (2016) comentam que, no caso da televisão aberta, os noticiários são estrategicamente colocados lado a lado com filmes ou ficções seriadas a fim de amenizar ou enfatizar determinados efeitos no público. O conteúdo jornalístico e de entretenimento conjugam-se em uma relação de troca, na qual os assuntos podem ser encadeados por matérias jornalísticas sobre determinado fato e, no programa seguinte, o mesmo pode ser tratado ficcionalmente em séries ou telenovelas. Para os autores, essa dinâmica cria um “ritmo fluido do conteúdo da televisão, semelhante ao pensamento humano, e o telespectador se concentra nas múltiplas mensagens da programação” (Gambaro; Becker, 2016, p. 350). Por outro lado, na TV paga, o encadeamento de conteúdos é marcado pela sua consistência temática em relação aos nichos do mercado de cada canal disponível (esportes, séries e filmes, noticiários, entre outros).

Na organização dos programas, o planejamento da grade é realizado seguindo a lógica de horizontalidade e verticalidade dos conteúdos televisivos (Borelli; Priolli, 2000). A horizontalidade implica na disponibilização de uma atração em sequência, durante vários dias, no mesmo horário. A verticalidade diz respeito à sequência de programas ao longo do dia, que são repetidos periodicamente a cada semana ou mês. A partir dessa lógica se tornou possível investigar o hábito diário de consumo televisivo e, desse modo, estabelecer uma relação de afetividade entre o telespectador e os seus programas favoritos.



A constituição da grade de programação ajuda, assim, a pontuar a rotina dos telespectadores, especialmente nos seus primórdios, em que a sala da TV se estabelecia como um dispositivo de comunhão familiar em determinados horários, e capaz de pautar os principais assuntos na sociedade. Para Campanella (2014, p. 9), que retoma as reflexões de Michael Couldry sobre a midiaticização da sociedade e seus rituais, a televisão é o “conector basilar do mundo individual do sujeito com o social que o cerca”. O *ritual midiático* criado em torno da televisão fornece às emissoras, em especial da TV aberta, o *status* de representantes sociais, pois elas “contribuem para a própria construção da sociedade”, por abrangerem diferentes públicos e regiões geográficas distintas. Para que esse vínculo se efetive, são levados em consideração critérios demográficos e socioculturais para a segmentação do público na organização da programação.

A *Globo*, por exemplo, para manter o padrão de qualidade de sua grade, em compasso com a diversidade de conteúdos oferecidos e públicos distintos, desenvolve estratégias de monitoramento e análise dos índices de audiência desde a criação do *Departamento de Análise de Pesquisa*, em 1972. Nesse mesmo ano foi desenvolvido um método de acompanhamento do desempenho da programação, o *sistema de trilhos*, idealizado por Homero Sanchez para reforçar as estratégias de manutenção do interesse do público pelas telenovelas. O sistema consistia em fazer o acompanhamento dos índices de audiência, normalmente até o capítulo 30, que servia como ponto de referência para traçar o trilho de desenvolvimento dos índices de audiência desejados e prever e avaliar o desempenho da obra.

Segundo Ortiz e Ramos (1991, p. 127), “se a novela saísse do trilho três vezes numa semana, alguma coisa estava errada, e era convocada uma reunião com o autor”. Ou seja, o trilho pode ser entendido como uma visualização do índice esperado de engajamento do público, que antigamente se interpretava pelo Ibope, e atualmente pela participação em rede sociais e pelo acesso às multiplataformas vinculadas a uma emissora televisiva (websites, aplicativos,



VOD, dentro outros). A partir da década de 1970 também foram criados pela emissora os primeiros grupos de discussão de telenovelas composto por telespectadoras, além de entrevistas por telefone para consultar opiniões sobre programas em exibição.

Para Brennan (2016, p. 69), essas experiências comprovam que os programadores da TV aberta ou por assinatura “conhecem seus espectadores e sabem quais programas funcionam melhor em diferentes partes do dia e até em que dias da semana”. Assim, estabelecem formas de sincronizar as demandas de entretenimento e informativos de acordo com as rotinas cotidianas do público. Além da vocação de curadoria, que por vezes conduz a interpretações da grade como uma ferramenta técnica, há outros atributos como a capacidade da televisão de criar contextos por meio de programas para o engajamento compartilhado dos telespectadores.

O engajamento representa a capacidade de a televisão envolver o público de forma afetiva e emocionalmente, o que é dificilmente quantificável (Brennan, 2016). A telenovela é um exemplo marcante de produto televisivo com forte engajamento, pois, como Lopes (2014, p. 8) comenta, ela é capaz de transportar o público para um universo ficcional espelhado na realidade do seu cotidiano: “muito além de apenas entreter, elas trabalham tanto no imaginário coletivo quanto nas memórias históricas e afetivas”. Assim, um produto de entretenimento é capaz de tratar a realidade social brasileira e suas manifestações culturais populares e apresentar traços próprios, na sua dimensão narrativa, de produção e de circulação na sociedade, apesar das influências de diversas matrizes culturais (europeias, norte-americanas e latino-americanas).


O horário nobre, no modelo tradicional da grade televisiva aberta, é um espaço definidor do engajamento e da experiência compartilhada, tendo em vista que é no período noturno que o público se encontra mais relaxado e propício a se envolver em atividades de entretenimento, o que transforma esse horário no período com as

maiores cotas publicitárias. Essa faixa horária é ocupada especialmente pelas produções ficcionais seriadas, pois elas associam bom retorno financeiro a longo prazo e fidelização de público. Apesar do alto investimento inicial, os custos de produção da obra são diluídos no período de exibição com a venda de espaço publicitário e inserção de *merchandising*.

Paralelamente ao modelo de negócio estabelecido pela grade televisiva, o advento da tecnologia digital instaurou novas discussões sobre o futuro da televisão com a popularização da internet e suas redes de conteúdos. Nesse processo, o acesso de conteúdos por fluxo contínuo da TV analógica cede espaço para a noção de arquivo na TV digital. Para Cannito (2009), no modelo analógico a televisão é reconhecida como o reino do “eterno ao vivo”, com programas que demarcam um aqui e agora comum aos telespectadores que vivenciam o fluxo.

Por outro lado, a lógica de arquivo da TV digital instaura uma visão da televisão em que “tal como uma imensa livraria e locadora, o usuário escolhe o que quer acessar e chega facilmente a esse conteúdo apenas clicando nele” (Cannito, 2009, p. 25). De acordo com a noção de TV digital, o sentido de fluxo é associado a um único arquivo, selecionado pelo usuário, que tem sua experiência interrompida ao final da exibição do vídeo. Com a consolidação da internet de banca larga nos últimos anos, as antigas interfaces da noção de TV digital não desapareceram, mas são redesenhadas para atender as demandas do fluxo sob demanda, entendido como uma prática de consumo audiovisual que engloba e transcende a noção de arquivo unitário e independente, projetado nos primórdios da TV digital.

No trabalho *Television's Next Generation: Technology/Interface Culture/Flow*, o pesquisador Uricchio (2005) propõe um reposicionamento da noção de arquivo nas plataformas VOD ao analisar as relações entre tecnologias e interfaces que faziam uso do



tratamento de algoritmos<sup>14</sup> da *Amazon.com* (como o *TiVO* e o console *Playstation*, entre outras). Segundo o autor, com o advento de uma nova noção de fluxo, vinculada às interfaces digitais e subordinada às possibilidades e limitações tecnológicas de cada plataforma, “nem o espectador nem o programador de televisão dominam a noção de fluxo. Em vez disso, um novo fator entra na equação: a combinação de protocolos de metadados aplicados” (Uricchio, 2005, p. 251).


Ao conceber o fluxo como um processo de fruição contínua e personalizada (ou seja, como um fluxo sob demanda) através de recursos computacionais, Uricchio (2005) antecipou há mais de uma década uma das principais mudanças na experiência que seria oferecida aos usuários atuais de plataformas VOD. Para McCormick (2016) no artigo *Forward is the Battle Cry: Binge-Viewing Netflix’s House of Cards*, Uricchio percebeu o poder das tecnologias do audiovisual de “escanear enormes quantidades de programação, no processo, empacotando programas relevantes para um fluxo interminável de prazer customizado” (McCormick, 2016, p. 253).

As plataformas de VOD disponibilizam catálogos com uma extensa gama de conteúdos, mas diante disso as empresas buscam organizá-los num modelo de autoprogramação para os usuários. Na *Netflix* ou no *YouTube*, vídeos remetem a outros vídeos e os conteúdos acessados alimentam bancos de dados que, interpretados por programas de computador e controlados por humanos, criam uma curadoria inteligente (*smart curation*). Essa modalidade de curadoria é “uma forma de editorialização inteligente, que permite fazer uma triagem, escolher e depois recomendar conteúdos aos leitores” (Martel, 2015, p. 311).

Porém, em uma camada mais aparente, as interfaces das plataformas estabelecem a comunicação entre o conteúdo e o usuário,

14

Segundo Danaher (2019, p. 5), algoritmo é uma sequência de “de regras que transforma um conjunto definido de entradas em um conjunto de saídas”, utilizando computadores como ferramenta para ajudar na tomada de decisões e na conquista de objetivos de um sistema computacional.



procurando recriar no ambiente *on-line* o fluxo televisivo. A organização de arquivos e dados é planejada por designers gráficos e de interação para proporcionar uma experiência agradável e contínua. Para Levy (2006, p. 102), “a noção de interface pode ser estendida ao domínio da comunicação como um todo e deve ser pensada hoje em toda sua generalidade”, no sentido de comungar sob seu espaço significados e potencialidades de ações, que organizam e transformam dados primários em informação, e que por seguinte geram conhecimento pela agência<sup>15</sup> do usuário (Bonsiepe, 2013).

A interface estabelece a comunicação e as condições objetivas para que diferentes plataformas de vídeo sob demanda viabilizem a autoprogramação de seus conteúdos, dando ao usuário o controle sobre o próprio comportamento de visualização. Isso, segundo Jenner (2015), ajuda a incentivar a prática do *binge-watching*, popularmente referida no Brasil como “maratonar”: o ato de assistir um programa de forma intensificada por horas seguidas, com preferência por séries (Matrix, 2014). O *binge-watching* é distinto da forma tradicional de maratona séries por *home-video* ou canais televisivos, especialmente por ser caracterizado pelas múltiplas telas e a autoprogramação, qualidades proporcionadas por plataformas como a *Netflix* e a *Globoplay* — configurando a forma de consumo audiovisual contemporâneo.

Entre a proliferação de telas, interfaces e tecnologias de vídeo, a grade televisiva busca se adequar à realidade das plataformas VOD e do consumo pela visualização conectada entre múltiplas telas. Nesse processo, grande parte da programação televisiva se integra à lógica das plataformas de vídeo sob demanda e a prática de *binge-watching* passa a seguir a lógica de autoprogramação dos fluxos sob demanda.

15

O conceito de agência neste artigo é visto pela perspectiva de Murray (2003, p. 127), como “a capacidade gratificante de realizar ações significativas e ver os resultados de nossas decisões e escolhas”.




## DA GRADE DE PROGRAMAÇÃO TELEVISIVA PARA O FLUXO SOB DEMANDA

Nos últimos anos, houve um crescimento no Brasil das plataformas VOD, sejam elas administradas por empresas de *streaming* transnacionais, como a *Netflix* (2011), a *Amazon Prime Video* (2016) e a *Disney+* (2020), ou por empresas nacionais como a *Looke* (2015). Segundo último levantamento da Ancine (2022), em 2022 havia mais de 59 plataformas VOD no Brasil. Essas plataformas configuram-se como um novo modo de consumo audiovisual, em que o usuário exerce controle sobre o fluxo do conteúdo midiático, fazendo com que a televisão (ou seu modelo de entrega por radiodifusão) perca a sua centralidade. Plataformas, como a *Netflix*, são configuradas para a prática de maratonas intensificadas, por meio do consumo multipisódico e a imersão do telespectador no mundo de histórias.

As plataformas transportam o conteúdo da grade para um catálogo, acessível mediante determinados aparatos técnicos (TV conectada, *smartphone*, *tablets*, computadores). Desse modo, serviços de VOD se notabilizaram pela capacidade de promover a imersão dos usuários no fluxo de vídeos sob demanda, de modo fragmentado entre diferentes telas conectadas sob uma interface integrada. Para Brennan (2016, p. 88), "os espectadores parecem estar usando essas novas oportunidades para manter o poder da programação, aumentando sua fidelidade aos programas e séries que voltarão a ver nos horários programados da próxima vez".


Nessa perspectiva, o engajamento do usuário pode se dar pela grade tradicional, pelo *binge-watching*, ou pela autoprogramação e reassistida de conteúdos televisivos, que incentivam o hábito de *time-shifting* — gravar e assistir a um programa fora do seu horário de exibição, permitindo assistir seus programas preferidos fora do fluxo linear da televisão (Mittel, 2011). No entanto, o que se entende



pelo ato de maratona depende da tecnologia de cada plataforma e do engajamento das audiências. Na televisão, esse ato é visto como uma experiência condicionada pela imersão no fluxo televisivo. Um elemento diferencial das maratonas é a produção de conteúdos relacionados a um programa (textos, vídeos, áudios e imagens). Ao utilizar as redes sociais, o usuário produz e compartilha suas opiniões sobre um determinado programa, personalizando desse modo, o conteúdo veiculado pelo canal televisivo.

No ambiente das plataformas, os rastros deixados pelos usuários são monitorados de forma diferente do tradicional *sistema de trilho* citado anteriormente, que requeria medições do Ibope constantemente. Atualmente, esse monitoramento se efetiva por meio da coleta de dados de visualizações e comentários nas plataformas. Busca-se, assim, a complementariedade entre a grade e os recursos possibilitados em plataformas. Para isso, modelos de análise para a construção de trilhos não devem manter a audiência vinculada a um programa ou uma mídia em específico, mas alcançá-la em diferentes momentos, ou mesmo ajudar a conduzi-la por multiplataformas, reiterando a disponibilidade do conteúdo da grade no fluxo sob demanda.

O *Globoplay*, lançado em 2015 com o objetivo de disponibilizar os programas na íntegra para computadores, *tablets*, *smartphones* e *Smart TV*, se insere no cenário midiático atual que “envolve uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação” (Jenkins, 2009, p. 44). O serviço é uma plataforma OTT (*over-the-top*), ou seja, que se utiliza da infraestrutura da internet para funcionar em diferentes dispositivos. Ele traz o conteúdo da televisão aberta e fechada (pelo *Canais*), disponibilizado em canais ao vivo para assinantes ou por um catálogo de séries, filmes, documentários e telenovelas nacionais e estrangeiras, programas de variedade e *reality shows*, além de programas jornalísticos.




No *Globoplay* existem recursos de autoprogramação, como a criação de uma lista de reprodução de programas, funcionalidade que é comumente encontrada em outras plataformas, como o *YouTube* e a *Netflix*. Há também um sistema de recomendação no qual cada página principal de um filme, série ou telenovela apresenta uma aba que mostra outras obras similares. A plataforma possui um modelo de negócio flexibilizado para o acesso gratuito ou pago de conteúdos, com pacotes que englobam programas da TV paga ou acesso conjugado com outras plataformas VOD como o *Telecine* — ou seja, também se caracteriza como um serviço por SVOD (*subscription vod*).

O usuário pode escolher pagar uma taxa mensal para ter acesso ilimitado ao conteúdo integral de programas exclusivos para assinantes, como ficções seriadas. Além desse pacote padrão, o usuário pode assinar um pacote adicional do *Canais*, que abrange o acesso por *streaming* aos conteúdos dos canais do *Grupo Globo* para serviços de TV paga (como *Multishow*, *GloboNews*, *SportTV*, *Viva*, *Gloob*, *Megapix*, *Canal Brasil*, dentre outros). O não-assinante pode ter acesso a fragmentos de curta duração de telenovelas apenas, além de programas jornalísticos integrais. Os vídeos de curta duração são desmembrados do episódio central, categorizados como os “melhores momentos”, e etiquetados individualmente de acordo com os eventos narrados da cena.

Assim, a plataforma é qualificada como um modelo de negócio *freemium*, com a combinação de serviços gratuitos (*free*) e pagos (*premium*). De maneira geral, o *Globoplay* atualiza os serviços pagos oferecidos pelo portal *Globo.com*, entre eles, a *Globo.tv+*, antiga plataforma de vídeo sob demanda da emissora criada em 2012<sup>16</sup>, que exibia a programação televisiva e alguns programas locais, como o telejornal de São Paulo *SPTV* e o *Globo Esporte*.

16

Disponível em: <http://globotv.globo.com/globocom/assine-ja/v/conheca-o-globotv/2140201/>. Acesso em: 10 fev. 2017.



Entre outras ações da *Globo*, o site *GShow*<sup>17</sup>, criado em 2014<sup>18</sup>, funciona como uma central de entretenimento da emissora. Ele exibe em seu catálogo uma coleção de webséries originais, *podcasts* e conteúdos derivados (*teasers* e entrevistas de bastidores) de programas exibidos na televisão, principalmente de telenovelas. O *Gshow* foi desenvolvido como um produto híbrido TV/Redes Sociais, e essa dispersão da televisão trouxe consigo novos desafios, como por exemplo, gerenciar duas frentes de *streaming* de vídeo. O *GShow* funciona, assim, como um complemento de variedades para a grade televisiva — com algumas webséries exclusivas derivadas de programas da emissora, como a série *Os Desatinados* (2015), *spinoff* de *Malhação* (1995–presente), e obras originais, como a série de animação *A Última Loja de Discos* (2014), do cartunista Allan Sieber — que não são destaque no *site*, porém, estão *on-line*<sup>19</sup>.

Em tempos de concorrência entre empresas de tecnologia e de mídia, o *Globoplay* exibe um catálogo de obras exclusivas, que recebem o selo *Original Globoplay*<sup>20</sup>, bem como programas jornalísticos nacionais e de emissoras afiliadas nos estados, produções de diferentes épocas da própria da emissora (telenovelas, telefilmes, programas de humor, minisséries e séries), além de filmes e séries nacionais e internacionais. Essa estratégia vai de encontro aos interesses dos serviços VOD, visível na forma de organização e exposição dos conteúdos nas interfaces das plataformas televisivas — a principal porta de entrada.

Nesse sentido, a organização da interface do *Globoplay* muda a cada ano desde seu lançamento, o que demonstra sua busca em inovar na forma de entrega de conteúdos. No início de 2024,


17 Disponível em: <http://gshow.globo.com/>. Acesso em: 10 fev. 2017.

18 Disponível em: <http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2014/01/globo-lanca-novo-portal-de-entretenimento-o-gshow.html>. Acesso em: 10 fev. 2017.

19 Disponível em: <http://gshow.globo.com/webseries/>. Acesso em: 20 nov. 2019.

20 A Estreia do selo ocorreu em 2018 com as séries *Além da Ilha* (2018) e *Assédio* (2018).






os conteúdos do *Globoplay* são visualizados nas seções “Agora na TV”, “Novidades” e “Catálogo”. Na seção “Agora na TV” o assinante tem a possibilidade de assistir “ao vivo” a programação da TV aberta e de canais do pacote *Canais*, com conteúdo da TV paga. A seção “Catálogo” organiza os conteúdos por categorias como Novelas, Séries, BBB, Documentários, Filmes, Originais, Novidades, Esportes, Jornalismo, Infantil, Variedades, Realities, Música, Programas Locais e Educação. Há também a categorização por gêneros (ex.: drama, comédia, ação, etc.), bem como o acesso direto à *podcasts* e aos 19 canais que compõem o pacote *Canais*.

Em relação aos conteúdos da grade televisiva transpostos para o *Globoplay*, uma das estratégias iniciadas em 2020 consiste em disponibilizar 50 telenovelas antigas<sup>21</sup>, restaurando-as para qualidade de imagem HD. A primeira telenovela restaurada e transposta foi *A Favorita* (1998) e, desde então, são lançadas mensalmente telenovelas clássicas, que até então somava 91 obras do gênero no catálogo da plataforma (Lopes, 2020). Para Brennan (2016, p. 68), a presença de programas regulares e antigos da grade da TV aberta nas plataformas VOD<sup>22</sup> deve-se ao fato de que “talvez, como a exibição no cinema garante que um filme seja melhor do que um lançado em DVD, as grades de programação dos canais forneçam as mesmas garantias aos telespectadores”. Ao dar proeminência a programas que possuem laços afetivos e emocionais com a audiência, a plataforma amplia o seu catálogo com programas exclusivos e outros programas de sucesso exibidos na TV aberta ao longo de mais de 50 anos de existência da *Globo*.

21 Entre as telenovelas planejadas para lançamento no *Globoplay*, podemos citar *Tieta* (1989), *Explode Coração* (1995), *Vale Tudo* (1988) e *Dancin' Days* (1978), entre outras.

22 Uma exceção à regra na *Globoplay* é o *remake* da minissérie norte-americana *Raízes* (*History Channel*, 2016), produzida por *Laurence Fishburne* e *Forest Whitaker*, que estreou no Brasil no canal *Discovery* e depois na *Rede Globo*, encontrando-se disponível na *Globoplay*.



Aos poucos, o *Globoplay* expandiu o conceito de distribuição exclusiva e passou a conceber projetos originais, liberando trechos de programas gratuitos para os não-assinantes como forma de expansão de público e os produtos precificados para assinantes, para fins de receita. Para Becker, Gambaro e Souza Filho (2015, p. 363), essa estratégia “limita o engajamento do público como um todo”, pois os conteúdos são exibidos gratuitamente na programação da televisão. Uma ação estratégica da emissora foi a adoção de conteúdo *digital first* — como o lançamento em primeira mão de quatro episódios da série *Justiça*<sup>23</sup> (Globo, 2016).

A experiência se repetiu com a série *Ligações Perigosas* (Globo, 2016), escrita por Manuela Dias. O primeiro episódio foi entregue em 4K antes de sua estreia na grade televisiva<sup>24</sup>, e os demais após a exibição na TV. O mesmo procedimento foi adotado na série *Dois Irmãos* (Globo, 2016)<sup>25</sup>, de Luiz F. Carvalho, baseada no livro de Milton Hatoum, e com a série *Nada Será Como Antes* (Globo, 2016)<sup>26</sup>.

Outra ação implementada consiste na adoção do *digital only* (exclusivo pela internet), através de suas produções do selo *Original Globoplay*. Isso permitiu que o serviço adotasse o lançamento de temporadas integrais de séries exclusivas, como em *Aruanas* (*Globoplay*, 2019-presente), com primeira temporada exibida em 2020 na televisão aberta — invertendo a lógica da plataforma como uma ferramenta de reassistida de conteúdos televisivos. Em 2022, o *Globoplay* lançou sua primeira novela original, *Todas as Flores* (2022-2023), de João Emanuel Carneiro, com seis capítulos lançados a cada semana,

23 Os primeiros episódios foram entregues no fim de semana anterior à estreia. Depois, os episódios eram lançados no *Globoplay* às 18 horas do dia da exibição e, em seguida, no horário da programação da *Rede Globo*.

24 Disponível em: <http://www.minhaserie.com.br/novidades/25473-ligacoes-perigosas-nova-serie-da-globo-podera-ser-vista-antes-pela-globo-play>. Acesso em: 15 fev. 2017.

25 Os episódios da série ficaram disponíveis na plataforma antes de ir ao ar na televisão.

26 A emissora adotou como rotina, a disponibilização na plataforma dos episódios semanais da série *Nada Será Como Antes*, quatro dias antes do novo episódio ir ao ar na TV.


sendo dividida em duas temporadas, a primeira com 40 capítulos, e a segunda com 45. A exibição na plataforma de programas em primeira mão ou exclusivos, representa uma porta de entrada para a inserção de conteúdos personalizados e convenientes ao fluxo televisivo.

Segundo Perks (2015), as plataformas de vídeo sob demanda e o comportamento dos maratonistas exige uma atualização das ideias sobre o fluxo televisivo de Raymond Williams (2016). Para a autora, o ato de maratonar é um modelo alternativo ao de fluxo, porque se trata de uma forma de consumo audiovisual autoprogramada e autocontida, independente do fluxo de outras mídias. Nas plataformas, o usuário é conduzido por um fluxo isolado “caracterizado pela atenção ampliada e direcionada para um único texto” (Perks, 2015, p. XXIV). Esse processo cria um fluxo de entrada mais personalizado e conveniente, porém, não necessariamente em um único texto, mas em uma sequência deles, ordenados pelos usuários ou pela própria interface da plataforma.

Uma outra estratégia da emissora se aproxima do modelo de *binge-watching* da *Netflix*, baseado na entrega de temporadas completas de suas produções originais. Uma experiência pioneira foi a série *Supermax* (Globo, 2016), que teve onze de seus doze episódios disponibilizados quatro dias antes do lançamento na TV, e o último episódio disponibilizado no dia de sua exibição na programação televisiva<sup>27</sup>. O *Globoplay* adotou essa estratégia também em relação aos quatro episódios da quinta temporada da série *Cidade dos Homens* (Globo, 2002-2018), de Pedro Morelli, que foram entregues integralmente no *Globoplay*<sup>28</sup>. Esse mesmo procedimento foi adotado em relação aos quatro capítulos da minissérie *Aldo* (Globo, 2016), sobre o lutador de MMA José Aldo, baseada no filme *Mais Forte que o Mundo* (Globo Filmes, 2016), de Afonso Poyart, com Milhem Cortaz e Cléo Pires.

27 Disponível em: <http://redeglobo.globo.com/novidades/noticia/2016/09/globo-antecipa-supermax-e-nada-sera-como-antes-pelo-globo-play.html>. Acesso em: 17 fev. 2017.

28 Os 4 episódios foram lançados no dia 3 de janeiro de 2017 no *Globoplay* e estrearam no dia 17 de janeiro na TV aberta.



A prática de *binge-watching* de obras atende demandas dos assinantes por conteúdos inéditos e de qualidade, principalmente as produções do horário nobre da TV, como séries e minisséries. Assim, as emissoras reforçam o engajamento além da programação, possibilitando um acesso personalizado ao conteúdo por outros meios que estimulam a participação da audiência através da circulação de conteúdos conectados pelo ambiente de sinergia tecnológica. Para Jenkins (2009), processos que são definidos de cima para baixo, em que a participação do público é comercialmente estruturada, refletem os propósitos da convergência corporativa, na qual “empresas midiáticas estão aprendendo a acelerar o fluxo de conteúdo midiático pelos canais de distribuição para aumentar as oportunidades de lucros, ampliar mercados e consolidar seus compromissos com o público” (Jenkins, 2009, p. 46).

## SÉRIE “SUPERMAX”: MODELO EM FORMAÇÃO DO FLUXO SOB DEMANDA

Para o público que adquiriu o hábito recente de consumir temporadas completas de séries inéditas nas plataformas de *streaming*, o projeto experimental de *binge-watching* da série *Supermax*, se insere no processo de mudanças da lógica de consumo, na qual o telespectador acaba por deter o controle sobre o que deseja assistir, enquanto a televisão busca transpor sua grade para o catálogo das plataformas. Nessa perspectiva, a *Globo* desenvolveu estratégias para dialogar tanto com os fãs brasileiros de ficção seriada, quanto reconquistar o telespectador que migrou para as plataformas. Historicamente, as maratonas de mídia se popularizaram nos anos 1980, com o advento do videocassete. As redes de televisão, por sua vez, passaram a maratona reprises de séries populares ou



de temporadas inteiras e até de episódios chave, para criar demandas pelos programas em DVD (Pena, 2015).

O ato de maratonar (*binge-watching*) é um fenômeno que se popularizou recentemente e permanece circunscrito ao universo das séries, em especial, nas plataformas de *streaming*. A pesquisadora Perks (2015) aponta como origem da tendência de maratonas de mídia a intersecção de três variáveis: tecnologias de entrega do conteúdo, o engajamento das audiências e a crescente complexidade dos conteúdos de entretenimento midiático. Nessa perspectiva, o ato de maratonar decorre de uma configuração específica de mídia e tecnologia, para a visualização multiepisódica e o consumo autoprogramado de ficções seriadas.

Nesse sentido, a prática de *binge-watching*, que foi instituída pela *Netflix*, busca tornar o fluxo sob demanda num modo específico de espectadorialidade, com o objetivo de “ensinar” novas formas de engajamento e de consumo de suas vastas ofertas à sua audiência. Para isso, empresas de *streaming* como a *Netflix* fazem uso dos sistemas de recomendação.

Para produzir sugestões mais relevantes, o sistema de recomendação algorítmica deve se adaptar continuamente ao apelo para mudanças de conteúdo e como as preferências do visualizador evoluem com o passar do tempo. Em outras palavras, a preocupação da empresa com a ideia de consumo imersivo e personalizado está incorporada em padrões tipicamente seriais de engajamento do usuário (Pilipets, 2019).

Os sistemas de recomendação são alimentados pela tecnologia do *post-play*, que “facilita o desempenho do *binge-watching*, com a publicação da temporada de uma série como um capítulo e a temporada segmentada em episódios” (Van Ede, 2015, p. 67). Desse modo, os sistemas de recomendação e o método de autoprogramação objetivam capturar a atenção e, assim, promover a rendição do telespectador. Esse percurso do fluxo sob demanda faz uso dos

algoritmos para transformar a experiência do telespectador, tornando a economia da atenção na principal ferramenta de engajamento e de fidelização do público.

Como afirmamos anteriormente, para facilitar a experiência de *binge-watching* de *Supermax* (*Globo*, 2016)<sup>29</sup>, a temporada inteira da série foi entregue no *Globoplay*, com exceção do episódio final, exibido em primeira mão na grade da televisão, e depois na plataforma. A série representa um *reality show* que se passa em um presídio de segurança máxima em plena floresta amazônica, que adquire contornos de terror quando os participantes percebem que foram abandonados e terão que lutar contra o mal que habita a floresta para sobreviver. O suspense se instala num ambiente em que as personagens são confrontadas com o passado tenebroso de cada uma delas. Esses conflitos impulsionam a história para o seu desfecho, mas o gancho dramático que fisga o telespectador e o faz maratona a série é saber a origem do terror e o destino dos personagens.

*Supermax* é uma coprodução internacional da *Globo* em parceria com a produtora *Oficina Burman*<sup>30</sup>, a *TV Pública* da Argentina<sup>31</sup>, a *TV Azteca* do México<sup>32</sup>, a uruguaia *Teledoce*<sup>33</sup> e a produtora de conteúdo espanhola *Mediaset España*<sup>34</sup>. Franquias de formatos televisivos<sup>35</sup> como *Supermax* podem ser consideradas como experiências de ficção seriada transnacional, estabelecidas

29 Projeto de José Alvarenga Jr., em parceria com Marçal Aquino e Fernando Bonassi.

30 Disponível em: <http://oficinaburman.com/>. Acesso em: 1 out. 2017.

31 Disponível em: <http://www.tvpublica.com.ar/>. Acesso em: 1 out. 2017.

32 Disponível em: <http://www.tvazteca.com/>. Acesso: 1 out. 2017.

33 Disponível em: <https://www.teledoce.com/>. Acesso em: 1 out 2017.

34 Disponível em: <http://www.mediaset.es/>. Acesso em: 1 out. 2017.

35 As franquias de formatos televisivos surgiram nos anos 1990, a partir do sucesso de *reality-shows* como *Survivor* e *Big Brother*, como uma tendência de profissionalização do mercado, valorização de vendas e a globalização dos conteúdos, abrangendo principalmente o comércio de programas prontos, coproduções, vendas de roteiros e vendas de formatos.

a partir de políticas culturais que estimulam acordos de produção entre produtores em eventos internacionais. Segundo Lobato (2019, p. 4), a “televisão transnacional, refere-se à propensão dos sistemas de distribuição de televisão para cruzar uma ou mais fronteiras nacionais. É um termo aparentemente simples que invoca uma ampla variedade de cenários, incluindo a distribuição cosmopolita e culturalmente intrusiva”.

Na versão da *Globo*, a trama de *Supermax* é ambientada no interior da Amazônia, uma região que se configura como um “localismo” chamativo, capaz de tornar visível para a audiência internacional, aspectos significativos da cultura brasileira que são de interesse global. Na versão para o mercado latino-americano, a série foi protagonizada por atores de língua espanhola, filmada no Brasil pelo diretor argentino Daniel Burman, mas com uma história sem o tom sobrenatural da série brasileira. A versão latino-americana de *Supermax* estreou em abril de 2017, na *TV Pública da Argentina*<sup>36</sup>.


Inspirada nas séries norte-americanas que produziram narrativas transmídia como forma de manter o interesse do público entre uma temporada e outra, o *Globoplay* disponibilizou o programa *Supermax por Dentro* (*Globo*, 2016), com oito episódios curtos que comentavam detalhes e curiosidades sobre as tramas da série. Por sua vez, o *Gshow* realizou a enquete: *Você sobreviveria em Supermax?*<sup>37</sup>, enquanto o *mobile game Supermax* (para *Iphone* e *Android*)<sup>38</sup> foi criado num evento de *hackathon*<sup>39</sup>. A emissora *RPC*,

36 A série não obteve expressivo sucesso de audiência na Argentina, obtendo 0,5 pontos de média em suas exibições nas terças à noite. Disponível em: <http://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/fracasso-no-brasil-serie-supermax-da-traco-na-argentina-e-leva-surra-de-novela-da-record-14963>. Acesso em: 1 out. 2017.

37 Disponível em: <http://gshow.globo.com/tv/rapidinhas/noticia/2016/11/voce-sobreviveria-em-supermax-faca-o-teste-e-descubra.html>. Acesso em: 20 fev. 2017.

38 Disponível em: <http://gshow.globo.com/tv/noticia/2016/11/jogo-de-supermax-saiba-como-fazer-o-download-do-game.html>. Acesso em: 20 fev. 2017.

39 *Hackathon* significa maratona de programação. O termo resulta de uma combinação das palavras inglesas *hack* (programar de forma excepcional) e *marathon* (maratona).



filiada da *Globo*, fez uma ação no antigo Presídio do Ahú<sup>40</sup> convidando o público para vivenciar uma experiência baseada no seriado dentro do presídio desativado — uma campanha de *marketing* que busca expandir a experiência lúdica da série, como fez o seriado *Walking Dead* (AMC, 2010-2022), com o *Walking Dead Scape*<sup>41</sup>, um evento no qual o público busca fugir de um espaço tomado por zumbis.


A forma narrativa adotada para fisgar a atenção do “público *Netflix*” por meio da prática de *binge-watching* privilegia arcos dramáticos estendidos, o que impele a visualização da temporada completa como um longa-metragem de quase doze horas. Outro elemento importante dessa forma narrativa é a presença de um maior número de personagens (sete homens e cinco mulheres), e a mescla de gêneros para tratar uma temática pouco convencional. Como explica Mittel (2011, p. 36), os arcos dramáticos estendidos são próprios de séries complexas, pois implicam numa “redefinição de formas episódicas sob a influência da narração em série [...], não necessariamente uma fusão completa dos formatos episódicos e seriados, mas um equilíbrio volátil”. No entanto, essa estratégia foi responsável, em grande parte, pela queda de audiência de *Supermax* junto ao grande público, apesar da boa aceitação entre jovens usuários de plataformas (Stycer, 2016). A presença de Pedro Bial como apresentador do fictício *reality show* (o que remete à sua atuação nas primeiras edições do *Big Brother Brasil*) contribuiu para reforçar a conexão entre o universo da televisão e da plataforma de VOD da *Globo*.

Esse processo de desserialização da ficção seriada televisiva convencional prescinde da existência de ganchos narrativos entre os intervalos comerciais, próprios do espaço publicitário. Normalmente, na estrutura episódica de obras audiovisuais da televisão aberta,

40 Disponível em: <http://globotv.globo.com/rpc/rpc-tv-institucional/v/supermax-veja-como-foi-a-experiencia-no-presidio-do-ahu/5398355/>. Acesso em: 20 fev. 2017.

41 Disponível em: <https://www.fastcocrete.com/1681279/tour-the-walking-dead-zombie-obstacle-course-stunt-turned-apocalyptically-big-business-idea#1>. Acesso em: 20 fev. 2017.





são posicionados ganchos narrativos entre as cenas, blocos, sequências e no final de um episódio, capazes de criar o efeito suspensivo e de capturar a atenção do público durante os intervalos comerciais e a sua curiosidade em relação aos rumos da história no episódio seguinte. O gancho tem a finalidade de criar a tensão no momento de interrupção da narrativa, deixando lacunas em aberto que mantêm as audiências em suspense até a semana seguinte, quando o processo se reinicia. Desse modo, “o suspense não apenas delinea as lacunas, mas também é usado como catalisador para fazer os espectadores assistirem mais” (Van Ede, 2015, p. 52).

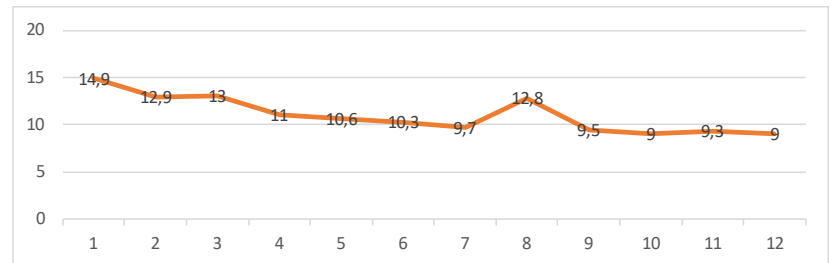
No entanto, a forma narrativa de *Supermax* não foi concebida integralmente para o *Globoplay*, pois teve a exibição do seu episódio final em primeira mão na grade de programação da televisão. Desse modo, a experiência de *binge-watching* foi marcada pelos efeitos de interrupção e de lacuna temporal excessiva na narrativa (o público do *Globoplay* precisou esperar cerca de dois meses para conhecer o desfecho da série). Evidentemente que o posicionamento dos ganchos exerce influência sobre a experiência de *binge-watching*, principalmente se, após a apresentação e desenvolvimento dos conflitos, é criada uma lacuna temporal (comum entre temporadas) na resolução dos arcos dramáticos da história. Na estrutura episódica televisiva, é nos espaços criados pelas interrupções e lacunas que as audiências projetam a continuidade da história, mantendo a expectativa da ação.

Um exemplo de estrutura narrativa seriada fluida para consumo de *binge-watching* pode ser encontrada na versão para o *Globoplay* da novela *Avenida Brasil* (Globo, 2012), em que “foram excluídas todas as marcas da interrupção do capítulo, tanto para assinantes quanto para não-assinantes: créditos e vinheta de abertura e de blocos” (Cazani, 2016, p. 44). Do mesmo modo, as séries produzidas pela *Netflix* não apresentam segmentação em blocos, recapitulações ou vinhetas de passagem, como pode ser observado nas séries *House of Cards*, (*Netflix*, 2013-2018) e *Bloodline* (*Netflix*, 2015-2017). Para Van Ede (2015, p. 35):

Assistir sem lacunas tornou-se tão popular que acabou por inspirar o *binge-publication*: publicação de temporadas completas de séries. Com a compreensão de como as inter-relações entre tecnologia e espectadores deram origem ao *binge-watching*, o próximo passo é investigar como a possibilidade de remoção das lacunas afetou a forma serial e narrativa em série.

A estratégia de postergar a exibição do último episódio, que ocorreu em primeira mão, na televisão, visava fazer convergir audiências e mídias, mesclando de forma experimental o modelo de fluxo sob demanda do *streaming* e o episódio-gancho da televisão. Mas ao restaurar a lógica de consumo semanal por meio de um episódio-gancho, com as interrupções para os intervalos publicitários, a estratégia de convergência midiática não obteve o sucesso esperado pela emissora — como se pode averiguar pelos índices de audiência na televisão (Gráfico 3.1) e pelos números de visualização dos episódios pelo *Globoplay* (Gráfico 3.2).

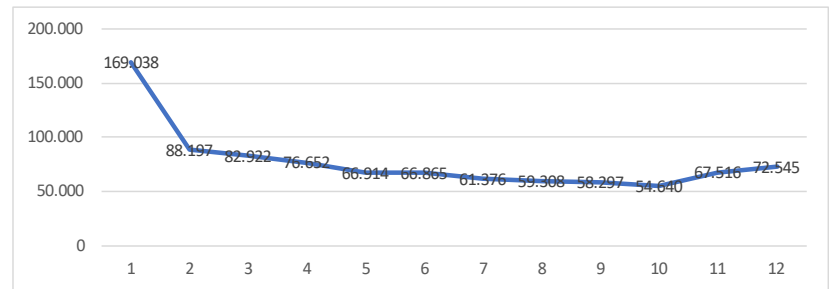
**Gráfico 3.1** — Índice de Audiência da série *Supermax* medida pelo Ibope



Fonte: Annyston (2016).

Segundo a pesquisa, houve uma recuperação da audiência televisiva apenas no episódio número oito, exibido no dia 15 de novembro de 2016. Nesse dia, a série foi favorecida pela programação da grade, pois o episódio foi ao ar antes do jogo entre Peru e Brasil, realizado às duas horas da manhã, válido pelas eliminatórias da Copa do Mundo de 2018.

Gráfico 3.2 — Visualizações da série do *Supermax* no *Globoplay*



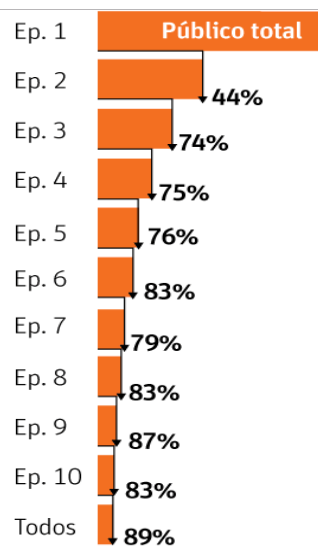
Fonte: *Globoplay* (2017)<sup>42</sup>.

Nas análises dos dados disponíveis no *Globoplay*<sup>43</sup> (Gráfico 3.2), pode-se observar uma tendência semelhante, a queda de audiência após o primeiro episódio se manteve constante, tal como na televisão. Em outro gráfico divulgado pelo *Globoplay* (Gráfico 3.3), é indicado o quanto, em porcentagem, a série conseguiu reter de público entre os episódios. Observa-se que a partir do quinto episódio os usuários se mostraram mais dispostos a terminar a temporada. Esse episódio, em especial, é importante por instaurar o tom de terror da série, com uma das personagens tendo a perna mutilada.

42 No período da coleta dos dados, as informações sobre visualizações de conteúdos eram públicas no *Globoplay*. Atualmente, tal informação não é mais disponibilizada pela plataforma.

43 Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2017/01/1846121-levantamentos-confirmam-que-brasileiro-tambem-assiste-a-series-em-maratona.shtml>. Acesso em: 21 fev. 2017.

Gráfico 3.3 — Retenção dos telespectadores de *Supermax* pelo *Globoplay*



Fonte: *Globoplay* (2017).

No entanto, como é de praxe na *Netflix*<sup>44</sup>, a emissora brasileira não informou o número de usuários únicos que acessaram o programa na plataforma. A *Netflix* monitora a experiência de *binge-watching* nos primeiros três meses após a entrega da temporada completa. Esse é o tempo que a empresa leva para saber se “depois de terem visualizado um episódio, 70% das pessoas se mantiveram assistindo à temporada” (Kastrenakes, 2015, s.n.). Com o *Globoplay*, a *Globo* abre uma clara possibilidade de poder investir na coleta e interpretação de dados para compreender os hábitos de consumo de seu público, tal como a *Netflix*, para fazer frente às empresas concorrentes do novo ambiente midiático que concorrem com a lógica da grade de programação.

44

Disponível em: <http://www.theverge.com/2015/9/23/9381509/netflix-hooked-tv-episode-analysis>. Acesso em: 25 fev. 2017.




De certa forma, a *Globo* retoma o sistema de trilhos dos primórdios da televisão e o reformula, coletando dados sobre os hábitos de consumo no contexto sociopolítico brasileiro, utilizando métricas que se distinguem das administradas pelas empresas de *streaming* para análises do mercado audiovisual. Nesse contexto, *Supermax* é uma obra importante pelas singularidades estéticas e por ser uma experiência pioneira que se situa entre os limites dos serviços de fluxo sob demanda da TV conectada e da grade televisiva, num processo de convergência entre lógicas opostas, que regem a televisão tradicional e as plataformas de vídeo sob demanda.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo parte da crescente fragmentação das audiências, assim como do rápido desenvolvimento tecnológico das múltiplas telas e da expansão mundial dos serviços de vídeo sob demanda, buscando um maior entendimento do realinhamento da grade da televisão aberta brasileira e, por consequência, da instituição de uma nova experiência televisiva que denominamos como fluxo sob demanda. Essa experiência televisiva flexibiliza o acesso à grade televisiva, estimula a prática de autoprogramação e populariza o ato de *binge-watching* como uma forma de consumo mais intensificada de conteúdos. Para esse fim, foram realizadas análises da plataforma televisiva *Globoplay* e da série *Supermax*, levando em consideração que a TV aberta privilegia a entrada “ao vivo” e busca fortalecer um espaço de representação comum a grupos sociais (Borelli; Priolli, 2000), ocupando o horário nobre com programas que buscam a qualidade das séries internacionais.


O realinhamento da grade da TV aberta ao contexto da convergência tecnológica ocorreu em função da transição do modelo de radiodifusão analógica para a lógica de arquivo que, ao se configurar



pelos sistemas de interfaces em catálogos de conteúdos nas plataformas, modificou a experiência televisiva ao conectar a programação ao fluxo sob demanda — passível de ser personalizado por meio da autoprogramação, o que contribuiu para popularizar a prática de maratona. Perks (2015) considera que as maratonas são um modelo alternativo da grade da TV aberta, mas, no caso da *Globo*, as operações seguem uma lógica mista e complementar, com a produção de conteúdos tanto para a grade televisiva quanto para o serviço de fluxo sob demanda do *Globoplay*.

A experiência pioneira de *Supermax* reiterou a centralidade da grade da televisão na época de seu lançamento, instaurando a atual lógica de produções originais do *Globoplay*, com destaque para as recentes séries originais, *Ilha de Ferro* (2018-2019), *Shipados* (2019-presente), *Aruanas* (2019-presente), *Desalma* (2020-presente), *Anjo Renegado* (2020), *Verdades Secretas 2* (2021) e *Rota 66: A Polícia que Mata* (2022). Nesse sentido, o fluxo sob demanda é um eixo de conexão e de complementaridade entre os serviços oferecidos por plataformas VOD e a programação da grade televisiva, o que significa que a dinâmica da programação da TV aberta pode também ter algum nível de independência da grade televisiva fixa de horários, principalmente nos aspectos que definem o conteúdo que irá fazer parte do horário nobre da emissora. Segundo a Ancine (2016, p. 16), a “visibilidade das obras audiovisuais nos catálogos de vídeo sob demanda, tem se revelado equivalente ao horário nobre na programação de TV paga, no que concerne ao alcance de público do conteúdo disponibilizado em ambos”.

Neste trabalho, procurou-se analisar e compreender o modelo em formação do fluxo sob demanda como uma experiência inovadora das plataformas televisivas. Nesse sentido, as análises da série *Supermax* mostram que a autoprogramação possibilita uma nova forma de fruição contínua — o fluxo sob demanda, responsável pela prática inovadora do *binge-watching*. Além disso, a forma



de experiência individualizada pelo fluxo sob demanda estabelece relações de complementariedade com a grade televisiva, própria da lógica transmídia. Desse modo, a formação de um fluxo combinado entre o *Globoplay* e a grade da emissora promove e reforça o engajamento da audiência no ambiente das plataformas televisivas.

Assim, os fluxos pré-estabelecidos da grade televisiva são reformatados para exibição nas multiplataformas, fazendo com que a saga pioneira de *Supermax* inove o modelo de distribuição da *Globo*, oferecendo uma experiência de entretenimento personalizada. O aspecto inovador em *Supermax* residiu na exibição do último episódio da série na televisão, obrigando a migração da audiência de uma plataforma para outra, resultando numa experiência de consumo fragmentado, que é mais apropriado para o ambiente das multiplataformas.

Desse modo, as plataformas televisivas inovam ao oferecer serviços na modalidade do fluxo sob demanda e da autoprogramação no consumo da ficção seriada audiovisual, transformando o *storytelling* televisivo numa marca com alto valor agregado para a produção de conteúdos multiplataformas. Resta averiguar ainda, na medida em que os serviços de vídeo sob demanda crescem e se expandem, de que forma essas mudanças impactam a economia audiovisual, em especial a modelagem de negócios das empresas brasileiras de televisão.

## REFERÊNCIAS

ANCINE. *Estudo Valor Adicionado pelo Setor Audiovisual* — Ano-base: 2018. ANCINE, Brasil, 2020. Disponível em: [https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/valor\\_adicionado\\_2018.pdf](https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/valor_adicionado_2018.pdf). Acesso em: 18 jan. 2021.

ANCINE. Relatório de Consulta Pública sobre a Notícia Regulatória sobre a Comunicação Audiovisual sob Demanda e Recomendações da ANCINE para uma regulação da Comunicação Audiovisual sob Demanda. ANCINE, Brasil, 2016. Disponível em: [http://convergecom.com.br/wp-content/uploads/2017/05/Relatorio\\_Ancine\\_VoD.pdf](http://convergecom.com.br/wp-content/uploads/2017/05/Relatorio_Ancine_VoD.pdf). Acesso: 30 set. 2017.

ANCINE. Panorama do Mercado de Vídeo por Demanda no Brasil — 2022. ANCINE, Brasil, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/publicacoes/arquivos.pdf/informe-vod-pos-revisao-28-fev-2023.pdf>. Acesso em: 22 mai. 2023.

ANNYSTON, E. Audiência da TV (22/11): Supermax vai mal e derruba Jornal da Globo. *Observatório da TV*, Brasil, 23 nov. 2016. Disponível em: <https://observatoriodatv.uol.com.br/audiencia-da-tv/audiencia-da-tv-2211-supermax-vai-mal-e-derruba-jornal-da-globo>. Acesso em: 30 nov. 2023.

BECKER, V.; GAMBARO, D.; SOUZA FILHO, G. L. O impacto das mídias digitais na televisão brasileira: queda da audiência e aumento do faturamento. *Palavra Chave*, v. 18, n. 2, p. 341-373, 2015.

BECKER, V., GAMBARO, D. Queda de audiência e programação televisiva: uma análise das mudanças na grade da Rede Globo. *Revista Fronteiras – estudos midiáticos*, v. 18, n. 3, 2016.

BONSIEPE, G. *Design, Cultura e Sociedade*. São Paulo: Blucher, 2011.

BORELLI, S. H. S.; PRIOLLI, G. *A Deusa Ferida*: porque a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência. Summus: São Paulo, 2000.

BRENNAN, D. *TV Conectada*: como as qualidades analógicas da TV criaram uma supermídia digital. Rio de Janeiro: Rede Globo de Televisão, 2016.

CAMPANELLA, B. Novas práticas, antigos rituais: A organização do cotidiano e as configurações de poder na mídia. *Revista GEMINIS*, São Carlos, 2014.



CANNITO, N. *A TV 1.5 – A Televisão na era digital*. 2009. 302 f. Tese (doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009. 302 p. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27153/tde-21102010-103237/pt-br.php>. Acesso: 20 jan. 2017.

CAZANI, L. E. *Da veiculação em fluxo contínuo para a disponibilização: o gancho na produção de sentido da telenovela Avenida Brasil*. 2016. 190 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade do Estado de São Paulo, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Bauru, 2016. Disponível em: <http://repositorio.unesp.br/handle/11449/143799>. Acesso em: 11 jan. 2017.

DANAHER, J. Algorithmic Regulation. In: YEUNG, K.; LODGE, M. *The Ethics of Algorithmic Outsourcing in Everyday Life*. Oxford: Oxford University Press, 2019.

DENA, C. *Transmedia Practice: Theorising the Practice of Expressing a Fictional World across Distinct Media and Environments*. 2009. 372 f. Tese (Doutorado) – University of Sidney, Sydney, 2009.

FECHINE, Y. C. Consumo transmídias de conteúdos televisivos: explorações em torno de uma agenda de investigação. *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, v. 23, n. 1, 2016.

FERNANDES, R. Globoplay cresce durante a pandemia; veja os conteúdos mais assistidos. *Techtudo*, Brasil, 24 dez. 2020. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2020/12/globoplay-cresce-durante-a-pandemia-veja-os-conteudos-mais-assistidos.ghtml>. Acesso em: 19 jan. 2021.

HOLT, J.; SANSON, K. (orgs.). *Connected viewing: selling, streaming, & sharing media in the digital era*. London: Routledge, 2014.

ITV ON-LINE. Self-scheduling. *Interactive Television Dictionary*, Estados Unidos, 2023. Disponível em: [https://www.itvdictionary.com/definitions/self-scheduling\\_definition.html](https://www.itvdictionary.com/definitions/self-scheduling_definition.html). Acesso em: 30 nov. 2023.

JENKINS, H. *Cultura da Convergência*. Tradução Susana Alexandria. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JENNER, M. Binge-watching: Video-on-demand, quality TV and mainstreaming fandom. *International Journal of Cultural Studies*, Estados Unidos, 18 set. 2015. DOI: <https://doi.org/10.1177%2F1367877915606485>.

JOHNSON, S. *Surpreendente! A televisão e o videogame nos tornam mais inteligentes – a sabedoria e os benefícios da TV e do videogame*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

KASTRENAKES, J. Netflix knows the exact episode of a TV show that gets you hooked. *Verge*, Estados Unidos, 23 set. 2015. Disponível em: <http://www.theverge.com/2015/9/23/9381509/netflix-hooked-tv-episode-analysis>. Acesso em: 12 fev. 2017.

KANTAR IBOPE. *Inside Video 2023* – Video, estado de evolução. Kantar Ibope, Brasil, 2023. Disponível em: [https://kantarihopemedia.com/wp-content/uploads/2023/03/Kantar-IBOPE-Media\\_Inside-Video-2023.pdf](https://kantarihopemedia.com/wp-content/uploads/2023/03/Kantar-IBOPE-Media_Inside-Video-2023.pdf). Acesso em: 21 mai. 2023.

LATOURE, B. *Reagregando o Social*: introdução à teoria do Ator-Rede. Salvador: Edufba, 2012.

LEVY, P. *As Tecnologias da Inteligência* — o futuro do pensamento na era da informática. São Paulo: Editora 34, 2006.

LOBATO, R. *Netflix nations*: the geography of digital distribution. New York: New York University Press, 2019.

LOPES, F. Globoplay prepara 50 novelas antigas para seu catálogo; A Favorita será a primeira. *Notícias da TV — UOL*, Brasil, 21 mai. 2020. <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/novelas/globoplay-prepara-50-novelas-antigas-para-seu-catalogo-favorita-sera-primeira-37075?cpid=txt>. Acesso em: 19 jan. 2021.

LOPES, M. I. V. de. Memória e Identidade na Telenovela Brasileira. 23º Encontro da Compós, *Anais [...]*. Belém: XXIII COMPÓS, 2014. p. 1-16.

MARTEL, F. *Smart* — O que você não sabe sobre a internet. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.

MATRIX, S. The Netflix Effect: Teens, Binge Watching, and On-Demand Digital Media Trends. *Jeunesse: Young People, Texts, Cultures*, v. 6, n. 1, p. 119-138, 2014. DOI: <https://doi.org/10.1353/jeu.2014.0002>.

MCCORMICK, C. J. Forward is the battle cry: binge-viewing Netflix's House of Cards. In: McDONALD, K.; SMITH-ROWSEY, D. *The Netflix effect*: Technology and entertainment in the 21st century. New York: Bloomsbury Academic, 2016. p. 101-116.

MITTEL, J. Complexidade narrativa na televisão americana contemporânea. *Revista Matrizes*, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 29-52, 2011. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i2p29-52>.

MOSES, P. The many definitions publishers use for 'platform.' *Digiday*, Estados Unidos, 5 dez. 2014. Disponível em: <http://digiday.com/media/many-definitions-term-platform/>. Acesso em: 15 fev. 2017.

MURRAY, J. *Hamlet no Holodeck: o futuro da narrative no ciberespaço*. São Paulo: Unesp, 2003.

ORTIZ, R.; RAMOS, J. M. O. A produção Industrial e Cultural da Telenovela. In: ORTIZ, Renato; RAMOS, José Mário Ortiz; BORELLI, Silvia Helena Simões. *TELENOVELA: História e Produção*. 2 ed. São Paulo: Brasiliense, 1991.

PENA, L. L. *Breaking Binge: Exploring The Effects of Binge Watching On Television Viewer Reception*. 2015. Dissertação (Mestrado) — Syracuse University, New York, 2015.

PERKS, L. G. *Media Marathoning: Immersions in Morality*. Maryland: Lexington Books, 2015.

PILIPETS, Elena. From Netflix streaming to Netflix and chill: The (dis) connected body of serial binge-viewer. *Social Media+ Society*, Estados Unidos, v. 5, n. 4, 2019.

SOUZA, R. Globoplay já tem 20 milhões de usuários e é líder nacional de streaming. *Canaltech*, 8 out. 2020. Disponível: <https://canaltech.com.br/entretenimento/globoplay-ja-tem-20-milhoes-de-usuarios-e-e-lider-nacional-de-streaming-172792/>. Acesso em: 18 jan. 2021.

STYCER, M. Pior audiência de série da Globo na história, Supermax atrai público jovem. *Blog do Mauricio Stycer no UOL*, Brasil, 18 nov. 2016. Disponível em: <http://mauriciostycer.blogosfera.uol.com.br/2016/11/18/pior-audiencia-de-serie-da-globo-na-historia-supermax-atrai-publico-jovem/>. Acesso em: 19 fev. 2017.

TRYON, C. TV got better: Netflix's original programming strategies and the on-demand television transition. *Media Industries Journal*, Estados Unidos, v. 2, n. 2, 2014.

URICCHIO, W. Television's Next Generation: Technology/Interface Culture/Flow. In:

SPIGEL, L.; OLSSONIN, J. (orgs.). *Television After TV: Essays on a Medium in Transition*. Durham: Duke University Press, 2005.

VAN EDE, E. *Gaps and Recaps: Exploring the Binge-Published Television Serial*. Holanda: Utrecht University, 2015.

WILLIAMS, R. *Televisão: tecnologia e forma cultural*. Boitempo: São Paulo, 2016.






# 4

*Claudia Magallanes-Blanco*

## **DECOLONIZACIÓN, CONOCIMIENTO Y PUEBLOS ORIGINARIOS:**

**LO QUE NO SE LEE TAMBIÉN SE APRENDE**





En este capítulo discuto la comunicación como un proceso decolonizador que responde a la colonialidad del poder (Quijano 1991), la colonialidad del saber (Mignolo 2007, Lander 2003), la colonialidad del ser (Maldonado Torres 2007), la colonialidad del lenguaje (Veronelli 2019), la colonialidad del género (Lugones 2014) y la colonialidad de las representaciones (Magallanes Blanco 2022) ya que todas estas formas de dominación están entrelazadas.

La colonialidad del poder se refiere a la interrelación de formas modernas de explotación y dominación a partir de la idea de raza. La colonialidad del saber evidencia cómo la epistemología occidental y racional y la producción de conocimiento científico perpetúan los regímenes de pensamiento eurocéntrico restando valor a cualquier otra forma de producción de conocimiento. La colonialidad del ser es la experiencia vivida de la colonización que tiene como consecuencia que las personas dominadas y sometidas asuman un lugar de inferioridad. La colonialidad del lenguaje da cuenta de un proceso de racialización lingüística que despoja a las poblaciones de su humanidad atribuyéndoles una inferioridad comunicativa y mental natural. Por su parte la colonialidad del género evidencia un sistema colonial moderno de género donde hay una división entre personas humanas que son hombres o mujeres, y personas no humanas con sexo pero sin género que pueden ser sometidas y explotadas. Finalmente, la colonialidad de las representaciones da cuenta de cómo las personas dominadas han sido sistemáticamente impedidas de objetivar imágenes, símbolos, experiencias subjetivas, sensibles, complementarias, aurales, orales, visuales y plásticas.


La matriz colonial que permanece hasta nuestros días generó clasificaciones dicotómicas entre personas humanas y no humanas, hombres y mujeres, personas “blancas” y “de color”, entre la vida urbana y la campesina, entre la sociedad y la comunidad, entre el conocimiento y el saber, entre dominantes y dominados. De esta forma, el sistema colonial ha sometido a todas las personas de color en todos los ámbitos de la existencia. Introdujo diferencias

donde no existían subordinando todos los aspectos de la vida y sometió y transformó la vida comunal con su dimensión espiritual e intersubjetiva como sustento del entramado relacional que da sentido a la experiencia vivida y es fuente de conocimientos.

## EL SISTEMA COLONIAL, CAPITALISTA Y PATRIARCAL

De acuerdo con Quijano (1991) el concepto raza se creó para generar un patrón de dominación y jerarquización de las poblaciones. La noción de raza y la clasificación racial dieron lugar a la represión y al sometimiento de las identidades de los pueblos originarios del territorio del Abya Yala, a quienes nombraron Indios. Usando la raza como principio de clasificación poblacional se generaron relaciones jerárquicas y desiguales en las que las personas racializadas fueron consideradas menos: menos humanas, menos valiosas, menos importantes, menos sujetas de derechos. A partir de esta clasificación social se generaron una serie de mecanismos y de instituciones para mantener la jerarquía entre los grupos poblacionales que justificó relaciones de dominación y explotación. La jerarquía y la diferencia basadas en la noción de raza se mantienen hoy en día y se identifican con la visión eurocéntrica de la organización y funcionamiento del mundo que ha generado una dependencia estructural histórica a la matriz moderno, colonial, capitalista y patriarcal.


María Lugones (2014) argumenta cómo el sistema colonial crea distinciones y divisiones de género y ha impedido que miremos las interseccionalidades de raza, clase, género y sexualidad. El binarismo de género es un producto de la colonialidad ya que antes de la conquista y la colonia había otras nociones de género y otras identidades sexo genéricas como, por ejemplo, las personas que se consideran de doble o triple espíritu.



La colonialidad del saber por su parte propone que el eurocentrismo hegemónico basado en la racionalidad y soportado en el método científico se ha impuesto como la única forma válida para la producción de conocimiento (Mignolo 2007, Lander 2003). Un ejemplo de esto se da cuando a una persona originaria que practica la medicina tradicional se le dice que su conocimiento es subcultura y que, para poder sanar personas, debería estudiar en instituciones sancionadas para la producción y reproducción del conocimiento blanco occidental y eurocéntrico. En pocas palabras: las comunidades indígenas son sabedoras, no tienen conocimiento. La colonialidad del saber tiene como trasfondo un epistemicidio (Santos 2018), es decir, la aniquilación de todo conocimiento no eurocéntrico. La racialización le quita valor no solamente al conocimiento sino también a las vidas humanas; el conocimiento de las personas racializadas deja de ser conocimiento y es menospreciado junto con su lengua, cultura e identidad. Esto genera el abandono de prácticas relacionadas con lo sagrado, con la ancestralidad, con lo propio.

Lo anterior está conectado con la idea de la colonialidad del ser, (Maldonado Torres 2007) una política de la identidad por la que las y los individuos inferiorizados internacionalizan la categoría de marginalización en la que fueron colocados arbitrariamente a partir de la noción de raza, de tal forma que las personas colonizadas devienen en indígenas, otros, inferiores a partir de los principios raciales y patriarcales de la epistemología imperial y del conocimiento de la matriz eurocéntrica. Por lo tanto, las exigencias o las demandas contra-epistémicas y las políticas de los pueblos originarios no surgen desde quiénes son, sino que emergen de la condición marginalizada que tienen y a la que pertenecen por obligación, pero al mismo tiempo que han ido interiorizado y de la cual deben decolonizarse.

Es importante entender la colonialidad del ser como la experiencia vivida de la colonialidad y su impacto en el lenguaje como un mecanismo de inscripción del conocimiento. Veronelli (2019) habla de la colonialidad del lenguaje, que es el proceso de racialización lingüística




que despoja a las poblaciones de su humanidad atribuyéndoles una inferioridad comunicativa y mental natural; es decir, que las poblaciones racializadas, al no hablar las lenguas dominantes, no piensan y, por ende, no son interlocutores válidos. No existen naturalmente como interlocutores porque no hablan una lengua racialmente aceptada. Por lo tanto, es importante entender que el conocimiento no puede expresarse en otro lenguaje que no sea el del poder. El lenguaje no es neutro, está enraizado en las matrices del poder. El lenguaje es el soporte de las representaciones, por ello es un espacio de resistencia y re-existencia de las identidades y de la decolonización.

Quijano (1991), Mignolo (2007), Nakata (2007), Martínez Luna (2012), Santos (2018), Magallanes Blanco (2021), entre otros, señalan que los grupos o las personas dominadas quedan impedidas de objetivar sus propias imágenes, símbolos y experiencias visuales y plásticas porque hay una serie de patrones dominantes que les dijeron que todo eso no es, no existe, no es válido, no sirve y, por lo tanto, hay que dar significado a nuevos símbolos e imágenes impuestas desde otra matriz transformando las propias imágenes, los sentidos, rituales y patrones de origen para adaptarse y sobrevivir. El producto de estas transformaciones refleja la colonialidad del poder, del género y del ser y está en constante tensión y lucha desde diferentes lenguajes y soportes comunicativos. La tradición oral adquiere menos valor que las narrativas escritas y la alfabetización juega un papel importante para civilizar o convertir a los ignorantes, a los analfabetas, a los que no conocen, a los que no saben y no valen porque no pueden leer o escribir.

Lo que revela la colonialidad de las representaciones es la incapacidad forzada de las personas racializadas de representar al mundo como propio, desde sus conocimientos y referentes, mirándolo como algo que es susceptible de transformación o de cambio. Por ello es importante reconocer las formas de producción y circulación de conocimientos de los pueblos originarios mediante diversos lenguajes. El lenguaje no está adscrito exclusivamente a lo lingüístico o lo idiomático. Yásnaya Aguilar Gil (2020), lingüista ayuuk, habla de la





lengua como un territorio cognitivo. Señala que el lenguaje no necesita un espacio para ocurrir, sino que el lenguaje hace que todo ocurra y hay una interdependencia profunda entre la lengua como un territorio cognitivo y la defensa del territorio geográfico, simbólico, material o espiritual. Para ella, atacar una lengua es una acción de despojo del instrumento de pensamiento a través de violaciones sistémicas a los derechos lingüísticos.

El lenguaje es clave en el proceso de autorepresentación de los pueblos originarios. No solo el lenguaje verbal, sino también los lenguajes culturales y simbólicos como las ceremonias, las peregrinaciones a los lugares sagrados, las danzas y su música tradicional, las ofrendas y los objetos ceremoniales, el lenguaje del territorio, las divinidades que están representadas en varios elementos y seres de la naturaleza, la vestimenta o el arte. Los diversos lenguajes de los pueblos originarios son fuente de conocimiento y contribuyen a los procesos de autodeterminación y autonomía que combaten el sistema colonial, capitalista y patriarcal. No se trata de eliminar el saber occidental, racional y científico, sino de darle a cada forma del lenguaje y a cada forma de conocimiento el valor que tiene en un pluriverso de experiencias que permiten comprender el mundo de manera amplia.

## MEDIOS PARA LA DIVULGACIÓN DE LOS CONOCIMIENTOS DE PUEBLOS ORIGINARIOS

La comprensión diversa del mundo incluye múltiples historias y discursos vinculados a la política de la vida cotidiana de los pueblos originarios. Muchos de ellos circulan mediante herramientas y tecnologías de información y de comunicación con la finalidad de tener un efecto positivo en la vida cotidiana de las personas, las comunidades y la sociedad. Los ejemplos que discuto a continuación son resultado

de la apropiación de Tecnologías de Información y Comunicación de mujeres de pueblos originarios con la formación y capacitación de Ojo de Agua Comunicación<sup>45</sup>. Son ejemplos de conocimientos propios que circulan desde soportes sonoros y audiovisuales, ejemplificando que lo que no se lee también se aprende.


## RADIORETRATOS DE MUJERES INDÍGENAS

Mujeres radialistas indígenas de diferentes comunidades del estado de Oaxaca, en el sureste mexicano realizaron una serie de producciones sonoras que presentan retratos de mujeres indígenas desde sus historias de vida y los conocimientos que tienen enraizados en el cuerpo y en sus trayectorias. Las piezas sonoras, llamadas Radioretratos, fueron producidas con el apoyo y la capacitación de Ojo de Agua Comunicación.

Las experiencias y sabiduría narradas con dignidad y sensibilidad marcan pautas para reducir la grave discriminación y violencia de la colonialidad de género que sufren las mujeres en nuestra sociedad. La serie consta de veintiocho retratos radiofónicos, 19 en español y 9 en las lenguas ñuu savi, zapoteca y mixteca. Se trata de mujeres entre 8 y 68 años de edad y la mayoría de las historias hablan de la infancia, la maternidad, el trabajo, de los hombres ausentes de su vida, de la vida en las comunidades. Los radioretratos presentan la fortaleza de las mujeres como trabajadoras, con confianza y mujeres que saben.

45

"Ojo de Agua Comunicación (Comunicación Indígena S.C.) es una organización independiente sin fines de lucro que desde 1998 se dedica a la transformación de los medios de comunicación para el beneficio de los pueblos indígenas y de otros grupos comunitarios. Basada en la ciudad de Oaxaca, México, actúa en cuatro líneas generales: producción, formación, difusión e incidencia en políticas públicas. Nuestras acciones contribuyen a la autodeterminación de los pueblos y comunidades y la democratización de los medios" (<https://ojodeaguacomunicacion.org/>)



Uno de los episodios es narrado por una mujer mixteca de la costa. Su testimonio de vida refleja mecanismos de diversas formas de la colonialidad como la del poder, la del ser y la de género. Ella narra “No te puedes igualar [casar], decía mi padre, con los de razón [mestizos], porque ellos no te van a querer, siempre te van a discriminar y siempre vas a ser la india. Esas ideas que nuestros padres nos impusieron o nos metieron en la cabeza.” Estela, la mujer retratada en la pieza radial, es una líder comunitaria que ha trabajado por la recuperación de la lengua materna en su comunidad. El proceso fue complicado puesto que al interior de la propia comunidad las autoridades tenían interiorizada la matriz eurocéntrica y le exigieron que creara un proyecto escrito para dar validez a su petición. En el Radioretrato lo narra así:

Me eligen como directora de Cultura. Ahí yo quería que se impartieran los talleres de la lengua materna. Yo estudié segundo año de primaria, yo no estudié tanto, yo voy y le digo, pero en palabras. Entonces me dice la síndica hacendaría “es que queremos un proyecto, no en palabras “¿Qué no te dijeron a lo que venías aquí? ¿qué no te dijeron que tenías que elaborar los proyectos? Si no sabías no te hubieras metido.” Entonces le dije que no. “Nunca me dijeron que yo iba a elaborar proyectos porque yo no soy ingeniero, ni soy licenciado, soy una ciudadana. Pero yo creo, le digo, que tú escuchas, ves, y mis palabras las escuchas, te estoy diciendo lo que quiero que es más suficiente que un papel”

La colonialidad del lenguaje y la colonialidad del saber quedan manifestadas en la demanda de que el proyecto sea escrito, desvalorizando el conocimiento y la palabra oral como fuente válida para un programa de recuperación de la lengua. De la misma forma, hay una interiorización (colonialidad del ser y del género) de que las mujeres deben estar en el ámbito doméstico y que sus herramientas cotidianas no sirven como instrumentos del saber. No obstante estas opresiones, Estela logró realizar los talleres que se propuso para trabajar con mujeres en el proceso de recuperación del mixteco en su comunidad. “Yo, como siempre les decía, yo lo que estaba manejando en mi casa era mi comal y mi metate y mi molcajete ¿no?, eso era lo

que yo manejaba, no manejaba computadora, ni siquiera un celular. ... pero sí, logré que ellas fueran a ... los talleres de lengua materna”

María Lugones considera que la deshumanización y el dominio de las personas racializadas producto de la colonialidad han llevado a que hombres racializados ejerzan diversas formas de violencia contra las mujeres racializadas y se muestren indiferentes (o apoyadores) de la violencia estructural que sufren. En su Radioretrato, Estela ejemplifica esto:

Pero me acuerdo que en el pasillo ahí en el Ayuntamiento me dice un regidor:

- Usted no debe de estar aquí

- Le digo ¿por qué?

- Porque usted no sabe nada

- Por eso mismo debo de estar aquí, le digo, porque quiero aprender y decirle a mi gente qué es lo que se hace aquí. Está equivocado.

- Ah, dice, pero sí sabe contestar.

- Sí, porque soy igual que tú, tú me verás menos, pero yo soy igual que tú.

Los Radioretratos como el de Estela son aportes que desde las radios comunitarias se producen para reducir la discriminación y la violencia que enfrentan las mujeres en sus comunidades. Desde la radio, a través de la oralidad y con un formato de divulgación comparten los conocimientos de las mujeres y los ejemplos de cómo hacen aportes a la comunidad, a la cultura, a sus familias. Estela cierra diciendo:

Por eso en el camino va uno aprendiendo muchas cosas, valorando, viendo. Yo le diría a las mujeres, y más que nada a las mujeres indígenas como yo, que yo soy una indígena que habla el mixteco y también tengo un esposo y cuatro hijos: dos hijas y dos hijos. Que luchen. Va a ser muy duro



tanto en su hogar, como fuera, en lo social, pero que no se detengan, hay que ser fuerte, valiente y salir adelante. Más que nada para el bien de nuestra comunidad.

## PARIR CON DIGNIDAD: LAS SABIAS QUE CURAN

Ojo de Agua Comunicación y el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS) produjeron una serie audiovisual de tres episodios sobre la partería. La serie abona de forma significativa a reconocer el conocimiento tradicional, sobre todo, el conocimiento de las mujeres con respecto a la partería. Estos conocimientos son constantemente invisibilizados, disminuidos o castigados porque no provienen de los médicos, hombres, científicos. La partería es parte fundamental de la vida, de la producción y de la reproducción de la vida en las comunidades indígenas en México. En Parir con Dignidad, las mujeres parteras del grupo Sanadoras del Alma y del Corazón, describen cómo es que piden a dios que bendiga sus manos para recibir la nueva vida y acompañar a la mujer en el proceso de parir en un contexto en el que no hay médicos que estén disponibles las veinticuatro horas. Ellas, un grupo de 11 parteras, a partir de sus propias experiencias de violencia ginecológica (atención poco cálida, cesáreas que no se requieren), ponen énfasis en la "calidad y la calidez" para recibir nueva vida.

Las parteras en México han sido, primero desplazadas, luego incorporadas al sistema médico únicamente como ayudantes y, finalmente, se han profesionalizado aunque han tenido que enfrentar muchos obstáculos que invalidan su conocimiento bajo el argumento de que no tienen estudios en instituciones educativas formales, con métodos eurocéntricos de la ciencia y la racionalidad. Como producto de la colonialidad del poder, del saber, del género las mujeres

parteras y sus conocimientos de salud no son reconocidas, tampoco lo es su trabajo y por ello no tienen cabida en los centros de salud.

La bata blanca, las manos limpias y un título universitario colgado en la pared son los argumentos para señalar a las parteras, mencionan ellas, como ignorantes y apestosas. En la serie documental una mujer embarazada ofrece este testimonio: “Es que el doctor me dijo que es mejor que yo me alivie en el hospital porque ahí voy a ser atendida mejor porque con una partera, ellas no tienen estudio y ellos sí tienen estudio.”

Además de un conocimiento transmitido de generación en generación, de la experiencia previa de ser madres, de la práctica continua de su labor y de la capacitación que han recibido, las mujeres parteras en Oaxaca –y en muchas partes de México, son hablantes de la lengua de las mujeres que van a parir. Con la lengua se comparte una comprensión del mundo así como una forma de expresarlo, sentirlo y vivirlo. Así lo expresa una partera en uno de los videos de la serie Parir con Dignidad: “una mujer embarazada se siente en confianza con una paisana, habla el mismo idioma, le entendemos mejor y ella se siente más en confianza, se abren, nos platican qué es lo que sienten, cómo va su etapa de trabajo de parto.”

De acuerdo con la colonialidad del lenguaje, quien no habla la lengua dominante no es una persona cognoscente, por ello la mujer indígena que pare y no habla la lengua dominante no es una persona cognoscente, de la misma manera que una partera que no habla el lenguaje científico de la medicina moderno colonial no es una persona cognoscente. No hablar el idioma dominante, el de la supremacía social, es causa de discriminación.

El conocimiento científico eurocéntrico, el único válido para ser considerado fuente institucional de trabajo, niega la humanidad de las mujeres en trabajo de parto, las aísla para solamente recibir instrucciones, que no explicaciones, y les impide ser protagonistas de su propio

proceso. El atender a una mujer en trabajo de parto en una lengua ajena a la suya es una forma de violencia obstétrica ya que la excluye de su proceso de parto y la fuerza a vivirlo sin expresarse y sin ser tomada en cuenta lo cual genera, entre otras emociones, miedo. Una mujer embarazada menciona en el documental, "tengo miedo, de estar sola, en cambio así estoy acompañado de mi mamá, contigo [la partera], con otra persona de confianza, con mi esposo, pero ir al hospital me da miedo."

## IDEAS FINALES

Los Radioretratos y la serie documental sobre la partería son ejemplos de soportes comunicativos que dan cuenta de conocimientos valiosos de mujeres indígenas. La matriz colonial ha validado la lectoescritura como la única forma de registro y divulgación del conocimiento, anulando todo conocimiento otro.

Los pueblos originarios tienen muchos conocimientos ancestrales y contemporáneos que comparten de forma oral, táctil, visual, sonora al interior de sus comunidades. Mediante la apropiación de herramientas de comunicación como la producción sonora o el video están ejerciendo su autonomía representacional registrando y compartiendo algunos de sus conocimientos.

El conocimiento científico, racional y eurocentrado perpetúa la jerarquización racial, la marginalización y diferenciación con base racial por la cual se ha discriminado y marginalizado a grandes sectores de la población. Por ello, es necesario construir una ecología de saberes, en donde los distintos conocimientos que emergen desde el cuerpo, el territorio, la tradición, la ancestralidad circulen para aprender otras formas de ver, de sentir, de vivir y de habitar el mundo que vivimos que es mucho más rico, diverso y complejo que lo que nos muestra la matriz eurocéntrica moderno colonial y patriarcal.

## REFERENCIAS

- Aguilar Gil, Y.E. (2020) *Ää: Manifiestos sobre la diversidad lingüística*. Almadia Editorial.
- Lander, E. (2003). *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales*. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, CLACSO.
- Lugones, M. (2014) *Colonialidad y género*, en Yuderkys Espinosa Miñoso, Diana Gómez Correal, Karina Ochoa Muñoz (Editoras). *Tejiendo de otro modo: Feminismo, epistemología y apuestas descoloniales en Abya Yala*. Universidad del Cauca, pp 57-74.
- Maldonado-Torres, N. (2007). *Sobre la colonialidad del ser: contribuciones al desarrollo de un concepto. El giro decolonial. Reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global*, 127-167.
- Magallanes-Blanco, C. (2022). *Communication From a Latin American Indigenous Perspective*. In *Oxford Research Encyclopedia of Communication*.
- Magallanes-Blanco, C. (2021). *Las Voces que Somos, an Indigenous Dialogic Media Utterance for Liberation*. *MATRIZes*, 15(3).
- Martínez Luna, J. (2013) *Textos sobre el camino andado. Tomo I*. México: Coalición de Maestros y Promotores Indígenas de Oaxaca A. C. (CMPIO), Centro de Apoyo al Movimiento Popular Oaxaqueño, A. C. (CAMPO), Coordinación Estatal de Escuelas de Educación Secundaria Comunitaria Indígena (CEEESCI), Colegio Superior para la Educación Integral Intercultural de Oaxaca (CSEIIO).
- Mignolo, W. (2007). "Delinking: The Rhetoric of Modernity, the Logic of Coloniality, and the Grammar of De-coloniality". *Cultural Studies*, vol. 21, núms. 2 y 3, "Globalization and De-Colonial Thinking". Ed. especial. Walter Mignolo y Arturo Escobar (eds.). Routledge, Londres y Nueva York, pp. 449-514.
- Nakata, M. (2007) *Disciplining the Savages, Savaging the Disciplines*. Aboriginal Studies Press.
- Ojo de Agua Comunicación. <https://ojodeaguacomunicacion.org/>.
- Quijano, A. (1991) *Colonialidad, modernidad/racionalidad*. *Perú Indígena*. Año 13, (29):11-29.
- Santos, B. (2018). *Construyendo las Epistemologías del Sur - Para un pensamiento alternativo de alternativas*. Buenos Aires: CLACSO.
- Veronelli, G. A. (2019). *La colonialidad del lenguaje y el monolenguaje como práctica lingüística de racialización*. *Polifonia*, 26(44), 146-159.






# 5

*João Carlos Correia*

## **PARA ALÉM DO ESPAÇO PÚBLICO:**

**PATOLOGIAS DA DEMOCRACIA  
NA SOCIEDADE DA VIGILÂNCIA  
E DA DATIFICAÇÃO**

DOI: [10.31560/pimentacultural/978-65-5939-953-6.5](https://doi.org/10.31560/pimentacultural/978-65-5939-953-6.5)



Entre os anos 60 e 70, Habermas (1984) descreveu, particularmente em *Mudança Estrutural da Esfera Pública*, um vínculo entre as duas dimensões do espaço público - a política e a cultural - incluindo, nesta última, a imprensa, os mass media e o associativismo, criando um contributo importante para a teoria crítica, inscrevendo-se numa certa continuidade histórica e teórica com a geração de autores que o precederam na escola de Frankfurt.


A partir dos anos 80 deu pouco interesse explícito às instituições e à produção cultural, sob o ponto de vista de realização de uma história social e conceptual.

Ao contrário dos pais fundadores da sua família intelectual, para os quais teoria da cultura e crítica social sempre andaram juntos, Habermas, sem jamais renegar tal convergência, manifestou-se menos de forma sistemática sobre arte e cultura contemporâneas. Refiro-me não apenas à abordagem estética da arte, mas a toda o questionamento da esfera pública cultural incluindo estruturas de produção, de consumo, de difusão e crítica e de apreciação pública.

Habermas nunca mais se referiu, com o detalhe histórico e sociológico da obra de 1962 e dos textos dos anos 70, estes já de si bastante circunstanciais, a esta temática.

Seguiu, em especial a partir dos anos 80, uma estratégia diferente, consistindo não numa discussão pormenorizada de carácter histórico-sociológico de evolução das estruturas concretas da esfera pública cultural, mas numa análise conceptual dos tipos e processos de racionalização e do lugar da cultura nesse quadro teórico.

Apesar disso, a importância crescente da mercantilização e homogeneização da cultura e das audiências são passíveis de serem subsumidas, no que diz respeito à mudança estrutural da esfera pública, no conceito de dissolução da esfera íntima e da cultura do consumo e, no caso da sua obra posterior, que tem a sua síntese mais significativa na *Teoria do Agir Comunicativo* (2012), no horizonte




conceptual da colonização do mundo da vida através da gestão e manipulação de emoções. Nomeadamente, defendo que a síntese efetuada em torno do conceito de “colonização do mundo da vida” na Teoria do Agir Comunicativo e as leituras feitas, a partir dessa síntese, em *Between Facts and Norms* (1996), aplicáveis ao espaço público constituem uma chave hermenêutica importante para compreender o capitalismo tardio na fase da digitalização, entendendo esta como uma fase aguda de autonomia sistémica e de crise das estruturas do mundo da vida que carecem cada vez mais de uma intervenção reguladora.

Para demonstrar este percurso e as possibilidades de recorrer a este enquadramento, recorre-se a uma revisão crítica de literatura seguindo a metodologia habermasiana com a qual os diferentes documentos são lidos com a preocupação interpretativa de compreender de cada contribuição parcial os seus momentos verdadeiros, procurando, através dos silêncios e das deformações dos textos, um texto latente, cujo encadeamento “ constitui a trajetória do conhecimento” (Freitag e Rouanet, 1990, p. 28).

|

Um dos elementos determinantes da aproximação à esfera pública política consiste no facto de a mesma ter a sua génese na esfera pública literária. Esta aproximação inclui uma perspectiva político-cultural em que ganham peso especial na economia conceptual da obra habermasiana deste período, o livro *A Mudança Estrutural da Esfera Pública* (1984); e o conjunto de trabalhos sobre o Estado e as modernas formas de legitimação (Habermas, 1987, pp. 45-92, orig: 1968; Habermas, 2002/1973; e Habermas, 1983/1976; Cf. Freitag e Rouanet, 1990, pp. 14-15).






Encarada como uma espécie de visão enviesada de uma redenção inatingida, a produção cultural e artística reserva um momento ambivalente, por um lado, inseparável das suas circunstâncias sociais constituintes, por outro, marcado pela sua autonomia em face de um campo social de produção meramente considerado sob perspectiva económica.

Num nível mais geral, a esfera pública cultural tem em si uma promessa de autonomia e de experimentação. Num nível mais específico, constitui um lugar próprio de exercício de práticas sociais alternativas: foi-o, indiretamente, na esfera pública burguesa em que a literatura epistolar, a constituição literária de heróis que tipificavam o espírito individualista e empreendedor da burguesia, a própria fruição colectiva da crítica e do gosto permitiram a formação de subjetividades mais conscientes da sua autonomia e mais confiantes nos poderes do discurso.


Habermas dedicou páginas importantes à evolução dos jornais e à sua leitura pública, à constituição dos teatros, à libertação da música da sua função de representatividade social dos mecenas com a constituição de sociedades públicas de concertos, (1984, p. 55), ao surgimento de público de arte constituído por leigos. Referiu-se à orientação da pintura e das artes para a esfera do público através da constituição de academias e de salões, ao surgimento de uma crítica de arte associada à conversação dos amadores esclarecidos e de jornais ligados à arte e à crítica cultural. Habermas acompanhou Benjamin no processo de des-ritualização da arte como parte de um processo histórico de racionalização em que a arte se liberta dos contextos de utilização ritual. O objecto artístico torna-se mercadoria liberta para o prazer estético do público burguês que frequenta os salões e as exposições do século XIX. Libertada da religião e da vida da corte, a arte torna-se mundana e um veículo de entretenimento de fruição populares. No século XIX e XX, com as artes reprodutíveis, o público burguês, na visão Benjaminiana a que Habermas adere, dá lugar às populações trabalhadoras das sociedades urbanas (Habermas, 1990, pp. 182-183).





No domínio da teoria da arte, durante os debates publicados em 1990 sobre a visita realizada por Habermas a Marcuse em Starnberg (Freitag e Rouanet 1990, p. 31) na discussão sobre estética, preferiu, mais uma vez conceitos benjaminianos, aproximando-se de objetos como o happening e outras manifestações da arte pós-aurática (surrealismo, pop-arte, dadaísmo) e entendeu que à aproximação à vida por parte destas formas de arte contribuiu para a crise de legitimação do capitalismo. Considerou que seria de uma produção colada à realidade capitalista numa atitude de reformismo radical e não de “Grande Recusa” – a atitude defendida por Marcuse, centrada numa arte que mantém a sua distância em relação à vida como recusa do princípio da realidade – que surgirá a elucidação do discurso que permite a formação de um novo consenso. Habermas admitiu, referindo-se às novas performances de vanguarda dos anos 60 e 70, a constituição de novos processos de reconstituição da esfera política “em que se originará, através de novas relações entre os grupos, as gerações e os sexos, entre os sujeitos e a natureza, uma nova formação colectiva da vontade” (cf. Habermas, 1990, p. 13).


Nos textos que produz sobre o seu encontro com Marcuse, sobre Benjamin e, também, sobre a revolta estudantil fica a sensação de que Habermas estaria disponível para avaliar positivamente alguns dos valores de vanguarda que rodeavam nos anos 70 em torno de uma certa interpenetração entre política e estética. A sua abertura às ideias de relação com a vida por parte de uma arte que capta o momento através do *happening*, da montagem, dos *mixed media*, antecessores do multimédia, parece sugerir esta disponibilidade (Habermas, 1990, p. 137). Nos anos da revolta estudantil, a esfera pública que ali se forma está movida por uma objeção dirigida contra a compulsão objetivada de uma sociedade autoritária baseada na obtenção de resultados (Habermas, 1997, p. 32). As agendas expandiram-se e trouxeram elementos pós materialistas de politização do privado. Críticos conservadores como Daniel Bell viram a evolução da cultura com desgosto imputando à modernidade uma



litania familiar de sintomas patológicos como hedonismo, a falta de identificação familiar, a ausência de obediência, o narcisismo e o declínio da competitividade, os quais confirmam os efeitos considerados perniciosos da estética modernista na ethos da família e do trabalho. Os críticos com que Habermas partilha mais afinidades assimilam a modernidade estética como um antídoto contra aspectos restritivos da liberdade por parte do sistema económico e administrativo e como um elemento de desmotivação dos impulsos do capitalismo tardio (cf. Ingram, 1991, p. 69). Para os conservadores, os princípios da contracultura revelam-se incompatíveis com a disciplina exigida pela vida profissional em sociedade e com uma conduta racional orientada para finalidades. Habermas considera que alguns dos fenómenos detetados pelos conservadores resultam da intervenção dos sectores administrativo e económico no mundo da vida do decurso de um processo de modernização societal, cabendo pouco à contracultura da responsabilidade pelas transformações no plano dos valores. (cf. Habermas & Ben-Habib, 1981, p.6). Habermas refere-se à “destruição das formas de vida tradicionais” que resultam do impacto da monetarização e burocratização da força de trabalho e das realizações do Estado (Habermas, 2012, v. 2, p. 580).

## II

A análise habermasiana influiu, a partir dos anos 70, na direção de um conjunto de reflexões filosóficas e antropológicas que transcenderam a análise empírica das condições sociais, históricas e culturais concretas favoráveis à participação dos cidadãos. Apesar da substantiva ausência desse percurso sobre as estruturas culturais, é possível identificar um enquadramento a partir da reflexão produzida ainda que se verifique a lacuna de uma história conceptual sobre a sociologia do espaço público cultural.



O conceito de refeudalização do espaço público, típico do primeiro Habermas, prolongou de certa forma uma visão negativa da indústria cultural. Sociologicamente, Habermas analisou, de modo original, o significado histórico e político das transformações estruturais da sociedade burguesa percebendo algumas das suas mais significativas nuances, mas concluiu num diagnóstico teórico que não escapou à tendência pessimista da Teoria Crítica ainda que sem a tornar um devir histórico inevitável.

Na conclusão da *Mudança Estrutural*, a cultura do capitalismo tardio difere da cultura burguesa primitiva pela ausência de discurso racional entre os destinatários. A discussão de questões culturais é, ela própria, integrada no ciclo de produção e consumo (cf. Habermas, 1984, p. 191) A esfera pública passa a ser constituída por um número cada vez mais pequeno de poderosas organizações e só os públicos organizados podem exercer influência. A opinião pública deixa de ser uma fonte de julgamentos críticos, tornando-se uma variável psicossociológica destinada a ser manipulada. Gera-se um fosso entre a ficção constitucional da opinião pública e a dissolução sociopsicológica do conceito, empreendida no âmbito de uma pesquisa sociológica empírica.

A tese da refeudalização do espaço público é, pois, um marco teórico, a partir do qual é possível confrontar a realidade empírica das estruturas culturais.

A partir do início dos anos 80, consolida-se a visão dual da sociedade entre: 1) o enquadramento institucional de uma sociedade ou mundo da vida, e 2) os subsistemas de acção racional relativa a fins que se incrustam nesse enquadramento. Fala-se neste caso, a propósito do mundo da vida, de um mundo partilhado comum em que sujeitos que “agem comunicativamente buscam o entendimento no horizonte do mundo da vida” (Habermas, 2012, vol. 1, p. 138). No caso específico da organização económica capitalista e da organização estatal contemporânea são interpretadas como “subsistemas que

se diferenciam do sistema de instituições, ou melhor, dos componentes sociais do mundo da vida pelos meios “dinheiro” e poder” (Habermas, 2012, v. 2, p.576).

Quanto ao núcleo institucional da esfera pública é formado pelas redes de comunicação intensificadas pelas atividades culturais, pela imprensa, e, mais tarde, pelos meios de comunicação de massa, os quais tornam possível a participação de um público de pessoas privadas na reprodução da cultura e na fruição da arte, bem como a participação de públicos de cidadãos na integração social, viabilizada pela opinião pública (Habermas, vol. 2, 2012, p. 577).

Habermas desenvolveu a tese da colonização interna do mundo da vida segundo a qual a sociedade enquanto sistema, após ter-se separado do mundo da vida, interfere neste último através sobretudo de subsistemas regulados por meios não linguísticos, como o poder ou o dinheiro, que penetram ou “colonizam” os domínios da vida cotidiana (cf. Habermas, 2012, v. 2, pp. 691-2). Nos campos de ação que são organizados de modo formal, o mecanismo do entendimento linguístico, fundamental para a integração social, vai sendo substituído pelos meios de controle que envolvem as relações de troca e de poder (cf. Habermas, 2012, v. 2, p. 572; p. 574; p. 576). O problema consiste numa aceleração da dinâmica reificadora do sistema de ação administrativo e econômico que parece excluir e dificultar a criação de instituições de liberdade capazes de proteger as esferas de ação comunicativas estruturadas nas esferas pública e privada (Habermas 2012, vol. 2, p 592). Habermas concluiu que esta perda de sentido e de liberdade não é fortuita, mas induzida estruturalmente no mundo da vida pelos subsistemas econômico e administrativo através dos meios “dinheiro” e poder”.



## III

Há, hoje, muitos indícios de refeudalização do espaço público e de colonização do mundo da vida: fragmentação e aparecimento de câmaras de eco de pensamento consonante, empobrecimento da experiência partilhada, privatização maciça da opinião e declínio das estruturas públicas de conhecimento, generalização da vigilância por imperativos de eficiência securitária e económica, datificação dos processos simbólicos a fim de assegurar a sua instrumentalização, empobrecimento da razão comunicativa pública, colonização do mundo da vida pelos imperativos económicos e funcionais nomeadamente, e, de forma mais notável, os provenientes do sistema económico.


Um dos elementos da democracia – o pluralismo e a capacidade de um pensamento alargado capaz de se colocar no ponto de vista de outrem – será severamente contrariado, mobilizando aliás abordagens teóricas relevantes sobre fenómeno. “Capitalismo de informação” foi o conceito cunhado por Byung-Chul-Han para quem chamamos “regime de informação aquela forma de domínio na qual a informação e o seu processamento por meio de algoritmos e de inteligência artificial determinam de um modo decisivo os processos sociais económicos, políticos e culturais” (Byung-Chul -Han 2022, p. 11) “capitalismo de vigilância”, no caso de Shoshana Zuboff, caracteriza “Uma nova ordem económica que reivindica a experiência humana como matéria-prima gratuita para práticas comerciais dissimuladas de extração, previsão e vendas” (Zuboff, 2020).

Byung Chung Han considera que “a representação como presença do outro na formação da opinião própria é constitutiva da própria democracia como prática discursiva” e cita a propósito Arendt: “Formo uma opinião, considerando um determinado assunto de diversos pontos de vista, tendo em mente as opiniões dos ausentes e assim, represento-os” (Han, 2022, p. 33). Lembra que presença

do outro também é constitutiva da ação comunicativa no sentido de Habermas. “Na acção comunicativa tenho de ter presente a possibilidade de a minha declaração ser posta em causa pelo outro”. (Han, 2022, p. 33). Ora, “pode atribuir-se a crise actual da racionalidade comunicativa ao metanível de que o outro está em vias de desaparecimento. O desaparecimento do outro significa o fim do discurso. Isto priva a opinião da racionalidade comunicativa.” (Han, 2022, p. 34). A personalização algorítmica cria um universo de informação fixo em cada um de nós que altera completamente a maneira como acedemos à informação. Quanto mais tempo passado na internet, mais o tempo de reforço das convicções próprios (Idem, 2022 p. 34-35).

Em 2009, o Facebook deu aos utilizadores uma forma de, publicamente, dar “gostos” nas publicações com o clique de um botão. Nesse mesmo ano, o Twitter introduziu o botão de retweet, que permitiu aos utilizadores subscreverem publicamente uma publicação, ao mesmo tempo que a partilhavam com todos os seus seguidores. O Facebook copiou essa inovação com o botão de “partilhar”, que ficou disponível para os utilizadores de smartphones em 2012. Adicionalmente, desenvolveu algoritmos para dar a cada utilizador o conteúdo mais provável de gerar uma interação “gosto” ou qualquer outra, acabando por incluir também o “partilhar”. Estudos posteriores mostraram que as publicações mais prováveis de serem partilhadas são as que desencadeiam emoções — especialmente a raiva - por grupos de pessoas. A ênfase nas emoções reconfigura realidades sociológicas duvidosas sob o ponto de vista da sua consistência histórica e científica e produz, nos discursos identitários, um empobrecimento hermenêutico e argumentativo. Sob o ponto de vista comunicativo, diversos tipos de narrativas falsas ou desinformação escolhem como critério principal a adequação aos valores e crenças pré-existentes no grupo que as partilha agravando as patologias democráticas já referidas.


Embora o tribalismo não se deva apenas à personalização algorítmica da rede, o fundo holístico de ação comunicativa que



constitui o mundo da vida já não é suportado pelos contextos culturais e as tradições são diluídas pela globalização (cf. Han, 2022, p. 36). Habermas num dos seus últimos ensaios, ao assinalar os 60 anos do livro *Mudança Estrutural da Esfera Pública*, identificou uma comunicação encerrada em si própria, fragmentada e semipública que se espalhou entre os utilizadores das mídias sociais. (Habermas, 2022, p. 146). Para Habermas, uma cultura política constitucional de jaez liberal exige um “fundo holístico de acção comunicativa” pois a sua aquisição é em larga medida implícita, “mergulhada numa extensa e complexa rede de memórias históricas e de crenças, práticas e valores tradicionais presentes de geração em geração graças a padrões quotidianos de socialização política. Não se trata de fundar a política exclusivamente na tradição mas de fazer depender o hábito e a educação política também da sua inserção no mundo da vida: uma cultura liberal cujo cerne moral consiste na vontade dos cidadãos para reciprocamente reconhecerem outros como concidadãos e legisladores no sentido democrático do termo exige uma solidariedade cívica e uma prática continuada que não é possível com a expansão centrífuga de comunicações não editadas nem seleccionadas profissionalmente (cf. Habermas, 2022, p. 158). Os novos media e as companhias suas titulares não são responsáveis pelos seus próprios programas e pelos seus conteúdos não oferecem aos seus utilizadores qualquer substituto para a selecção profissional ou para examinação discursiva de conteúdos baseado em padrões cognitivos geralmente aceites (cf. Habermas, 2022, p. 161.).

As estruturas do espaço público são feudalizadas através de fórmulas em que prevalecem a racionalidade económica.

A mobilização do trabalho cultural em geral e até dos próprios momentos de lazer em que os utilizadores das redes são responsáveis pela produção de conteúdos e pela produção de valor são mais um elemento que contribui para a completa dissolução da separação entre o espaço público e o espaço privado.




Estes fenómenos estão hoje patentes na forma como são mobilizados os “utilizadores” de cultura, assim significativamente designados, a participarem no processo de prestação do serviço nas tecnologias da informação. A transformação da audiência em mercadorias identificada primitivamente por Dallas Smythe (1977) diagnostica uma transformação que resulta do facto de os dados dos participantes nos debates serem cada vez mais a mercadoria principal dos produtos culturais da indústria cultural e particularmente das cultura digitais por força da importância concedida às visualizações. Desde o princípio do século XX, os produtores investem na atenção dos consumidores para lhes tornar os seus produtos desejáveis. A atenção dos consumidores é comprada às companhias de media. A atenção é vista como uma mercadoria e os media não são vistos apenas como um elemento da superestrutura, mas como um elemento da cadeia de acumulação de valor (cf. Fisher, 2015, p. 119).

Este olhar económico não esgota a totalidade do desempenho mediático. Os media não são apenas elementos da cadeia da acumulação de valor nem elementos da superestrutura rigidamente determinados pela infraestrutura. São elementos de conflitualidade que participam das dinâmicas de formação da opinião pública, a qual é por sua vez, entendida como elemento de conquista de lealdade por parte das forças que exercem uma posição dominante e como uma oportunidade de abertura temática e de dinamização de agendas por parte das forças que exercem uma pressão de baixo para cima e da periferia para o centro do sistema. Mas este conceito de audiência como mercadoria diagnostica uma dimensão específica dos media que se torna particularmente relevante nos chamados media sociais e que lhe imprime uma dinâmica acentuadamente mercantil em torno das visualizações, dos utilizadores e dos seus dados.

Os atos de receção são cada vez mais configurados como atos de consumo em que os consumidores são emocionalmente induzidos a exponenciarem os comportamentos de consumo de forma a gerarem mais visualizações, numa lógica em que a componente





psicossocial das emoções e da gratificação individual é predominante. Num segundo passo, são acoplados ao sistema económico por força de mecanismos de vigilância que simplificam a extração de dados que são vendidos a plataformas que lucram com as mesmas práticas e aos anunciantes que pagam por esses dados para garantirem a colocação o mais personalizada possível dos seus produtos e da publicidade respetiva. Os cidadãos minimizaram a sua autonomia em função do consumo, autorizando que os seus dados sejam diretamente extraídos se processados por algoritmos em experiências corporativas e, indiretamente, por mecanismos de regulação exclusivamente dependentes do mercado e do Estado. Prescindiram de parte das hierarquias de valor que constituem o próprio espaço público. O “capitalismo de vigilância”, termo reivindicado por Zuboff, mobiliza unilateralmente a experiência humana como matéria-prima gratuita que transforma em dados comportamentais.

Embora alguns desses dados sejam aplicados para melhorar o produtos e serviços, o restante é declarado como excedente comportamental do proprietário, alimentando avançados processos de fabricação conhecidos como “inteligência de máquina” e transformado em produtos preditivos que antecipam as nossas ações atuais imediatas e futuras (Cf. Zuboff, 2020, p. 22).

Para tal, foram mesmo concebidos protocolos automatizados para influenciar e modificar o comportamento e transformaram o mercado num projecto de poder absoluto, num projecto que aos olhos de Zuboff tem uma dívida teórica para com o behaviorismo radical.


## IV DISCUSSÃO

Se a Mudança Estrutural da Esfera Pública consistia um esforço adicional de atribuição de uma densidade histórica empírica ao processo de racionalização e secularização da vida política e

cultural, a verdade é que a conclusão ainda terminava num processo que fazia lembrar os habituais impasses teóricos da Teoria Crítica.

Já a Teoria do Agir Comunicacional, quer propor uma visão emancipadora sobre as próprias estruturas comunicativas que identifica na sociedade, e reformular a teoria da reificação nos termos de uma teoria da colonização do mundo da vida pelo sistema à qual se opõe um processo de racionalização linguisticamente mediado. Ao inserir as possibilidades emancipatórias em estruturas pré-existentes na linguagem Habermas, creio, evita o risco de um devir unilateral da racionalidade que culmine sempre numa história de dominação.


O que significam neste caso, a existência de fenómenos patológicos antidemocráticos que parecem afirmar-se contra todas as formas de diálogo assente no fundo comunicativo do mundo da vida? Será que Han tem razão quando afirma que a tessitura do mundo da vida, o seu fundo holístico e a racionalidade comunicativa que lhe é inerente não suportam fenómenos como a personalização algorítmica imposta pela NET, a polarização das redes sociais, a pressão hiperculturalista e tribalista da globalização? Habermas parece sentir a mesma pressão e alerta para o facto de que uma democracia de certo tipo não pode existir sem uma cultura de um certo modo partilhada. Ao fazê-lo, Habermas identifica uma condição constituinte da própria democracia. Uma teoria política, uma teoria em geral, deve plasmar as condições de existência de um fenómeno, sendo que o facto destas condições se revelarem ameaçadas, não retira razão à teoria quanto ao nexo de causa entre a existência dessas condições e a existência do fenómeno. Ou seja, a existência, em pano de fundo, de uma cultura interiorizada que presuma com uma certa razoabilidade o pensamento e os interesses de outrem e, adicionalmente, a sua consideração com adversário e não como inimigo, é uma condição para a existência de democracia. A inexistência dessa cultura não a transforma numa condição falsa, apenas realça a sua necessidade ou mesmo a sua condição constituinte da própria democracia. Nesse sentido, parece que faz algum sentido



lembrar como condições apriorísticas de um trabalho sobre teoria democrática que há condições apriorísticas da democracia. Fazem parte dessas condições de democracia a existência de um certo grau de universalismo. Não um universalismo desenraizado, abstracto, alheio às condições concretas de existência concreta, mas a existência de uma certa dose razoável de universalismo e de uma certa capacidade de imaginação sobre as pretensões, exigências e circunstâncias de outrem que permitam a aceitação de regras comuns de convivência entre diferenças.

Ao pensar especificamente sobre o papel das redes digitais na estruturação do espaço público e na colonização do mundo da vida convirá reflectir sobre o facto de que a comunicação pública das redes sociais – aquela em que se verifica a polarização na sua máxima força, em toda sua pujança- não pode ser vista como o todo. Ela surpreendeu pela novidade, pelo ineditismo, e, talvez, pela distração democrática do pensamento crítico. A sua óbvia desregulação começa a ser acompanhada já por uma tímida percepção da necessidade da sua regulação. Os episódios sobre o Twitter, as eleições de 2016, o Brexit já produziram algum sobressalto mesmo que este não tenha ainda uma efetiva tradução legislativa à altura. Continuam (se não o são ainda mais) preocupantes, mas já não vivem ocultas sob um manto diáfano de fascínio tecnológico nem de ineditismo – pelo menos ao nível dos decisores e dos estratos da população mais atentos e informados.


A abordagem de Habermas contempla a colonização do mundo da vida pelos subsistemas administrativo e económico, através dos meios do dinheiro e do poder. Convém distinguir empiricamente entre situações em que um dos subsistemas ou ambos exercem a sua força colonizadora em composições diversas. A digitalização em diferentes contextos ditou fórmulas diversas: o poder económico das empresas e corporações- isto é a dominação exercida pelo subsistema económico através do medium dinheiro é visível na extração de dados pelas redes sociais, mas o seu uso pelo sistema administrativo



através do meio poder é visível em países onde vigoram regimes em que as liberdades individuais são reguladas – para usar um verbo soft – pelo Estado. Basta pensar na rede social WeChat e no uso que lhe é dado na República Popular da China. Será que é possível pensar num capitalismo de vigilância modelo Facebook e num Capitalismo de Vigilância de Estado Modelo WeChat? De qualquer modo será possível que as práticas empresariais (como parece acreditar Zboff) consubstanciam um modo de produção novo? Apesar de muito relevantes nem a proposta de Zboff nem as pertinentes observações de Chung Bul Han parecem afetar essencialmente as possibilidades do modelo habermasiano. Não se tratará antes de diferentes composições de propriedade e de diferentes composições de modelos de regulação? A existência de diversos modelos de rede com lógicas muito diversas e muito diversas podem-nos conduzir a conclusões diferentes:

1. A definição de um novo modo de produção distinto do capitalismo tradicional assente na extração de dados e que se designa por capitalismo de vigilância.
2. O prolongamento de um modo de produção semelhante em que se verifica apenas uma alteração de práticas empresariais. É uma tese que parece frágil, instaurada em torno de alguns ambientes políticos que minimizam o impacto das redes como *business as usual*, minimizando algumas das suas práticas notoriamente agressivas.
3. Algures entre as duas hipóteses, ensaia-se uma síntese que considera que há uma claríssima mudança de paradigma em termos do modelo de produção, distribuição, consumo, natureza das mercadorias e das relações laborais que é comparável à introdução da gestão moderna com o fordismo e a linha de montagem, a introdução do direito laboral no século XX, a criação da sociedade de massas.





Tal como aconteceu com a automação, e a generalização das linhas de montagem, existe uma diferença específica introduzida pela revolução tecnológica. Todavia, mesmo considerando estas possibilidades, elas podem ser lidas no âmbito de um horizonte de autonomia sistémica e de um projecto reificado de colonização extrema do mundo da vida em graus diferentes pelo dinheiro e pelo poder administrativo. Quando o dinheiro e o poder se institucionalizam tornando possível a diferenciação dos subsistemas económicos e administrativos surgem sociedades modernas com projetos distintos. Isto é

Um caminho de modernização capitalista se abre quando o sistema económico assume a liderança da sociedade como um todo, desenvolvendo uma dinâmica de crescimento própria. Ora, o caminho da modernização passa a ser outro quando sistema de ação administrativo adquire uma autonomia semelhante em relação ao sistema económico, na base de uma estatização dos meios de produção e do domínio de um único partido institucionalizado [...] Ora, as crises provocadas no mundo da vida pelos subsistemas têm duas portas de entrada. Quando o sistema económico é hegemónico, a crise entra pelas economias domésticas privadas; quando essa hegemonia é do aparelho de Estado, a crise entra através das filiações políticas relevantes (Habermas, 2012, p. 691).


A partir deste modelo, é possível, tendo em conta que Habermas pensava na comparação entre os modelos capitalistas ocidentais e os modelos socialistas burocráticos do Leste da Europa, considerar ainda a possibilidade de um quadro comparativo dos tipos de tendências de crise e das formas de patologia atualmente dominantes na era da digitalização? Por um lado, assiste-se a uma dinâmica de profunda autonomização do sistema económico resultante da globalização: isto é, verificam-se ao nível do emprego, das condições de trabalho, da dicotomia igualdade/desigualdade, das oportunidades de flexibilização do trabalho e de mercantilização generalizada de domínios informais do mundo da vida, indícios que

remetem para uma poderosa actividade hegemónica do sector económico que configura um modelo capitalista típico.

Ao mesmo tempo, verificam-se entre países que seguem esse modelo económico o surgimento de reações nostálgicas de natureza distópica geralmente iliberais que parecem configurar reações tradicionalistas também previstas por Habermas contra as dinâmicas reificadoras do sistema económico e, em particular, contra o sistema económico globalizador.

Simultaneamente, nalguns domínios, verifica-se um reforço do sistema administrativo que, através das novas tecnologias, dispõe de competências reforçadas para exercer algumas das suas funções clássicas designadamente securitárias e de polícia. Ao mesmo tempo, verifica-se um recuo do sector administrativo na regulação de alguns sectores económicos, nomeadamente, na actividade empresarial tecnológica e na actividade financeira. Este tipo de circunstância em que o sistema económico ganha uma força preponderante e o sistema administrativo ganha-a tão só no domínio securitário (Estado-Polícia) recuando na actividade legislativa de regulamentação económica recorda a situação anterior ao Estado Social e, como tal, transporta-nos para a existência de um novo liberalismo que geralmente se designa por ordem neoliberal, configurado pelo recuo do Estado para as funções de segurança em detrimento das funções sociais e reguladoras, em detrimento também da transformação jurídica do poder comunicativo em poder administrativo defendido por Habermas, posteriormente, em *Between facts and norms* (1996).

Simultaneamente, nos países onde existe uma clara predominância do sistema administrativo, com forte restrição das liberdades, concentração estatal, elevados graus de vigilância, como é o caso da República Popular da China, realizaram-se privatizações e lançaram-se empresas de capitais mistos, havendo uma preocupação com reformas no sector económico que acentuam a sua autonomia ainda que dadas as características do país e do regime, a hegemonia



do sistema administrativo não esteja em causa. Todavia, paradoxalmente, parecem reforçar-se as dinâmicas securitárias em detrimento das dinâmicas reguladoras do Estado, o que parece sugerir uma específica leitura do liberalismo económico que resulta das exigências de competitividade postuladas pelo posicionamento geoestratégico de potência.

Neste sentido, não nos parece que as grandes sínteses exploratórias estejam esgotadas até porque o problema do direito e da proteção das estruturas de liberdade e de intercompreensão do mundo da vida parecem ser uma questão central da regulação.

Concluindo, 60 anos após Mudança Estrutural de Esfera Pública e 41 anos após Teoria do Agir Comunicacional, Habermas, apesar de ter abandonado, nas suas sínteses fundamentais, as abordagens histórico-conceituais ao fenómeno da cultura, e consequentemente, dos media, este é susceptível de ser abordado em torno dos conceitos fundamentais de “refeudalização do espaço público” e, particularmente de “colonização do mundo da vida”, vigorando ainda como chave hermenêutica fundamental e activa para a concepção do espaço público as obras posteriores de Habermas posteriores a 1981, nomeadamente *Between Facts and Norms* (1996). Obviamente, este enquadramento é um ponto de partida para um trabalho empírico onde serão válidas perguntas e categorias que carecem de investigação noutra plano que não significam a sua substituição, mas apenas a sua operacionalização e aprofundamento.

O centramento em patologias e disfunções da democracia como o surgimento do populismo, a ruptura do diálogo democrático, o discurso de ódio, polarização, vigilância e extração de dados, são subsumíveis no âmbito da extensa conceitualização feita pelo pensador alemão.

## REFERÊNCIAS

- Benjamin, W. 1997. «A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica» in: Walter Benjamin, Obras escolhidas: magia e técnica, arte e política, São Paulo, Brasiliense, pp. 165-196.
- Fisher, E, 2015. Audience Labour on social media: Learning from Sponsored Stories In: Eran Fisher and Christian Fuchs (Eds). Reconsidering Value and Labour in the Digital Age, Palgrave MacMillan, pp.115-132.
- Freitag, B. e Rouanet, S. 1990, Habermas, São Paulo, Ática.
- Freitag, B. e Rouanet, S., 1990. «Introdução» in Barbara Freitag e Sérgio Rouanet (orgs.) Habermas, São Paulo, Ática. pp. 9-67.
- Habermas, J., 1990. «Arte e Revolução: Herbert Marcuse» in: Barbara Freitag e Sérgio Rouanet (orgs.), Habermas, São Paulo, Ática, 1990, pp. 132-138.
- Habermas, J., 1990. «A crítica conscientizante ou salvadora- actualidade de Walter Benjamin” in: Barbara Freitag e Sérgio Rouanet(orgs.), Introdução, Habermas, São Paulo, Ática, 1990, pp. 169-206.
- Habermas, J., 1987, Técnica e Ciência como «Ideologia” in: Jurgen Habermas, Técnica e Ciência como Ideologia, pp. 45-92, Lisboa, edições 70.
- Habermas, J., 1984. Mudança Estrutural da Esfera Pública, Rio de Janeiro, Edições Tempo Brasileiro, (Strukturwandel der Öffentlichkeit, 1962).
- Habermas, J. 1983. Para a reconstrução do materialismo histórico São Paulo, Brasiliense.
- Habermas, J., 1996. Between facts and norms, Cambridge, MIT Press. (Faktizität und Geltung. Beitrag zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats, 1992)
- Habermas, J., 1997 Toward a Rational Society: Students protest, Science, and Politics, Cambridge, Polity Press.
- Habermas, J., 2002. A crise de legitimação no capitalismo tardio, São Paulo, Tempo Brasileiro.
- Habermas, J., 2012. Teoria do agir comunicativo, 1: racionalidade da ação e racionalização social, São Paulo, Martins Fontes, 2012 (Orig Theorie Des Kommunikativen Handelns, 1981).



Habermas, J., 2012 Teoria do agir comunicativo, 2 : sobre a crítica da razão funcionalista. , São Paulo, Martins Fontes, 2012 (Orig Thorie Des Kommunikativen Handelns, 1981).

Habermas, J., 2022. Reflections and Hypotheses on a Further Structural Transformation of the Political Public Sphere in Theory, Culture & Society 2022, Vol. 39(4) 145-171 © DOI: 10.1177/02632764221112341.

Habermas J. and Ben-Habib, S., 1981. Modernity versus Postmodernity In New German Critique, No. 22, Special Issue on Modernism (Winter, 1981), pp. 3-14.

Han, Byung-Chul, 2022. Infocracia, Lisboa, Relógio de Água.

Ingram, D. 1991. Habermas on Aesthetics and Rationality: Completing the Project of Enlightenment! In New German Critique, Spring - Summer, 1991, No. 53 (Spring - Summer, 1991), pp. 67-103.

Kluge, A. and Negt, O. 1993. Public Sphere and Experience Analysis of the Bourgeois and Proletarian Public Sphere University of Minnesota Press.

Wiggershaus, R. 2002. A Escola de Frankfurt, História, desenvolvimento teórico, significação e política, Rio de Janeiro.

Zuboff, S. 2020, A Era do Capitalismo de Vigilância, Lisboa, Relógio d'Água.

Smythe, D. W. 1977. Communications: Blindspot of Western Marxism. Canadian Journal of Political and Social Theory 1 (3): 1-27.

# 6


*Daniel H. Cabrera Altieri<sup>46</sup>*

## DESINFORMACIÓN, “VERDAD” Y AUTORITARISMO ALGORÍTMICO

46

El autor agradece la financiación de la Unión Europea-NextGenerationEU en el marco de la cual se realizó este trabajo en estancia de investigación en el Instituto de Filosofía del CSIC, Madrid.

DOI: [10.31560/pimentacultural/978-65-5939-953-6.6](https://doi.org/10.31560/pimentacultural/978-65-5939-953-6.6)




La última década a nivel internacional se habla de *fake news*, *posverdad* o *desinformación* como características del actual sistema político-comunicacional en relación con la no concordancia a la “verdad de los hechos”. En su conjunto se refieren a estrategias de comunicación manipuladora para provocar deterioro de la confianza pública en favor de unas ideas, un candidato o un grupo político. En medio de una crisis social de credibilidad hacia las instituciones de la modernidad y en la desorientación de la sociedad respecto de los valores normativos heredados, el sistema político populista ha encontrado, en la desinformación, un camino para un autoritarismo algorítmico, es decir un sistema formalmente democrático funcionando con reglas de comunicación y gestión autoritarias. En el presente texto se busca presentar algunos elementos introductorios para el debate de la relación entre la desinformación, la “verdad” y la posibilidad de una democracia.

## 1. DESINFORMACIÓN ALGORÍTMICA: ¿DECADENCIA DE LA VERDAD?

En 2018 la importante fundación conservadora RAND publicó un informe titulado *Truth Decay*. En él se define la “decadencia de la verdad” como un conjunto de cuatro tendencias relacionadas:

- desacuerdo creciente sobre hechos e interpretaciones analíticas de hechos y datos;
- una difuminación de la línea entre opinión y hecho;
- un aumento en el volumen relativo y la influencia resultante de la opinión y la experiencia personal sobre los hechos;
- y la disminución de la confianza en fuentes de información fáctica anteriormente respetadas.






Con la identificación de estos cuatro elementos se propone escapar de una definición filosófica de “verdad” para centrarse en los fenómenos puestos de moda los años anteriores con los nombre de *fake news* y *post-truth* y que hoy se investigan como “desinformación”. Antes, en 2016, el Diccionario *Oxford* había elegido “posverdad” como palabra del año que califica (en inglés es adjetivo) una situación en la que “los hechos objetivos son menos determinantes que la apelación a la emoción o las creencias personales en el modelado de la opinión publica”. El marco para estas alertas en el mundo anglosajón estaban acompañadas por la campaña presidencial y por la propia presidencia de Donald Trump (2017-2021) en cuyos días *The Washington Post* abrió un contador de *fact-checking* para señalar las mentiras presidenciales en tiempo real (*Fact Checker’s ongoing Database*).

El fenómeno de la desinformación se ha convertido en un problema de primer orden porque no solo se refiere a falsedades políticas, sino también científicas como el terraplanismo, el negacionismo respecto de las vacunas o los bulos que circularon respecto de la pandemia de Covid-19.

¿Qué es la desinformación? Cuatro elementos componen la posibilidad de explicar esté fenómeno: información, falsedad, daño e intención (Wardle, Derakhshan 2017). Una información es errónea (*mis-information*) cuando es falsa pero sin intención de daño. Por malas prácticas profesionales o por pereza, por ejemplo, se puede hacer circular datos que no corresponden con lo sucedido, con sus personajes, con sus causas, etc. En segundo lugar, podemos hablar de mala información (*mal-information*) cuando la información es verdadera pero la intención es causar daño. Por falta de oportunidad, por revelar detalles innecesarios, por promocionar lo íntimo sin relevancia social, etc. Y finalmente, hablamos de desinformación (*dis-information*) cuando se trata de información falsa para causar daño a personas, a partidos, empresas o a una causa. Se espera que ese daño, además desestabilice a otros y haga más aceptable la propia





posición. La desinformación se multiplica a gran velocidad por redes digitales y llega a grandes públicos, sin costos de emisión y sin que sea punible legalmente.

Para hacer frente a esta situación de “desorden informativo” hace más de una década se utiliza el *fact-checking*. Técnica de verificación de datos y hechos publicados principalmente en Internet que se ha convertido en una importante herramienta para el ejercicio del periodismo y la necesaria transparencia del ejercicio de todo gobierno. En cada época se ha utilizado la tecnología existente para difundir falsedades, desde la imprenta, el telégrafo, la radio, la aviación y el cine, hasta Internet y esas mismas tecnologías han servido para combatir la falsedad y el engaño. Pero lo que está en juego ahora, es la posibilidad de la Política y su relación con la verdad. En ello la comunicación y la educación juegan un papel clave.

¿Qué decimos cuando afirmamos que estamos en épocas de *fake news*, *posverdad* o *desinformación*? ¿El siglo XX era el tiempo de la verdad?

Las *fake news* son noticias, imágenes u otro tipo de contenidos falseados con una cierta intención. Sin embargo, la creación de falsedades con una intencionalidad táctica forma parte de la historia de la comunicación y la política, en Occidente, al menos desde Platón y pasando por Hobbes. La mentira y la falsedad y, en su modo extremo, la propaganda -la mentira organizada en la esfera pública- siempre han sido una parte de la política. Su uso ha buscado conseguir algún tipo de ventaja frente a los identificados como adversarios.

Entonces ¿qué es lo característico de la situación actual? Ante todo, se relaciona con un sistema comunicativo de medios digitales e internet que dan al fenómeno una escala global y una velocidad sin precedentes en la producción y circulación de imágenes y mensajes. La *posverdad*, las *fake news* y la *desinformación* son posibles hoy debido a una compleja interacción entre tecnologías

digitales, prácticas comunicacionales en red y una nueva sociedad llamada “capitalismo informacional” (Castells 1996), “infocracia” (Han 2021) o “sociedades de control” (Deleuze 1991).

## 2. POLÍTICA Y VERDAD

La teoría política siempre hizo referencia a las creencias y a la opinión como un problema al que debe enfrentarse. Entre otras cosas, porque la mentira se utilizó como “una herramienta necesaria y justificable no sólo para la actividad de los políticos y los demagogos sino también para el hombre de Estado” (Arendt 2017: 15) ¿Por qué ahora de pronto descubrimos el “problema de la verdad” en política? En este punto, es necesario hacer referencia al ensayo “Verdad y Política” de Hannah Arendt por su relevancia.

### 2.A. - VERDAD Y AUTORITARISMO

Hannah Arendt plantea que la verdad y la política “nunca se llevaron bien” pero, destaca que esa situación no tiene tanto que ver con la verdad en sí misma, sino con el modo en que se la suele defender como algo definitivo, absoluto e, incluso, más allá de toda crítica. Analiza el fenómeno totalitario y su utilización sistemática de la mentira en la vida pública que a diferencia de otras formas de gobierno tiránicas, en las que la mentira, engaño u ocultamiento es una estrategia deliberada para mantener el orden o sacar provecho personal. La mentira totalitaria busca hacerse pasar por verdad.

Esa pretensión de verdad es algo común con el actual fenómeno de desinformación que no se trata solo del interés en un determinado orden político. Mientras que la mentira corriente busca una sintonía con los datos de la realidad, esforzándose en ser verosímil,

la mentira totalitaria, como hoy la desinformación, busca ajustar los datos a ella o leerlos de manera aberrante y con una difícil conexión con la realidad.

La diferencia podría consistir que en el totalitarismo clásico había una estrategia que consistía en hacer desaparecer los datos, ocultarlos o, mejor aún, eliminarlos. La destrucción de la información era un elemento más en la violencia y destrucción de la víctima. En cambio en la desinformación se descalifica el dato -su verdad, su relevancia-, se ningunea al mensajero -su lógica o su persona-, o se ignora, de manera consciente o no, cuál sean los hechos.

El totalitarismo clásico, destruía expedientes, sustituía registros, eliminaba personas, reemplazaba datos auténticos. En el mediano plazo, el efecto era la pérdida de referentes confiables para establecer un mundo y una historia común y, con ello, la posibilidad de la cooperación interpersonal. Se producía una ruptura del mundo por la continua sospecha de vivir en un mundo ilusorio, manipulado, sin referencias confiables. Es cierto, que hay "secretos de Estado" porque probablemente hay ciertos asuntos que son demasiado importantes para ser "negociados", sin arriesgar el mundo que se comparte. Pero, la desinformación del actual sistema autoritario destruye la confianza pública con sospecha arbitraria generalizada y manipula a su antojo los "hechos" por "hechos alternativos" (*alternative facts*) basados en suposiciones personales o en creencias populares sin fundamentos. El caso de la pandemia del Covid-19 y la cuestión de las vacunas mostró hasta que punto puede llegarse en la sospecha y manipulación pública.

La argumentación de Hannah Arendt consiste en reconciliar a la verdad con la política mediante el recurso de distinguir dos tipos de verdades. La verdad factual, referida a los hechos duros, verificables por los sentidos que hace referencia a un estado de las cosas. Y la verdad de carácter racional, que tiene que ver con ideas intangibles, susceptible de apreciación sólo argumental. Defiende que la

primera, la factual, tiene una significación política porque su objetividad es apreciable inmediatamente por todos. La otra, la racional, admite una mayor manipulación al no estar al alcance de cualquiera.


Esto implica que en la democracia se incorpora dos dimensiones importantes de la verdad: una práctica, relacionada con la participación inclusiva de todos; y otra epistémica, asociada a la deliberación. Lo que implica que una democracia estaría en peligro por la exclusión de individuos o grupos, por la negación de su condición política de ciudadanos, pero también si, estando todos incluidos, no existe diálogo entre ellos. La tiranía totalitaria, comenta Arendt, sería el primer caso. El segundo, la tiranía demagógica, podríamos decir que corresponde el actual autoritarismo como los ejercidos por los gobiernos de Trump o Bolsonaro. En este sentido, el actual fenómeno de la desinformación consiste en la maniobra y deformación del diálogo público mediante el engaño con datos falsos, la descalificación de los oponentes y de su discurso, la manipulación algorítmica personalizada de las opiniones de los ciudadanos/usuarios.

## 2.B. - DESINFORMACIÓN Y VERDAD

El fenómeno del totalitarismo suprimió la manifestación de las opiniones plurales y con ello, la destrucción de la vida pública. Sin ella, el sentido común, que nace en el espacio entre los ciudadanos, no puede constituir un asiento firme para juzgar lo que sucede. La destrucción sistemática de la verdad, no su ocultamiento, fue lo que hizo el mayor daño al espacio público. Destrucción que, en la mayoría de los regímenes políticos autoritarios, operó también mecanismos de censura contra la expresión de las ideas y opiniones de la gente.

La desinformación es una estrategia del autoritarismo algorítmico, una nueva manera de censura, no por la prohibición explícita y abierta, sino por vía de negación de los hechos y las informaciones mediante la construcción de discursos, sin justificación lógica






ni datos contrastados, sólo sostenidas por la apelación a un mundo común de creencias alternativas. La invocación de un “nosotros” perseguido como si de una minoría se tratara aunque, esa es una estrategia central, constituyen un grupo mayoritario y que, además, ostenta el poder (económico y/o político).

Todo ello incluye un cambio de estrategia de lo político que consiste en reforzar los grupos cerrados de redes sociales digitales donde se refuerzan las creencias con apelaciones al sentido común del grupo en cuestión. La idea de pertenecer a un grupo frente a la “mayoría” que serían los medios sociales convierte a las redes en las “catacumbas” del autoritarismo algorítmico donde los creyentes participan de sus rituales y creencias. El sentido de pertenencia ocupa, entonces, un lugar central en grupos reunidos por creencias y enemigos comunes. Lo que genera identidades políticas que se sostienen en la medida que también se fabrican contextos “bélicos” y estratégicos dentro de los cuales el grupo no solo tiene una creencia sino también una misión.

En el sistema totalitario, sostiene Arendt, se aplica un tipo de censura singular, presentada como una defensa de la verdad. Se comienza con un disimulo u ocultamiento de una verdad cuyo conocimiento público podría erigirse en amenaza para la estabilidad del gobierno. En la actual desinformación, interesan versiones que permitan fortalecer la posición. Versiones inverosímiles que, por inconcebibles que parezcan, siempre encuentran refuerzo en grupos sociales digitales. Cualquier cuestionamiento se toma como parte de una conspiración del “enemigo” con lo que esas versiones distorsionadas se hacen irrefutables.

¿Cómo podría falsarse un discurso político que argumenta, por ejemplo, que un determinado país pertenece “al eje del Mal” y en consecuencia debe ser invadido? No hay datos, ni hechos que puedan discutirse. Se traslada el eje de la argumentación hacia límites de las opiniones y creencias. De esta manera, el propio discurso



político manifiesta su pretensión de incuestionabilidad e, incluso, de infalibilidad. Y con ello la autoridad, se convierte en el garante de lo que debe ser opinado, es decir se transforma en autoritarismo. La verdad siempre pone límites al discurso político. Uno no está autorizado a opinar cualquier cosa, si al hacerlo pasa por alto los datos objetivos de la realidad o abandona el terreno de la racionalidad. Por esta razón, Arendt, reconoce que la verdad factual configura el pensamiento político por lo que “las opiniones, inspiradas por pasiones e intereses diversos, pueden diferenciarse ampliamente y ser legítimas mientras respeten la verdad factual”.

La verdades de hecho, las contrastables y verificables, adquieren una importancia política fundamental cuando “lo común” está en juego en su posibilidad de ser reconocido por todos como tal, como “realidad común”. Las reacciones políticas ante la pandemia del Covid-19 planteó con claridad el desprecio hacia las definiciones de la ciencia respecto de “contagio”, “virus”, “vacunas”, por ejemplo, convirtiendo en opinable la investigación científica (Iranzo-Cabrera, López-García, 2021). Con ello el propio método científico parecía diluirse en el terreno de la opinión, en un peligroso juego donde la verdad pertenece al que tiene mayor poder para imponer sus creencias como válida para todos. Sucede en el caso extremo de las verdades científicas asociadas al Covid-19 o el cambio climático, pero también, en la verdad histórica y en la memoria colectiva, terrenos donde la discusión siempre es posible, en tanto se sustente los hechos y la racionalidad. El abandono de la verdad implica un enorme riesgo para la libertad humana. Es aquí donde el ejercicio de la comunicación y la educación son instrumentos esenciales para la conquista de la autonomía.


### 3. COMUNICACIÓN POLÍTICA Y “VERDAD”

La teoría de la comunicación surgió a inicios del siglo XX como un problema de comunicación política. Nuevos medios masivos de comunicación aparecían desafiando la democracia por, se suponía, gran poder manipulador de la prensa y la radio. La idea de que los medios podían inocular con éxito cualquier mensaje en la población se convirtió en un lugar común. Y, para colmo de males, la prensa desde décadas anteriores luchaba contra la “prensa amarilla”.

En ese momento, uno de los “padres fundadores” de la comunicación como disciplina, Edward Berneys, dio forma a este sentir definiendo la comunicación política como la cristalización de la opinión publica para mejorar la sociedad. Llamó a la actividad y la disciplina que se encarga de esto “propaganda” primero, “relaciones publicas” después. En estos casos, el eje verdad-mentira estaba modificado por el “interés” de una empresa o de un gobierno que pagaba a una empresa de comunicación con el objetivo de vender más y ampliar su mercado a costa de la salud de la población como la campaña “antorchas de la libertad” para que las mujeres fumen en 1929 o para que una empresa como la *United Fruit Company* en conjunción con la CIA de EEUU tuvieran vía libre para derrocar al presidente electo de Guatemala en 1954 que no favorecía los “intereses” “americanos”.

Estos casos, entre muchos otros “éxitos”, justificaban la necesidad y la importancia de la “Propaganda”, es decir, “la manipulación consciente e inteligente de los hábitos y opiniones organizados de las masas” para una “sociedad democrática” en la cual, el “verdadero poder” lo detenta el “gobierno invisible” de “quienes manipulan este mecanismo oculto de la sociedad”.

Quienes nos gobiernan, moldean nuestras mentes, definen nuestros gustos o nos sugieren nuestras ideas son en gran medida personas de las que nunca hemos oído hablar. Ello es el resultado lógico de cómo se organiza



nuestra sociedad democrática. Grandes cantidades de seres humanos deben cooperar de esta suerte si es que quieren convivir en una sociedad funcional sin sobresaltos. A menudo, nuestros gobernantes invisibles no conocen la identidad de sus iguales en este gabinete en la sombra (Berneys, 2008: 15).

Quién gobierna no se interesa por la verdad sino por el orden social, “la imposición de una disciplina en la mente pública tanto como un ejército impone la disciplina en los cuerpos de sus soldados” (ídem 34). Y la propaganda es, entonces, “el intento consecuente y duradero de crear o dar forma a los acontecimientos con el objetivo de influir sobre las relaciones del público con una empresa, idea o grupo” (ídem 33). Esa influencia, mejor, manipulación la fundamentó en la disciplina creada por su tío, Sigmund Freud, “el estudio sistemáticos de la psicología de masas reveló a sus estudiosos las posibilidades de un gobierno invisible de la sociedad mediante la manipulación de los motivos que impulsan las acciones del hombre en el seno de un grupo” y por ello se preguntaba: “si conocemos el mecanismo y los motivos que impulsan a la mente de grupo, ¿no sería posible controlar y sojuzgar a las masas con arreglo a nuestra voluntad sin que éstas se dieran cuenta?” (ídem 61).

Con una preocupación por el orden de la sociedad impuesto por los poderosos que justifica la manipulación de la opinión Bernays logró el éxito de una comunicación política donde la verdad o la mentira no interesa como tal, sino en función de una organización de la social concebida como institución al borde del caos. Un caos que se despierta si cada individuo actúa según sus pulsiones. Ese interés justificaba la manipulación de la opinión pública a través de técnicas de comunicación englobadas en la “propaganda” y las “relaciones públicas”. Unos años antes, Walter Lippman en “Opinión Pública”, había destacado la importancia de los “asuntos públicos” como aquellos “aspectos del mundo exterior que están relacionados con comportamientos desarrollados por terceros y que en alguna




medida interfieren con el nuestro". Además insistía en la creación de "imágenes mentales" colectivas y que "provocan reacciones por parte de grupos de personas, o de individuos que actúan en nombre de grupos" (Lippmann 1964: 30).

La comunicación política de la mano de los nuevos medios (prensa, cine, radio), aparecía, en EEUU y en el mundo, como una estrategia de manipulación de ideas e imágenes en función del orden y el control social. Una influencia de los medios de comunicación bajo la idea de la comunicación como modo de manipular la mente humana para conseguir y sostener el poder.

Manuel Castells, ya en el siglo XXI, en "Comunicación y Poder" (2008) plantea que el poder es una relación que consiste en la capacidad de modelar mentes a través de procesos de comunicación. El poder, sostiene, se construye, se ejerce, se cambia y se desafía a través de la comunicación. Su teoría comunicativa del poder busca explicar de qué forma se construye el poder en nuestra mente a través de los procesos de comunicación. Para ello, estudia las formas concretas de conexión entre las redes de comunicación y de significado (en el mundo y en nuestro cerebro).

En ese sentido, el poder sería la capacidad de modelar mentes, una estrategia que se presume opuesta a la coacción. Castells sostiene que el objetivo de la dominación tiene como medio lograr el consentimiento o al menos para instilar miedo y resignación respecto al orden existente y de esta manera, imponer las reglas que gobiernan las instituciones y las organizaciones de la sociedad. Por ello, insiste que la batalla primordial: gira en torno al moldeado de la mente a través de la definición de las normas de la sociedad y su aplicación a la vida diaria.

Castells defiende esta concepción del poder pero también del contrapoder porque el proceso de comunicación influye decisivamente en la forma de construir, pero también de desafiar las




relaciones de poder en todos los campos de las prácticas sociales, incluida la práctica política. Su análisis no se refiere a toda la sociedad sino a una estructura social concreta, a la sociedad red. Una estructura social construida alrededor de (pero no determinada por) las redes digitales de comunicación. Y cuyo análisis realizó en los tres tomos de la "Sociedad de la Información" (1999).

Esta estructura instalada a finales del siglo XX y definida como "sociedad informacional" implicó nuevas estrategias de manipulación de "la verdad". El caso de "Cambridge Analytica" y Donald Trump llevo a un punto de no retorno de manipulación de la ciudadanía con un objetivo político o comercial. La empresa *Cambridge Analytica* analizó la personalidad de millones de usuarios de *Facebook* para elaborar perfiles y dirigir publicidad microfocalizada (*microtargeting*) a los ciudadanos norteamericanos seleccionados.

El *microtargeting* consiste en la gestión de grandes cantidades de datos buscando patrones comunes mediante criterios de selección que distinguen inclinaciones, intereses, preocupaciones, situación socio económica, nivel educacional, franja etaria, etc. con el objeto de crear segmentaciones del conjunto total. Las personas que componen cada uno de los subgrupos se convierten en destinatarias de mensajes personalizados. Con ello se logra un incremento en el impacto y la respuesta esperada en el apoyo a candidatos e ideas.

Gilles Deleuze en 1990 había definido un nuevo tipo de sociedad emergente como "sociedad de control" donde el instrumento de control social estaba en manos del marketing y en su instrumentación por los dueños de la sociedad. Para el filósofo el control se ejerce a corto plazo y mediante una rotación rápida, aunque también de forma continua e ilimitada. Esto se oponía a los que Foucault había definido como sociedad disciplinaria que requería una larga duración, infinita y discontinua. Por ello, Deleuze aseguraba que el ser humano de esta sociedad se caracteriza por la deuda, es decir, lo contrario del encierro foucaultiano, un ser humano libre pero



conectado permanentemente. Este ser humano ya no encerrado sino endeudado es la cara de la instalación progresiva y dispersa de un nuevo régimen de dominación.

En nuestros días Byung-Chul Han en "Infocracia" (2021) habla de un "régimen de información" como una forma de dominio en la que la información y su procesamiento, mediante algoritmos e inteligencia artificial, determinan de modo decisivo los procesos sociales, económicos y políticos. Asociado al capitalismo de la información devenido capitalismo de la vigilancia (Zuboff 2020), el poder y la información producen una vigilancia psicopolítica para el control y el pronóstico del comportamiento humano. Para el filósofo "la dominación se consume en el momento en que la libertad y la vigilancia se aúnan" (Han 2021: 14) por eso, aunque la transparencia se presenta como "el imperativo sistémico del régimen de información" (ídem 15) sin embargo, la oscura sala de máquina algorítmica recuerda que la dominación en sí misma no es transparente. En este sentido, "el capitalismo de la información se apropia de técnicas de poder neoliberales" (ídem 18) como los incentivos positivos, la motivación y optimización, y sobre todo, la información como libertad y comunicación. Donde "libertad no significa actuar, sino hacer clic, dar al like y postear".

El nuevo sistema digital de comunicación ha modificado el modo en que la verdad-mentira circula entre los ciudadanos de una sociedad. El medio de transmisión/construcción de las ideologías parece haber pasado de las narraciones a las jaculatorias algorítmicas. Frases/imágenes breves producidas y dirigidas a perfiles muy específicos. En este contexto, puede producirse cualquier estrategia de desinformación con grandes resultados de adeptos por ridícula que sea una idea.

De los medios tradicionales y la propaganda a internet, aplicaciones y redes sociales con su sistema algorítmico se ha experimentado un cambio importante. A comienzo del siglo XX los medios eran un instrumento del poder, una herramienta en la construcción

del consenso y el orden social. Desde finales de siglo, es el poder político el que está instrumentalizado por los medios. La mediatización de la vida cotidiana y la sociedad ha modificado lo social donde la presencia de lo distinto, del otro, de lo Otro se ha convertido en problemas “mas cercanos” en tanto todo está apantalladamente en nuestras manos, aunque distante en lo experiencial.

## 4. DESINFORMACIÓN Y TECNOLOGÍAS ALGORÍTMICAS

### 4.A.- EL DESORDEN INFORMACIONAL


La desinformación tiene diferentes problema interrelacionados (Wardle; Derakhshan, 2017). Ante todo los derivados de las posibilidades tecnológicas. En primer lugar, la *amplificación computacional* que permite comprar la influencia a través del uso de *bots* para manipular el resultado de peticiones en línea, cambiar los resultados de los motores de búsqueda e impulsar determinados mensajes en las redes sociales. En segundo lugar, la cuestión de *la escala y el impacto* de las campañas que utilizan perfiles demográficos y el comportamiento *on line* para microdirigir información falsa o engañosa. En tercer lugar, la llamada “cámara de eco” y “filtro burbuja” que implican la fragmentación de los públicos en los medios tradicionales y sobre todo, los medios *on line*. Y en este contexto, poder comprender los principales medios de comunicación tradicionales, particularmente la televisión (que sigue teniendo gran importancia en muchas capas de la población) en la difusión y amplificación de la información de mala calidad que se origina en las redes sociales. Pero también hay problemas “de siempre” que han adquirido nuevas dimensiones. En primer lugar, la cuestión del *lenguaje* que requiere pensarlo de modo crítico para poder captar la cada vez mayor complejidad de los



fenómenos sociales. Y, en segundo lugar, se trata también de comprender la disminución de la *confianza* en las pruebas y la dificultad para separar hechos de opiniones.

Hablar de "desinformación" tiene algunas ventajas sobre la expresión "*fake news*". Ante todo porque este último es inadecuado para describir el complejo fenómeno de la contaminación informativa; pero también porque los políticos de todo el mundo se han apropiado del término para describir organizaciones de noticias cuya cobertura les resulta desagradable. De este modo, se está convirtiendo en un mecanismo mediante el cual los poderosos pueden reprimir, restringir, socavar y eludir la prensa libre.


En este contexto se destaca el problema de las "cámaras de eco" o "filtro burbuja" (Pariser 2017) que nombra el problema derivado, entre otras causas, de la pertenencia a grupos cerrados y al seguimiento de recomendaciones algorítmicas. Las "cámaras de eco" resultan atractivas para los usuarios de redes sociales porque en ellas se comparten creencias y visiones del mundo con los demás, sin miedo a la confrontación o a la división. Permiten definir ante otros con la misma visión del mundo nuestras identidades. El "filtro burbuja" nombra a los algoritmos que seleccionan el contenido que se ajusta mejor a nuestras preferencias. Mediante un proceso de acumulación de datos, el algoritmo aprende sobre nuestras preferencias a medida que navegamos por internet y utilizamos aplicaciones. En un principio, esto aparece como una ventaja para los usuarios, pero luego hace que el contenido al que se accede esté preseleccionado y, por tanto, condicionado. Abunda la creencia que existe todo tipo de información a nuestro alcance y que Internet es un medio de contenidos libres, lo cierto es que al usuario se le presenta el contenido que el algoritmo asocia a nuestro perfil de búsquedas y elecciones determinando lo que puede ser interesante para nosotros. Esta estrategia sociotécnica se refuerza por el lado de los usuarios "humano" con la dimensión psicosocial y cognitiva del "sesgo cognitivo de confirmación" y el "sesgo del falso consenso" o "espiral del silencio".



Este comportamiento por supuesto, no es nuevo, pero las plataformas aprovechan estas tendencias humanas de reunirse con los que piensan lo mismo o tiene gustos similares sabiendo que de esta manera se tiende a pasar más tiempo juntos en sus sitios y aplicaciones. En este sentido, se muestra que la comunicación no es tanto la transmisión de ideas como el compartir espacio-tiempo ritual de estar juntos en medio de un mundo en conflicto. Lo que no parecía tan claro en los medios tradicionales (emisores con mensajes unidireccionales) y que está presente en la esfera digital desde la misma concepción conversacional del diseño de la plataforma, aplicación o tipo de comunicación. Desde el diseño de interfaz de usuario se optimiza todo para una navegación fácil, atractiva y adictiva y, en la mayoría de ocasiones, el producto (ya sean aplicaciones, webs con contenido informativo, redes sociales, etc.) es ofertado de manera gratuita para facilitar aún más la entrada en “el ritual de la comunicación”. Las características del enfoque sociotecnológico permiten la evolución de las estrategias de marketing basadas en datos combinando con el microtargeting y el marketing relacional. Gracias a lo cual se puede combinar una segmentación exhaustiva de los públicos objetivo de las campañas con sus características psicológicas y personales. Cuando todo ello se utilizan para la propaganda política se puede segmentar el público a tal nivel que es posible adaptar el tono del mensaje y el contenido hasta que es posible que vecinos reciban mensajes diferentes y totalmente adaptados a su personalidad para buscar una determinada reacción. Aunque este tipo de técnicas se utilizaron desde 2012 se ha llegado a un nivel de sofisticación que hacen que hablar de “ingeniería social” sea una descripción de la realidad.

#### 4.B.-“INTERFERENCIAS ELECTORALES”


Un ejemplo de lo anterior lo podemos encontrar en algunas de las estrategias de la Unión Europea. El *Grupo de Trabajo East*



*Stratcom* del Servicio Europeo de Acción Exterior creó en 2015 el proyecto “EuvsDisinfo” “para predecir, abordar y responder mejor a las campañas de desinformación de Rusia que afectan a la Unión Europea”. Su principal objetivo es que el público logre una mayor conciencia y familiaridad acerca de las operaciones de desinformación del Kremlin. Junto a ello se propone ayudar a los ciudadanos “a desarrollar resistencia a la manipulación de la información digital y de los medios de comunicación”. EUvsDisinfo es un repositorio de código abierto con capacidad de búsqueda de este tipo en 15 idiomas, que cuenta con más de 12.000 muestras de desinformación. Puede consultarse sus interesantes artículos, análisis y bases de datos en <https://euvsdisinfo.eu/>.

En 2019, antes de las elecciones, un informe sobre “10 métodos de interferencia electoral” donde pone en contexto la manipulación de la información. El informe se divide en cuatro categorías, la primera es la “manipulación de la información” que se refiere ante todo a las consecuencias de la creación y uso de identidades y cuentas falsas para (1) la fabricación deliberada de noticias para engañar; (2) para comprar anuncios *on line*, principalmente en redes sociales; (3) para usar *trolls* y/o *bots* automatizados en redes sociales y foros amplificando sentimientos contrarios; y (4) para suplantar identidades en sofisticadas operaciones de *phishing*.

La segunda categoría se refiere a la interrupción cibernética. Concretamente a (1) operaciones de *hackeo* y filtración mediante el robo de correos electrónicos o documentos a través de operaciones de piratería informática o *phishing*, seguido de su publicación pública estratégica, generalmente a través de un proxy para evitar la atribución; (2) piratería de reconocimiento contra instituciones estatales u organizaciones de influencia pública, como grupos de expertos, ONG y organizaciones de medios; y (3) ataques a la infraestructura en una gran variedad de ciber tácticas específicas (por ejemplo, penetrar el sistema de votación electrónica, las bases de datos de votantes o las redes informáticas relacionadas de un país).




La tercera categoría es la preparación política mediante, primero la cooptación de élites mediante relaciones favorables con grupos claves del sector público y privado. En segundo lugar, mediante la financiación, abierta o encubierta, de partidos o campañas. La cuarta categoría es la intervención extrema, es decir, el uso del poder duro para intervenir en los desarrollos políticos y el proceso democrático de un país, a través de una acción militar abierta o encubierta.

Las primeras dos categorías se refieren al fenómeno específico de la desinformación, aunque enfocado a la intervención de un Estado, puede aplicarse a la manipulación de partidos políticos o grupos de interés en diferentes países, como sucedió en EEUU. En algún sentido, sirve como ilustración del trabajo político, comunicacional e informático que supone lo que los ciudadanos pueden percibir como algo casual, acertado e incluso verdadero (Cano-Orón, Calvo, Dafne; López-García, y Baviera 2021).

## 5. VERDAD, COMUNICACIÓN DIGITAL Y POLÍTICA

El actual sistema de autoritarismo amenaza la esfera pública con su desprecio por la verdad a través de la manipulación algorítmica de la comunicación y la sociedad. La verdad es ante todo el espacio y el tiempo que una sociedad habita y que define conjuntamente en la educación y la comunicación. En su lugar, se promueve y construyen un régimen de creencias con jaculatorias micro-dirigidas y leyendas de buenos y malos cuyos papeles y rostros cambian constantemente según conveniencia. Conviene recordar que las creencias, como ha comentado Ortega y Gasset, operan desde un comienzo cuando se piensa en algo. Son un suelo a-problemático, una base en la que se está y que permanece allí incuestionable, como





una evidencia. Por el contrario una teoría, una idea, requiere ser pensada, necesita ser formulada, discutida, contrastada. El sistema digital de comunicación facilita la tarea de refuerzo del suelo en el que se está. Creencias, sospechas, leyendas apoyan el sesgo de confirmación del usuario. Podría también servir para convertir en hipótesis para pensar pero para ello hace falta una educación que rompa con la inercia del consumo a-crítico. Una población cada vez más conectada pero, también, más aislada del debate público constituye una oportunidad para un sistema político con el mayor de los desprecios por el conocimiento y el debate público racional. La comunicación algorítmica que hasta ahora parece una aliada para la arbitrariedad autoritaria, podría ser también la oportunidad para una nueva educación ciudadana centrada en la conversación crítica y racional.

## BIBLIOGRAFÍA

Arendt, Hannah (2017) "Verdad y política" en *Verdad y mentira en política*, Barcelona, Página Indómita, Barcelona.

Bernays, Edward (2008) *Propaganda*, Madrid, Melusina.

Cabrera Altieri, Daniel H. (2021) "El algoritmo como imaginario social" *ZER: Revista de Estudios de Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 26(50). <https://doi.org/10.1387/zer.22206>.

Cano-Orón, Lorena; Calvo, Dafne; López-García, Guillermo; y Baviera, Tomás (2021). "Disinformation in Facebook Ads in the 2019 Spanish General Election Campaigns". *Media and Communication*, 9 (1). pp. 217-228.

Castells, Manuel (1996) *La era de la información*. Madrid, Alianza.

Castells, Manuel. (2009) *Comunicación y poder*. Madrid, Alianza.

Deleuze, G. (1991) *Posdata sobre las sociedades de control*.

EuvsDisinfo (2019) *Methods of Foreign Electoral Interference* en <https://euvsdisinfo.eu/methods-of-foreign-electoral-interference/>.

Han, Byung.Chul (2021) *Infocracia. La digitalización y la crisis de la democracia*, Madrid, Taurus

Iranzo-Cabrera, María y López-García, Guillermo (2021) "Scientific power in the Spanish press during the pandemic: a portrait of new leaders while explaining its risk" *Communication & Society* vol. 34 (2), pp 263-280.

Goulart Massuchin, M. y Campos-Domínguez, E. (2016). "Elecciones de Brasil en 2014: las webs de los candidatos presidenciales como herramienta de campaña electoral". *Revista OBS*, 2016, 10

Lippmann, Walter (1964) *La opinión pública*, Buenos Aires, Compañía General Fabril Editora.

Pariser, Eli (2017) *El filtro burbuja. Como la red decide lo que leemos y lo que pensamos*, Barcelona, Taurus.

Rodríguez Ferrándiz, Raúl (2018) *Máscaras de la mentira. El nuevo desorden de la posverdad*, Valencia, Pretexto.

Wardle, Claire; Derakhshan, Hossein (2017) *Information Disorder. Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Council of Europe report DGI, September 27, 2017

Zuboff, Shoshana (2020) *La era del capitalismo de la vigilancia*, Barcelona, Paidós.

# 7

*Gil Baptista Ferreira  
Instituto Politécnico de Coimbra*

## **EM QUEM CONFIAR?**

**COMUNICAR CIÊNCIA  
EM TEMPOS DE DESINFORMAÇÃO**




## INTRODUÇÃO: DA PANDEMIA À INFODEMIA

A pandemia de COVID-19 aumentou a relevância da ciência nas reportagens, no discurso dos media sociais e nos processos de formulação de políticas, mais do que muitos outros eventos na história recente: virologistas tiveram destaque em jornais, indivíduos comuns discutiram conselhos médicos em sites de redes sociais e políticos discutiram sobre as últimas evidências epidemiológicas em debates parlamentares. A elevada importância da expertise científica reacendeu as discussões sobre como as sociedades devem comunicar sobre a ciência para garantir que as decisões individuais e políticas sejam baseadas nas “melhores evidências disponíveis” – e para explicar barreiras a essa comunicação, como a desconfiança do público em relação aos cientistas e uma suposta superabundância de informações falsas e enganosas, descrita como “infodemia” (Mede, 2022; Longstaff, 2005).

O presente capítulo parte e reproduz de muito perto um estudo desenvolvido em Portugal (Ferreira, 2021), ao longo de aproximadamente um ano (desde março de 2020 a fevereiro 2021), em que o tema da informação acerca da pandemia COVID-19 dominou a esfera pública em termos globais. Durante esse período, paralelamente à propagação global do próprio vírus, foi desde logo claro o surgimento de outro tipo de pandemia. O diretor-geral da OMS, Tedros Adhanom Ghebreyesus, alertava, nos primeiros meses da pandemia, que com a chegada e a disseminação da COVID-19, “na OMS, não estamos apenas a lutar contra o vírus, mas também contra os teóricos dos *trolls* e da conspiração que espalham informações erradas e prejudicam a resposta ao surto.” Em certa medida, esta ameaça tinha já sido antecipada, anos antes. Ainda em 2013, o Fórum Mundial Económico (WEF) assinalava a existência de fenómenos de desinformação digital massiva, cuja proliferação, a partir das redes sociais, representaria






uma das principais ameaças às nossas sociedades, nas suas diversas dimensões (Howell, 2013). Encontram-se hoje identificados múltiplos fenómenos de desinformação associados às plataformas de redes sociais. Com efeito, características como a abertura, a generalização do acesso e a diminuição dos mecanismos de controlo, combinados com automatismos de difusão massiva e/ou seletiva, vieram facilitar a criação e a disseminação de conteúdos de natureza diversa, geradores de informações falsas, desde rumores e boatos não verificados a notícias mal redigidas, conteúdos intencionalmente falsos ou ainda discursos contrários às evidências científicas.

Neste trabalho, utilizaremos o conceito de desinformação como forma de contemplar toda uma crescente quantidade de conteúdos com natureza e intencionalidade distinta (desde *spam* às *fake news*), num sentido equivalente ao termo "*misinformation*", enquanto "guarda-chuva para incluir todas as informações falsas ou imprecisas espalhadas pelos *media* sociais" (Wu, Morstatter, Carley, & Liu, 2019, p. 91). Utilizaremos ainda, como contraponto ao discurso da ciência, a noção de "teoria da conspiração", em acordo com a caracterização proposta por Freeman *et al.* (2020): entendimentos e narrativas que partem de quatro pressupostos – de que a realidade (o mundo ou um facto) é diferente do que parece; que há um ocultamento da verdade por parte de entidades poderosas; que esta percepção, ou teoria, é aceite por apenas uma minoria; e que, por fim, estas crenças não são passíveis de sustentação em evidências científicas.

De forma viral e potencialmente perigosa, um vasto conjunto de teorias anti-ciência e de rumores enganosos, com as características descritas acima, tem sido amplamente partilhado através dos *media* online – os quais incluem todas as grandes plataformas de redes sociais, de publicação de vídeos e de envio de mensagens (desde o Twitter ao Facebook, Instagram, WhatsApp, Youtube, etc.). Especulações, sem fundamento científico ou factual, sobre possíveis causas, terapêuticas ou mesmo sobre os próprios desenvolvimentos da pandemia, circulam de forma acelerada, causando confusão




e originando comportamentos de risco (Allington *et al.*, 2020). Indivíduos que se definem como especialistas interagem através redes sociais ou páginas web para informar sobre a doença, com relatos relativos à sua prática clínica - ora argumentando que a COVID-19 não provoca sintomas piores que uma gripe leve e, portanto, não é um perigo para a saúde, ora desvendando realidades assustadoras que os *media* profissionais ocultam. Para observadores propensos a crenças conspiratórias, mensagens deste tipo funcionam como mecanismo de confirmação de suposições já latentes (Goreis & Kothgassner, 2020). No todo que formam, as crenças conspirativas online sobre a COVID-19 surgem expressas como um “surto”, como a última onda de um “dilúvio de informações conflitantes, desinformação e informações manipuladas nas redes sociais” (Allington *et al.*, 2020, p. 1). Consideramos, assim, que a maior vítima da desinformação científica é o público, muitas vezes exposto a dilemas agravados pela confusão, pelo conflito e por teorias da conspiração que circulam nas plataformas de notícias.

Um estudo do Departamento de Estado norte-americano, publicado inicialmente no *The Washington Post* (fev. 29, 2020), referia que aproximadamente 2 milhões de tweets divulgaram informação falsa sobre o coronavírus durante as três semanas em que o surto começou a disseminar-se fora da China. Entre as publicações mais comuns, encontravam-se as que descreviam o vírus como “uma arma biológica”. Este e outros rumores falsos representaram 7% do total de tweets estudados e foram caracterizados como “potencialmente impactantes nas conversas mais participadas nos *media* sociais”, segundo o relatório obtido pelo *The Washington Post*. Encontram-se amplamente enunciadas as consequências negativas da desinformação, hoje particularmente abundante, sobre uma variedade de questões nos domínios da saúde. Entre elas, encontra-se a dissuasão de medidas preventivas eficazes e a diminuição da consciência das pessoas sobre a grau de nocividade de vírus e doenças (Allington *et al.*, 2020; Vraga, Tully, & Bode, 2020). Diversos outros estudos sugerem que à crença em desinformação relacionada com a COVID-19

estará positivamente associada a negligência na prevenção e a relutância em relação a medidas de proteção (Barua *et al.*, 2020), fatores que, por si só, contribuem para o aumento de desfechos fatais.

Soluções que visam abordar um público supostamente desconfiado e manipulável, e que possuem como meta ensinar às pessoas factos científicos, educando-as sobre os perigos da desinformação, são muitas vezes mal concebidas. Por um lado, baseiam-se na premissa de que a desconfiança e a suscetibilidade à desinformação se devem meramente a défices de conhecimento ou de literacia. É hoje sabido que orientações cétricas em relação à ciência e vulnerabilidade a informações falsas podem não apenas resultar de falta de compreensão, mas também de preferências políticas e de visões ideológicas do mundo – que as intervenções de literacia pouco conseguem contornar (Ecker *et al.*, 2022). Além disso, o raciocínio politicamente motivado pode impedir que os grupos-alvo dessas intervenções se envolvam prioritariamente nessas intervenções. Em tempos de incerteza, com a pandemia COVID-19 a dominar a esfera pública durante longos meses, e a afetar, sem exceção, todos os domínios da vida social e política, aquilo que, à partida, se definia enquanto crise de saúde pública, passa a apelar, para a sua análise, ao recurso a um outro conceito relevante no quadro das análises do nosso tempo: a noção de populismo. Com efeito, a relação entre “crise” e “populismo” tem sido um dos temas constantes na literatura social e política desde os inícios do século passado. Não apenas as “crises” são perspetivadas como momentos particularmente oportunos para o ressurgimento de atores populistas, como favorecem as divisões sociais e políticas e potenciam os discursos que separam e estimulam tensões – “povo” e “elites”, governantes e governados, sistema e indivíduos comuns. É em contextos de crise que “populistas” invocam e incorporam no seu discurso a expressão dessa mesma crise, integrando e unificando queixas e frustrações, desse modo mobilizando amplos setores sociais contra as “indiferentes elites”, apontadas como culpadas, em alguma medida, pelo estado de crise (Katsampekis *et al.*, 2020).



O papel dos *media*, neste processo, não é negligenciável. A disseminação de perspectivas críticas, hostis e populistas contra o conhecimento científico encontra-se intimamente ligada à ecologia dos *media* contemporâneos (Mede, 2023). Enquanto os *media* jornalísticos tradicionais tentaram adaptar as suas funções e a sua missão a um contexto em rápida evolução, as redes sociais e as “notícias alternativas na Internet” distinguem-se pelo viés específico que conferem aos acontecimentos. Mesmo quando não se trata de “notícias falsas” potencialmente perigosas e de teorias da conspiração, partilham predominantemente mensagens com um forte tom crítico, até mesmo anti-sistémico, opondo-se à visão dos *media mainstream* e do *establishment* político. De um modo muito estrito, alguns autores referem o surgimento de um *populismo pandémico*, que, neste período, vem contribuindo para a consolidação de “visões contraditórias, ameaçadoras e desconfiadas do mundo”. Perante este quadro, faz parte dos esforços da pesquisa académica analisar as patologias comunicativas que se desenvolveram paralelamente à pandemia, e procurar identificar conexões e padrões generalizáveis de *populismo pandémico* que, assinala-se, parecem co-evoluir com a propagação do próprio vírus (Boberg *et al.*, 2020).


São estes os propósitos deste texto.

## REVISÃO DA LITERATURA

### POPULISMO


A generalidade da literatura identifica um certo entendimento de “povo” como o elemento mais importante da ideologia populista. Desde logo, o povo é concebido como um grupo homogéneo ou monolítico, bom por natureza e detentor de todo um vasto reportório de atributos positivos - pureza, sabedoria ou autenticidade





(Albertazzi & McDonnell, 2008, p.6). Intimamente relacionado com o povo encontra-se o conceito de soberania popular, que define o povo como o soberano político legítimo e último, numa espécie de versão renovada (e não fiel) da ideia de vontade geral proposta por Rousseau. Na aceção populista, a soberania popular é uma premissa central para o funcionamento da democracia – sem a qual o seu funcionamento estará condicionado. É a partir deste argumento que o discurso populista denuncia a figura das elites, que mais do que acusadas de não representarem a vontade do povo, são responsabilizadas por traírem essa mesma vontade, e desse modo retirarem ao povo o seu direito legítimo de exercer o poder. As elites são ainda acusadas de cumplicidade com *outros externos* ao povo, que favorecem em prejuízo das pessoas comuns. O “outro” em oposição ao “povo” pode ser definido de diversas formas, a que correspondem diferentes versões de populismo. De um modo genérico, o populismo implica a oposição entre os cidadãos comuns e um *establishment* (sistema) corrupto (Mudde, 2004). Algumas formas de populismo acentuam perfis mais específicos de exclusão: grupos difusamente apontados como externos à comunidade (refugiados ou emigrantes, mas igualmente minorias étnicas, de género ou económicas), que, entre outros aspetos, são acusados de privarem o povo nativo do seu capital económico, simbólico e cultural (Mazzoleni, 2003).

De diversas formas, os atores sociais populistas apresentam-se como representantes, defensores e porta-vozes do povo. Nos seus traços mais comuns, o seu discurso organiza-se em torno de um desafio permanente: resgatar a soberania e devolvê-la ao povo. Para cumprir essas funções, duas competências são importantes: primeiro, uma sensibilidade muito apurada às opiniões e aos problemas que, em cada momento, possuem uma maior ressonância em setores amplos do público; depois, uma forma de comunicar que privilegia canais diretos e não *mediados*, sem a filtragem ou o controlo de *mediadores*, sejam elas quais forem (Canovan, 2002, p. 34; Kriesi, 2014, p. 363). Por seu turno, cidadãos com sentimentos populistas




são os que apoiam uma visão da vida social e política organizada e expressa dentro dessa ideologia (Schulz *et al.*, 2017). De um modo mais concreto, os indivíduos com sentimentos populistas mostram atitudes anti-elites e censuram a classe política, ou outras detentoras de poder, que acusam de terem perdido o contacto com o povo, e não atenderem aos seus problemas e interesses. Além disso, os cidadãos com sentimentos populistas exigem soberania popular ilimitada, de um modo que, nas suas formas mais extremas, permita submeter, sem restrições, elementos democráticos liberais ou direitos de minorias à expressão da soberania popular maioritária. Por fim, estes indivíduos partilham a imagem mitificada do povo como um grupo homogêneo e virtuoso, uma entidade coerente, honesta, inerentemente boa, com os mesmos valores e interesses.

## REDES SOCIAIS E POPULISMO

A ligação entre os *media* e o populismo não é nova. Num primeiro momento, os meios de comunicação de massa proporcionaram aos populistas um canal mais direto para o povo do que aquele que era fornecido através de meios mais institucionalizados de comunicação política – como manifestos, discursos ou o próprio discurso parlamentar. Ainda assim, os populistas necessitavam de se submeter aos *gatekeepers* jornalísticos, aos seus critérios e rotinas e ainda aos ciclos inerentes à própria produção noticiosa (Shoemaker & Vos, 2009). Hoje, no ambiente criado pela Internet, esses fatores desempenham um papel menos importante, pelo menos em potência. Entre outros fatores, o ambiente online permite contornar os vários filtros tradicionais e criar formas de comunicação mais direta, descrita por alguns como “*one-step flow of communication*” (Bennett & Manheim, 2006; Vaccari & Valeriani, 2015).

A própria existência deste ambiente “livre” estimulou o surgimento de um populismo anti-*media* (Krämer, 2018), um pouco



por todo o Ocidente. Para os cidadãos com sentimentos populistas, aquilo que que seria uma forma saudável de ceticismo em relação aos *media* foi, progressivamente, substituído por um discurso de desconfiança em relação aos *media* profissionais, que deliberadamente atuam contra os interesses do povo (Schulz, Wirth & Müller, 2018). Estudos que combinam variáveis de exposição seletiva e de ceticismo em relação aos *media* (Stroud, 2008; Tsfatsi & Cappella, 2003) sugerem que os indivíduos com sentimentos populistas tendem a afastar-se dos *media* informativos *mainstream*, que acusam de mentir e de serem próximos das elites políticas.

É a partir daqui que as redes sociais surgem com um papel cada vez mais central na formação de opiniões políticas, à medida que assumem alguns dos papéis democráticos fundamentais que antes pertenciam aos *media* de massa - como fornecer informações e pontos de vista diversos sobre questões políticas e sociais da atualidade. Em plataformas como o Facebook ou o Twitter, indivíduos e atores políticos (populistas ou não) podem expressar os seus pontos de vista sobre questões sociais importantes, sem o condicionamento e a filtragem das regras profissionais e éticas que regulam os *media* profissionais (Papacharissi, 2010). Tomando partido dessa liberdade de expressão, tanto cidadãos como políticos utilizam estes meios, com frequência, para enfatizar a divisão entre o virtuoso indivíduo comum e o culpado antagonista externo. Alguns anos de pesquisas têm vindo a descrever casos em que atribuições de responsabilidades articuladas por atores populistas através das redes sociais influenciaram, de forma decisiva, as atitudes de setores importantes da opinião pública, em países distintos do Ocidente, com consequências relevantes do ponto de vista da vida social e política - que vão desde resultados eleitorais à própria visão da sociedade como um todo. Entre outros, um estudo de Hameleers, Bos & Vreese (2017) mostrou que mensagens populistas culpabilizantes das elites políticas afetaram negativamente as atitudes dos cidadãos em relação ao sistema político. Outro estudo, realizado por Matthes & Schmuck

(2017) revelou que publicações populistas, que atribuíram a responsabilidade por problemas sociais a imigrantes e a minorias, ativaram atitudes negativas em relação a esses grupos.


Se os atores sociais populistas possuem uma preferência pelos *media* sociais, pelo seu caráter direto e sem *mediação* profissional, diversos estudos têm mostrado que, de igual modo, na base, os indivíduos com sentimentos populistas tendem a privilegiar alguns tipos de meios sobre outros, enquanto fonte de informação. Os indivíduos populistas tendem a mostrar preferência por jornais tabloides, televisão comercial e conteúdos difundidos nas redes sociais, particularmente na rede Facebook. Além disso, são esperadas tendências de evasão em relação a jornais de qualidade (designados de referência) e notícias do serviço público de informação, que são associadas pelos atores populistas aos interesses estabelecidos e à informação manipulada. Outras características relevantes dos indivíduos com sentimentos populistas são a sua “relutância política” (Mudde, 2004, 547 e segs), a par com sentimentos de anomia e de falta de eficácia política, que, em conjunto, envolvem um certo grau de alienação sobre assuntos públicos e/ou políticos. Desta forma, estes indivíduos compõem mais um grupo disponível para ser mobilizado do que para ser autor das próprias iniciativas. Ao mesmo tempo, tende a emergir um desinteresse e uma evitação de informação política, associada a *hard news*. Esta tendência de evasão pode, por sua vez, ser reforçada pelas frequentes mensagens de censura contra os *media* informativos de referência, provenientes tanto dos atores populistas como disseminadas por outros indivíduos com sentimentos populistas, e que alegam a existência de uma aliança entre esses *media* e as elites, contra os interesses do povo (Krämer, 2018). Na medida em que esta percepção é interiorizada pelos indivíduos, ocorrerá o seu afastamento das notícias *mainstream* – ou, pelo menos, o seu consumo será marcado por ceticismo e por uma atitude adversativa.



## COVID-19 E DISCURSO ANTI-CIÊNCIA


O atual contexto, atravessado por uma crise pandêmica com consequências nas múltiplas dimensões da vida social (desde o plano puramente sanitário ao campo económico, laboral, afetivo, social), veio sublinhar a importância de analisar a relação entre populismo e desinformação, e o modo como esta relação se desenvolve nos novos canais de comunicação. São diversos os estudos que têm vindo a valorizar o papel das redes sociais como foco de desinformação. Entre eles, de um modo mais específico, Valenzuela *et al.*, (2019) sugerem a existência de uma associação positiva entre a utilização de redes sociais social e a partilha de informações incorretas. Anspach e Carlson (2018) assinalaram uma maior propensão nos utilizadores de redes sociais como o Twitter e o Facebook para serem mal informados, tendendo, depois, a “relatar informações factualmente incorretas” (p. 697). A partir de dados recolhidos muito recentemente, já durante a pandemia COVID-19, Allington *et al.*, (2020) verificaram que quanto maior a dependência do Twitter, do Facebook ou do YouTube como fontes principais de informação, mais provável é a aceitação das diversas teorias da conspiração relacionadas com a pandemia.

Estão identificadas algumas razões que explicam porque a desinformação se torna facilmente viral no ambiente das redes sociais. Chen *et al.*, (2015) afirmam que as pessoas partilham desinformação devido às características específicas desse tipo de conteúdos: geralmente, os conteúdos de desinformação são mais “interessantes”, “novos e atraentes” e “podem ser um melhor tópico de conversa” do que os conteúdos compostos por informações autênticas (p. 587). Sugerem ainda que, quando partilha informações nas redes sociais, a maioria dos indivíduos não prioriza a precisão e a autenticidade. Estes dados reforçam a tese de que a maior parte da desinformação é baseada em teorias da conspiração, que, tipicamente, se propõem desvendar os propósitos maliciosos de certas



organizações do sistema ou de indivíduos poderosos, deste modo revelando segredos e histórias ocultas (Craft, Ashley, & Maksl, 2017). É com estas qualidades que este tipo de conteúdos atrai maior atenção e alcança níveis mais elevados de disseminação (Peter & Koch, 2019; Uscinski & Parent, 2014). Associado a isto, outros estudos sugerem que a utilização excessiva das redes sociais tende a criar fadiga dessas mesmas redes sociais, e, em consequência, a tornar os indivíduos menos propensos a validarem a veracidade das notícias que partilham (Ravindran, Yeow Kuan, & Hoe Lian, 2014). Estudos posteriores não apenas confirmaram esta percepção, como observaram uma associação positiva entre o uso excessivo de redes sociais, a fadiga que daí resulta, e a partilha online de notícias falsas (Talwar, Dhir, Kaur, Zafar e Alrasheedy, 2019).

É neste contexto, e em associação com as atitudes e crenças de natureza populista, que emerge o designado “conspiracionismo”. Nos seus principais traços, pode ser definido como a tendência para assumir que grandes acontecimentos com impacto nas nossas vidas, são secretamente orquestrados por entidades poderosas e malévolas, que agem em conjunto, de forma articulada (Douglas & Sutton, 2008). A ideia de que tais ações explicam a realidade social foi designada, de modo influente, como “teoria da conspiração da sociedade” por Karl Popper (2012), e as suas diversas teses são hoje popularmente conhecidas como “teorias da conspiração”. A pandemia COVID-19 e as medidas de prevenção e confinamento que lhe estão associadas criaram condições favoráveis ao desenvolvimento de crenças conspiratórias. Essas condições incluem a sensação de vulnerabilidade física, psicológica, financeira, num quadro de incerteza desenhado a partir de imposições vindas do poder formal (Governo, autoridades, elites científicas). Acresce que os efeitos das medidas restritivas terão sido maiores naqueles que se encontram em circunstâncias socioeconómicas mais frágeis, mais vulneráveis, sendo em muitos casos detentores de menor literacia mediática. Ao confinamento correspondeu ainda uma maior disponibilidade para o consumo de



conteúdos online: indivíduos com mais tempo livre, isolados e com acesso à Internet. A partir deste quadro, Freeman *et al.*, (2020) constataram que uma minoria significativa da população suporta visões excessivamente céticas, incluindo crenças conspiratórias falsas, em relação às explicações oficiais sobre a pandemia COVID-19. Essas ideias encontram-se ligadas a teorias da conspiração pré-existentes, a uma menor conformidade com as orientações do governo e a um maior ceticismo em relação às estratégias propostas pelas entidades responsáveis pela saúde.

Com efeito, de forma abundante, nas redes sociais online, este tipo de crenças tem surgido como explicação alternativa para as causas e para os factos associados à COVID-19. Uma pesquisa desenvolvida entre abril e junho do primeiro ano da generalização da pandemia (2020) identificou uma relação forte positiva entre o uso de plataformas de redes sociais como fontes de informação sobre a COVID-19 e a manutenção de uma ou mais crenças conspiratórias, tendo o YouTube tido a associação mais forte, seguido pelo Facebook (Allington *et al.*, 2020). Num verdadeiro surto de teorias da conspiração, este tipo de mensagens constitui-se como uma ameaça global à saúde pública. Num segundo nível de efeitos, dados do estudo de Allington *et al.*, (2020) verificam a existência uma forte ligação entre a crença em teorias da conspiração sobre o vírus e a prática de comportamentos de risco, durante as restrições impostas para evitar a sua disseminação.

## DESENHO DE UMA PESQUISA

Como referido acima, o presente texto assume como referência um estudo anterior (Ferreira, 2021) sobre a relação entre atitudes políticas, fontes de informação valorizadas e aceitação de perspetivas conspiratórias/anti-ciência.

Segue-se, de modo breve e em síntese, o enquadramento e a identificação das variáveis e das questões de pesquisa formuladas nesse estudo.

As plataformas de redes sociais são há muito reconhecidas como grandes disseminadoras de desinformação sobre saúde. Estudos anteriores encontraram uma associação negativa entre comportamentos de proteção da saúde e crenças na forma de desinformação popularmente conhecida como ‘teoria da conspiração’. Têm sido abundantemente enunciadas preocupações sobre a disseminação de desinformação sobre a COVID-19 nas redes sociais. A atualidade e a gravidade deste assunto justificam que este estudo pretenda identificar fatores associados à aceitação de desinformação (e, em específico, “teorias da conspiração”) relativamente à pandemia COVID-19, no contexto português. É conhecida a importância que as redes sociais possuem, enquanto fonte, no atual ecossistema mediático. Alguns dos conteúdos específicos que ali circulam propõem-se a si mesmos como alternativos em relação à informação dos *media* mainstream e das fontes oficiais. É expectável identificar em indivíduos com sentimentos populistas, também eles com uma atitude adversativa de partida, taxas superiores de desconfiança em relação a instituições formais (Governo e Serviço Nacional de Saúde, e o modo como gerem a crise pandémica). Está ainda descrita a associação entre atitudes populistas, a valorização da informação através das redes sociais e a aceitação de desinformação – designadamente de algumas das teses classificadas como “teorias da conspiração/anticiência”.

As questões de pesquisa que servem de ponto de partida deste estudo são as seguintes:

- Q1:** Sentimentos populistas possuem impacto negativo na confiança na forma como o Governo se encontra a gerir a situação de crise pandémica?



**Q2:** Sentimentos populistas possuem impacto negativo na confiança na capacidade de resposta do Serviço Nacional de Saúde à crise pandémica?


Respondidas estas questões, formulam-se as seguintes hipóteses:

**H1:** Identifica-se uma associação positiva entre sentimentos populistas e o uso das redes sociais como fonte de informação principal para obter informação sobre a pandemia COVID-19.

**H2:** Identifica-se uma associação positiva entre a crença em “teorias da conspiração/anti-ciência” e a preferência por redes sociais enquanto fonte principal de informação sobre a pandemia COVID-19.


## RESULTADOS: POPULISMO, FONTES DE INFORMAÇÃO E NARRATIVAS ANTI-CIÊNCIA

Ao revelar uma categorização de 34% de indivíduos com atitudes populistas, a amostra estudada identifica um valor significativamente baixo, se tivermos como referência dados de outros estudos. Dados do *Digital News Report 2019*, do *Reuters Institute for the Study of Journalism*, com as mesmas medidas, mostram um valor de 73% para o nosso país. Mesmo para o país identificado com menor valor de atitudes populistas, a Dinamarca, o valor encontrado é de 42%, 8 pontos percentuais acima dos dados encontrados neste estudo. Consideramos como hipótese explicativa algum enviesamento da amostra, devido à sua dimensão e à metodologia da sua construção (técnica “bola de neve”). Mas, sobretudo, levamos em consideração o facto de as atitudes terem sido medidas numa situação muito específica de crise. Dados da atualização da primavera do *Edelman Trust*



*Barometer* (2020), dedicados à confiança durante a pandemia COVID-19, revelam uma mudança notável face a dados de janeiro: a confiança no conjunto dos governos estudados subiu em 11 pontos percentuais, tornando-os a instituição mais confiável pela primeira vez nos 20 anos de estudos desenvolvidos por este centro. Os dados do estudo relevam, contudo, uma menor confiança na forma como o Governo se encontra a gerir a situação de crise pandémica por parte dos indivíduos com sentimentos populistas, em comparação com os indivíduos com sentimentos *mainstream* (54%-68%), e, igualmente, um menor grau de confiança na capacidade de resposta do Serviço Nacional de Saúde (47%-61%). As diferenças de pontos percentuais indicadas, exatamente 14 pp em ambos os casos, possuem significado estatístico, e permitem responder afirmativamente às Questões de Pesquisa 1 e 2, sobre o impacto dos sentimentos populistas na confiança nas instituições sociais (política e sanitária), apesentando, desse modo, consonância com as referências identificadas na literatura.


O cruzamento das variáveis “atitude política” e “principal fonte” mostra que quase todos os meios são escolhidos por uma percentagem superior de indivíduos com atitude *mainstream*. São resultados em linha com uma tendência de aumento da confiança nas fontes autorizadas em tempos de maior risco e incerteza, como os que marcaram este estudo. A exceção é a fonte “redes sociais”: os indivíduos que a indicam como fonte principal dividem-se em 45,5% com “atitude *mainstream*” e 54,5% com “atitude populista”. Analisados os dados de forma parcelar, 6,2% dos indivíduos com atitude *mainstream* elegem as redes sociais como fonte principal, contra 14,5% de indivíduos com atitude populista. Estes dados confirmam os que identificámos na literatura apresentada acima, que refere a preferência de indivíduos populistas por jornais tabloides, televisão comercial e, de forma crescente, por conteúdos distribuídos pelas redes sociais. Os dados permitem assim *validar a Hipótese 1*, que sugere a associação positiva entre sentimentos populistas e o uso das redes sociais como fonte de informação principal para obter informação sobre a COVID-19.



Igualmente, a análise do comportamento dos indivíduos quando confrontados com as teses que associámos a teorias da conspiração relevou resultados em linha com outros resultados que citamos ao longo deste estudo. Designadamente: em relação à crença conspirativa/anti-ciência “O coronavírus é uma arma biológica chinesa desenvolvida no Instituto de Tecnologia de Wuhan” verifica-se a sua rejeição maioritária por parte dos indivíduos que tiveram como fonte principal qualquer dos meios, exceto os que elegeram as redes sociais, situação em que há uma igual percentagem de aceitação e rejeição (50% cada). Deve ainda assinalar-se que os valores de rejeição são particularmente elevados nos meios que implicam uma maior seletividade e uma atitude ativa na procura da informação (jornais digitais, 82,5%, e pesquisas na internet, 83,3%), face aos meios de informação cujo consumo é tendencialmente passivo e acidental (televisão e redes sociais). O teste estatístico realizado comprovou a existência de uma associação com significado entre as variáveis “fonte” e “desinformação”, positivamente correlacionadas. Estes dados *validam a Hipótese 2*, que sugere a associação entre a utilização das redes sociais como fonte principal de informação sobre a COVID-19 e a aceitação de conteúdos associados a teorias de conspiração/anti-ciência sobre a mesma problemática.

## EM QUEM CONFIAR?


Os resultados alcançados apontam para várias perceções, que atravessam e unem os conceitos que intitulam o presente estudo: em quem confiar, perante a cacofonia discursiva e contraditória, em que na aparência os discursos de contradizem e equivalem? Em tempos de pandemia, acabados de entrar no estado de emergência, maioritariamente confinados, os indivíduos questionados consumiram informação em todas as fontes disponíveis (televisão, redes



sociais, jornais digitais e Internet), mas atribuíram maior credibilidade aos meios de informação convencionais – à televisão e aos jornais. As redes sociais, apesar de regularmente consultadas, mereceram a confiança de uma minoria. Destacamos o papel determinante que continua a ser atribuído pelos indivíduos aos *mediadores* profissionais – apesar da torrente contínua de informação a que são expostos, de diversas formas, a televisão continua a ser a fonte de informação de referência, e os jornais digitais suplantam largamente a importância que atribuem à informação sem filtragem profissional e deontológica que atravessa as redes sociais. Podemos assim sugerir a existência de elementos que apontam para competências de literacia digital – ao verificar-se a atribuição de uma hierarquia na informação – com o jornalismo obter maior credibilidade face à veiculada pelas redes sociais.


Assinalamos, de forma muito clara, que as atitudes populistas não serão as únicas ou mesmo o preditor mais forte da aceitação de crenças conspiratórias acerca da COVID-19; nesta medida, identificar outras relações será trabalho para pesquisas futuras, no sentido propor respostas e estratégias de comunicação adequadas a novas situações de crise global sem precedentes, como foi o caso presente. Não obstante, este estudo identificou a associação entre atitudes políticas de populismo e as escolhas que os indivíduos valorizam para se informarem sobre a doença. Indivíduos com sentimentos populistas tendem a privilegiar as redes sociais como fonte de informação; indivíduos com atitudes *mainstream* confiam preferencialmente nos meios profissionais de informação. Em linha com a literatura apresentada, este estudo sugere que indivíduos com sentimentos populistas tendem a afastar-se dos *media* informativos *mainstream* – que o ideário populista descreve como próximos das elites e associados a interesses instalados. Para além da preferência informativa, os restantes dados que caracterizam os indivíduos com sentimentos populistas são consistentes entre si – maior desconfiança em relação aos governantes e à capacidade do Serviço





Nacional de Saúde acompanham a maior percentagem de aceitação de desinformação e o perfil de seleção de fontes. Em consequência, estes indivíduos encontrar-se-ão numa situação de maior vulnerabilidade perante o surto infodémico a que são expostos. São estes indivíduos os que menos rejeitam teorias falsas, neste caso sobre a pandemia, sobre as suas causas e sobre a sua natureza. De uma forma muito concreta, os dados deste estudo confirmam uma percepção relativamente estabilizada: que quando usadas como fonte de informação, as redes sociais podem representar um importante risco para a saúde pública, na medida em que nelas se desenvolvem dois papéis interligados, com consequências não negligenciáveis: o papel de disseminador de crenças falsas e conspiratórias e o de descredibilização de mensagens oficiais de combate à doença.

Identificamos, por fim, aquele que constitui, na nossa perspectiva, o contributo mais relevante do presente estudo, e que atravessa os campos científicos complementares e interligados dos estudos dos *media* (da educação para os *media* à literacia mediática) e dos estudos políticos (das práticas de cidadania à participação política). Ao mostrar a associação de atitudes populistas à seleção e à importância das fontes de informação, os resultados deste estudo evidenciam a fragilidade desses indivíduos quando confrontados com desinformação e crenças conspirativas, com consequências em termos da formação da sua opinião e da ação pública que irão protagonizar. Os tempos de crise agudizam os efeitos deste processo, mas igualmente o seu impacto social. Sabemos que são as percepções de risco, e não o risco real, que determinam como as pessoas reagem às crises. A informação verdadeira, mas igualmente os vários tipos de informações erradas (as informações imprecisas e as propositadamente falsas), ao serem aceites como válidas, moldam a forma como as pessoas entendem e respondem a esta crise de saúde pública, e igualmente a avaliação que fazem do modo como as instituições estão a lidar com ela. Resulta daqui uma implicação prática: estas percepções apontam a importância (e a necessidade) de ações de



literacia mediática que dotem os indivíduos de mecanismos de aferição da credibilidade das fontes de informação. Sabendo que as crenças conspirativas podem ser facilmente disseminadas através das redes sociais, atuar sobre grupos que têm maior probabilidade de obter informações nas redes sociais afigura-se como positivo para quebrar esse círculo vicioso de desinformação.

Ao identificar fatores que influem no círculo descrito acima, este estudo não deixará de ser um contributo positivo para a conceção de estratégias que atenuem os riscos e as ameaças que este mesmo processo contém – favorecendo dessa forma o achatamento das curvas de infodemia e de desinformação. Dada a falta de confiança de algumas comunidades na ciência e a existência de lacunas de conhecimento, as novas informações deverão considerar o modo como diferentes públicos enquadram essas informações. Décadas de pesquisa em ciências da comunicação, sociologia, ciência política e psicologia social mostram que a mesma informação é interpretada de maneira muito diferente pelos diversos públicos – basta que seja apresentada de maneiras que ressoem ou não com os seus esquemas interpretativos e as suas visões do mundo. Sempre que os cientistas comuniquem sem tomar em linha de conta tais enquadramentos (e os valores e sistemas de crenças dos cidadãos em vez dos próprios), não surpreenderá se as suas mensagens favorecerem os grupos à partida mais interessados em ciência, já alinhados com a comunidade científica. Contudo, deixando para trás grupos geralmente mais vulneráveis e com menor acesso à informação científica dos *media* de referência.

Uma última palavra para assumir que a designada “inoculação de conhecimento”, entendida enquanto antídoto para a desconfiança na ciência, traz também consigo importantes riscos. Elenquemos três: o de ser normativamente questionável, enquanto forma de “engenharia social” que transforma a opinião de cidadãos submissos à vontade de decisores políticos e de cientistas (Freiling *et al.*, 2023); o de desconsiderar dinâmicas de ação social, de cidadania ativa e posicionamento crítico face à ciência; e, por fim, o risco de

ignorar que um certo grau de escrutínio público da ciência não deixa de ser um importante contributo para o funcionamento de qualquer democracia, sempre dependente de freios e de contrapesos a aplicar aos decisores e aos responsáveis pela produção de conhecimento.

## BIBLIOGRAFIA

Albertazzi, D., & McDonnell, D. (Eds.) (2008). *Twenty-first century populism: The spectre of Western European democracy*. Basingstoke: Palgrave.

Allington, D., Duffy, B., Wessely, S., Dhavan, N., Rubin, J. (2020). Health-protective behaviour, social media usage and conspiracy belief during the COVID-19 public health emergency. *Psychological Medicine* 1–7. doi: 10.1017/S003329172000224X.

Anspach, N. M., & Carlson, T. N. (2018). What to believe? Social media commentary and belief in misinformation. *Political Behavior*, 1-22. DOI: 10.1007/s11109-018-9515-z.

Barua, Z., Barua, S., Aktar, S. *et al.* (2020). Effects of misinformation on COVID-19 individual responses and recommendations for resilience of disastrous consequences of misinformation, *Progress in Disaster Science*. doi:10.1016/j.pdisas.2020.100119.

Bennett, W. L., & Manheim, J. B. (2006). The one-step flow of communication. *Annals of the American Academy of Political & Social Science*, 608, 213–232.

Boberg, S. & Quandt, T. & Schatto-Eckrodt, T. & Frischlich, L. (2020). *Pandemic Populism: Facebook pages of alternative news media and the Corona crisis - a computational content analysis*. Muenster Online Research (MOR) Working Paper 1.

Canovan, M. (1999). Trust the people! Populism and the two faces of democracy. *Political Studies*, 47, 2–16. doi:10.1111/1467-9248.00184.

Canovan, M. (2002). Taking politics to the people: Populism as the ideology of democracy. In Y. Mény & Y. Surel (Eds.), *Democracies and the populist challenge* (pp. 25–44). Basingstoke: Palgrave.

Chen, X., Sin, S. C. J., Theng, Y. L., & Lee, C. S. (2015). Why students share misinformation on social media: Motivation, gender, and study-level differences. *The Journal of Academic Librarianship*, 41(5), 583-592.

- Craft, S., Ashley, S., & Maksl, A. (2017). News media literacy and conspiracy theory endorsement. *Communication and the Public*, 2(4), 388-401.
- Douglas, K. M., & Sutton, R. M. (2008). The hidden impact of conspiracy theories: Perceived and actual influence of theories surrounding the death of Princess Diana. *The Journal of Social Psychology*, 148, 210-222. <https://doi.org/10.3200/SOCP148.2.210-222>.
- Edelman Trust Barometer Spring Update: Trust and the Covid-19 Pandemic (2020). In <https://www.edelman.com/research/trust-2020-spring-update> (28/11/2020).
- Freeman, D., Waite, F., Rosebrock, L., Petit, A., Causier, C., East, A., Lambe, S. (2020). Coronavirus conspiracy beliefs, mistrust, and compliance with government guidelines in England. *Psychological Medicine*, 1-13. doi:10.1017/S0033291720001890.
- Ferreira, G. B. (2021). Teorias da Conspiração em Tempos de Pandemia Covid-19: Populismo, Media Sociais e Desinformação. *Comunicação e Sociedade*, 40, 129-148. [https://doi.org/10.17231/comsoc.40\(2021\).3324](https://doi.org/10.17231/comsoc.40(2021).3324).
- Fuchs, C. (2020). Everyday Life and Everyday Communication in Coronavirus Capitalism. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique*. <https://doi.org/10.31269/triplec.v18i1.1167>.
- Garrett, L. (2020). COVID-19: the medium is the message. *The Lancet*, 395, 942-943. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30600-0](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30600-0).
- Goreis, A., & Kothgassner, O. D. (2020). Social Media as Vehicle for Conspiracy Beliefs on COVID-19. *Digital Psychology*, 1(2), 36-39. <https://doi.org/10.24989/dp.v1i2.1866>.
- Hameleers, M., Bos, L., & Vreese, C. H. d. (2017). Shoot the messenger? The media's role in framing populist attributions of blame. *Journalism*. Advance online publication. doi: 10.1177/1464884917698170.
- Howell, L. (2013) Digital wildfires in a hyperconnected world. WEF Report 2013. Available at [reports.weforum.org/global-risks-2013/risk-case-1/digital-wildfires-in-a-hyperconnected-world](https://reports.weforum.org/global-risks-2013/risk-case-1/digital-wildfires-in-a-hyperconnected-world). Accessed Janeiro, 2021.
- Katsampekis, G. *et al.* (2020). Populism and the Pandemic: A Collaborative Report. POPULISMUS Interventions No. 7.
- Krämer, B. (2014). Media populism: A conceptual clarification and some theses on its effects. *Communication Theory*, 24, 42-60. doi:10.1111/comt.12029.
- Kriesi, H. (2014). The populist challenge. *West European Politics*, 37(2), 361-378.



- Longstaff, P. H. (2005). Security, resilience, and communication in unpredictable environments such as terrorism, natural disasters and complex technology. Harvard University and the Center for Information Policy Research, Cambridge, Massachusetts, USA.
- Matthes, J. & Schmuck, D. (2017). The effects of anti-immigrant right-wing populist ads on implicit and explicit attitudes: A moderated mediation model. *Communication Research*, 44 (4), 556–581. doi:10.1177/0093650215577859.
- Mazzoleni, G. (2003). The media and the growth of neo-populism in contemporary democracies. In G. Mazzoleni (Ed.), *The media and neo-populism: A contemporary comparative analysis* (pp. 1– 20). Westport, CT: Praeger.
- Mede, N.G. (2022). "Science communication in the face of skepticism, populism, and ignorance: What 'don't look up' tells us about science denial — and what it doesn't," *Journal of Science Communication*, 21(05).
- Newman, N. , Fletcher, R. , Kalogeropoulos, A. , & Nielsen, R. K. (2019). Reuters institute digital news report 2019 . Oxford : Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Papacharissi, Z. A. (2010). *A Private Sphere: Democracy in a digital age*. Cambridge: Polity.
- Peter, C., & Koch, T. (2019). Countering misinformation: Strategies, challenges, and uncertainties. *SCM Studies in Communication and Media*, 8(4), 431-445.
- Pew Research Center (2018). "In Western Europe, Public Attitudes Toward News Media More Divided by Populist Views Than Left-Right Ideology."In: [www.pewresearch.org](http://www.pewresearch.org).
- Popper, K. R. (2012). *A Sociedade Aberta e os Seus Inimigos-Vol.I*. Edições 70, Lisboa.
- Ravindran, T., Yeow Kuan, A. C., & Hoe Lian, D. G. (2014). Antecedents and effects of social network fatigue. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 65(11), 2306-2320.
- Sahni H. & Sharma, H. (2020). Role of social media during the COVID-19 pandemic: Beneficial, destructive, or reconstructive?. *Int J Acad Med* 2020;6:70-5. doi: 10.4103/IJAM. IJAM\_50\_20.
- Schulz, A. *et al.* (2017). Measuring populist attitudes on three dimensions. *International Journal of Public Opinion Research*. Advance online publication. doi:10.1093/ijpor/edw037.

Schulz, A., Wirth, W. & Müller, P. (2018). We are the people and you are fake news: A social identity approach to populist citizens' false consensus and hostile media perceptions. *Communication Research*. doi:10.1177/0093650218794854.

Shoemaker, P. J. & Vos, T. P. (2009). *Gatekeeping Theory*. New York: Routledge.

Stroud, N. J. (2008). Media use and political predispositions: Revisiting the concept of selective exposure. *Political Behavior*, 30(3), 341-366.

Talwar, S., Dhir, A., Kaur, P., Zafar, N., & Alrasheedy, M. (2019). Why do people share fake news? Associations between the dark side of social media use and fake news sharing behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51, 72-82.

Tsfati, Y. & Cappella, J. N. (2003). Do people watch what they do not trust? Exploring the association between news media skepticism and exposure. *Communication Research*, 30, 504-529. doi:10.1177/0093650203253371.

Uscinski, J. E., & Parent, J. M. (2014). *American conspiracy theories*. Oxford, UK: Oxford University Press.

Vaccari, C. & Valeriani, A. (2015). Follow the leader! Direct and indirect flows of political communication during the 2013 Italian general election campaign. *New Media & Society*, 17(7), 1025-1042.

Valenzuela, S., Halpern, D., Katz, J. E., & Miranda, J. P. (2019). The paradox of participation versus misinformation: Social media, political engagement, and the spread of misinformation. *Digital Journalism*, 7(6), 802-823.

Vraga, E., Tully, M., & Bode, L. (2020). Empowering Users to Respond to Misinformation about Covid-19. *Media and Communication*, 8(2), 475-479. doi:http://dx.doi.org/10.17645/mac.v8i2.3200.

World Health Organization. (2020). *Infodemic management: Infodemiology*. World Health Organization. Disponível em <https://www.who.int/teams/risk-communication/infodemic-management>.

Wu, L., Morstatter, F., Carley, K.M. & Liu, H. (2019). Misinformation in Social Media: Definition, Manipulation, and Detection. *SIGKDD Explorations*, 21, 80-90. doi: <https://doi.org/10.1145/3373464.3373475>.



8

*Bruno Araújo*

**DA NORMALIZAÇÃO  
ELEITORAL DO BOLSONARISMO  
À PERVERSIDADE  
PRESIDENCIAL NA PANDEMIA:  
POPULISMO, *MEDIA* E DESINFORMAÇÃO NO BRASIL**



## INTRODUÇÃO

Em um bonito dia de sol, a Verdade e a Mentira se encontraram à beira de um poço. A Mentira convidou a Verdade para entrarem juntas na água cristalina e desfrutarem da sua calma refrescante. De início, a Verdade desconfiou e recusou a proposta. A Mentira, no entanto, entrou no poço e insistiu: está muito refrescante! Venha! Mesmo temerosa, a Verdade se deixou convencer; despiu-se e mergulhou nas águas. Sem perder tempo, antes mesmo de a Verdade levantar-se do primeiro mergulho, a Mentira saiu rapidamente do poço, vestiu as roupas da Verdade e fugiu. Vendo o que acontecera, a Verdade ficou furiosa e decidiu ir atrás da traidora, *nua como estava*; queria recuperar suas vestes e denunciar a Mentira ao mundo. No percurso, quando foi explicar às pessoas o que se passara, em vez do apoio, a Verdade recebeu hostilidade. Sem darem a mínima importância ao que a Verdade lhes dizia, as pessoas olhavam-na escandalizadas e, com desprezo, negavam-lhe ajuda. Elas odiaram ver a Verdade naquele estado — *nua e crua*. Incompreendida e humilhada pela falsa moral pública, a Verdade voltou para o poço e desapareceu para sempre. Desde então, é a Mentira que vagueia pelo mundo; com as roupas da Verdade, engana e confunde as pessoas, que sequer a questionam; preferem conviver com a fraude disfarçada a admitir a difícil crueza da verdade.

Reconstituída de forma livre para este texto, a estória pertence ao repertório de fábulas da cultura Ocidental e inspirou um dos quadros mais famosos do pintor francês Jean-León Gérôme. Em 1896, Gérôme pintou o quadro *A Verdade Saindo do Poço — La vérité sortant du puits* — que retrata o exato momento em que a Verdade deixa o poço, completamente sem roupa, mortalmente arrependida de ter confiado na Mentira, e indignada com a traição que acabara de sofrer. Pertencente ao acervo do Museu Anne de Beuajeu, em Moulins, na França, a obra de Gérôme apresenta-se como uma rica alegoria para pensarmos questões centrais das sociedades




hodiernas, como o ressurgimento dos populismos autoritários, que buscam confundir mentira e verdade deliberadamente, apostando na desinformação como mecanismo de ação política.

Essa estratégia, que desestabiliza sistemas políticos ao redor do mundo, não é exatamente nova; no entanto, tem, atualmente, um poder de mobilização ainda maior. É que as transformações sociais ocorridas neste século, com o surgimento de um ecossistema mediático híbrido, em que as informações circulam de modo ininterrupto e são impulsionadas por algoritmos que privilegiam o disruptivo e o sensacional, garantem um terreno fértil para a circulação de todo o tipo de informação, incluindo as fraudulentas. Criada e disseminada com o objetivo de causar danos coletivos, a desinformação atinge os diferentes segmentos da vida, produzindo efeitos deletérios para a própria democracia, ante a paralisia das empresas de tecnologia, que lucram com esse tipo de conteúdo.

As plataformas de *media* sociais e seus modelos de negócios possuem um papel central nesse mecanismo de circulação da desinformação, atuando como mantenedoras da fraude em massa, ou, na acertada expressão do jornalista Max Fisher (2023), como verdadeiras *máquinas do caos*. Em diferentes países, a desinformação tem produzido um efeito perverso sobre normas e valores civilizatórios. Esses conteúdos, quando fabricados e disseminados por certos segmentos e lideranças da extrema direita, tendem a mobilizar medos coletivos e incitar a violência política com discursos de ódio contra adversários e grupos socialmente vulneráveis. Com efeito, estamos diante de uma situação longe de ser um problema individual ou de grupos específicos; ao contrário, trata-se de uma questão social do maior relevo, que atinge o conjunto da população, e representa um ataque direto às liberdades de ação política e à própria democracia.


No célebre ensaio *Verdade e Política*, Hannah Arendt (2014), ao constatar que a mentira acompanha a política ao longo dos tempos, argumenta que a supremacia daquela sobre a verdade factual



corrói o espaço público e impede a própria existência de uma vida política digna. Sem a devida separação entre o que é factual e o que se destina a fraudar o real, as pessoas perdem os referenciais que orientam a sua ação no mundo, comprometendo aquilo que as diferencia de outros seres vivos, justamente a ação política. É que o agir, sempre político — razão da nossa existência, na filosofia de Arendt — depende do apego ao factual e ao exercício do pensar. Quanto este perde força, e as pessoas abrem mão do pensamento, criam-se as condições para a emergência do mal banalizado entre nós. De um contexto assim é que os autoritarismos se nutrem e se fortalecem; os seus vocalizadores encontram, nesse vácuo civilizatório, as condições políticas que os normalizam e legitimam. Como tal, confundir o factual com a fraude, introduzindo o ódio como afeto político central, é questão essencial do projeto autoritário que hoje assola o mundo e que pode ferir de morte a vida democrática.

A reação ao populismo autoritário — caracterizado por Pippa Norris e Ronald Inglehart (2019) como uma ideologia que constrói o *outro* como um inimigo a ser combatido, destila ódio contra a ciência e a cultura e nega valores políticos básicos — requer uma ação coordenada por diferentes segmentos da sociedade, entre os quais se inclui a Universidade, *locus* principal da produção de conhecimentos científicos no Brasil. A partir dos debates e da formulação de pensamentos críticos que devem ser objeto de constante partilha com a comunidade, a Universidade pode oferecer, como o faz historicamente, pistas fundamentais para a construção das soluções que este tempo exige.


É com esse espírito e a partir desse lugar de questionamento do mundo que interpreto o papel do Seminário Internacional “Comunicar Ciência: Democracia, Comunicação e Audiovisual”, realizado no primeiro semestre do ano letivo de 2022, na Universidade Federal de Mato Grosso, numa parceria entre o Programa de Pós-graduação em Comunicação e o Programa de Pós-graduação em Estudos de Cultura Contemporânea. Organizado pelos professores Pedro Pinto de Oliveira e Benedito Diélcio Moreira, dois incansáveis formuladores



de boas ideias para *tornar comum* o conhecimento científico desenvolvido na Universidade, sob múltiplos formatos, o Seminário Internacional promoveu um profícuo diálogo de docentes e discentes de ambos os Programas de pós-graduação com outros pesquisadores e pesquisadoras de Brasil, Portugal, Espanha e México. Os organizadores estimularam a construção de uma teia de pensamentos críticos e um repositório de potentes contribuições científicas cuja memória permanece no canal do PPGCOM no Youtube e agora se materializa também nesta obra.

Nesse sentido, inspirado pelas discussões propostas no Seminário, especialmente na sessão que tive a oportunidade de mediar, com a presença do professor Gil Baptista Ferreira, do Instituto Politécnico de Coimbra, acerca dos desafios de comunicar ciência em tempos de desinformação, procurarei, nas páginas seguintes, discutir um aspecto relevante desse desafio no contexto brasileiro. Considerando a quadra vivida entre 2019 e 2022, que marca a presidência de Jair Bolsonaro, discutirei o processo de normalização eleitoral do populismo bolsonarista na imprensa nacional, o que implica olhar para o ciclo de crises que nos levou à eleição do ex-presidente da República, com uma atenção particular para o papel desempenhado pelos *media* nesse processo. Por outro lado, examino a atuação do bolsonarismo no poder, sobretudo na quadra pandêmica, marcada pela tragédia da Covid-19, em que Bolsonaro aprofundou a perversão que sempre caracterizou a sua ação política e comunicativa, apostando na negação da crise, por meio de táticas de desinformação e de negacionismo deliberados, que aprofundaram o drama do país. Em seguida, avanço para uma reflexão sobre o populismo, a desinformação e as plataformas de *media* sociais como forma de iluminar, a partir da literatura da área da comunicação, os dados de contexto reconstituídos anteriormente.

Ao fechar o texto, destaco a importância da comunicação científica, em seus múltiplos formatos e possibilidades, no processo de enfrentamento do obscurantismo que ameaça democracias



mundo afora neste início de século, a par da indispensável regulação das plataformas de *media* sociais. Creio que, com isso, consiga estabelecer não apenas uma conexão com as reflexões feitas no Seminário, particularmente no eixo Democracia, mas também promover um prolongamento de discussões essenciais para a compreensão do tempo presente, inspirado pelas boas provocações feitas por aqueles a quem tivemos a oportunidade de ouvir.

## O CAMINHO PARA O POPULISMO BOLSONARISTA

A referência à pintura de Jean-León Gérôme, no início deste capítulo, chama a atenção para um elemento central dos populismos autoritários: a aposta na desinformação como estratégia de mobilização e desconstrução de adversários políticos. Tal ocorre por meio da fabricação de conteúdos sabidamente falsos, para causar danos, e do sequestro de conceitos e valores democrático-liberais, como a ideia de liberdade, mediante a orquestração de uma deliberada confusão semântica. A metáfora nos alerta, ainda, para os perigos do flerte com a mentira, o engano e a perversão anunciados.

Em 2018, o Brasil elegeu, pela primeira vez em sua história republicana, um governo de extrema direita, liderado por Jair Messias Bolsonaro. Ainda que a direita populista tenha chegado ao poder em outros momentos — primeiro com Jânio Quadros, em 1960, e depois com Fernando Collor de Mello, em 1989 — a direita radical tinha permanecido às margens do sistema político brasileiro até aquele ano. Figura pertencente, desde sempre, ao baixo clero do Congresso Nacional e, portanto, com poucas chances de chegar à presidência, Bolsonaro conseguiu construir uma candidatura competitiva graças ao ciclo de crises que produziu o que a ciência política denomina de *eleição crítica* (Key, 1955; Braga e Zolnerkevic, 2020). Eleições críticas




são marcadas por realinhamentos políticos em função da centralidade de certos temas, como a corrupção ou uma grave crise econômica, razão pela qual tendem a levar parcelas expressivas do eleitorado a se afastarem de partidos do sistema, beneficiando *outsiders*, ou líderes com pouca expressão.

Marcada pelo tema da corrupção e profundamente afetada pela Operação Lava Jato, a eleição de 2018 apresentou alto grau de *criticidade*. O seu resultado, com 55% dos votos válidos dados a Bolsonaro (então, no Partido Social Liberal) no segundo turno, contra 45% obtidos por Fernando Haddad (do Partido dos Trabalhadores), começou a ser concebido anos antes, nas manifestações de rua de junho de 2013. Embora imbuídos, num primeiro momento, de uma força democrática, que reivindicava melhorias no transporte público e em outros serviços, os movimentos foram logo cooptados por grupos de direita, que aproveitaram o clamor das ruas para radicalizar um discurso de negação da política, com o objetivo de enfraquecer o terceiro governo do PT, então liderado por Dilma Rousseff<sup>47</sup>. Rousseff foi reeleita no ano seguinte, em 2014, mas não conseguiu efetivamente governar. O partido do seu principal oponente, Aécio Neves, do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), ingressou com uma ação no Tribunal Superior Eleitoral com um pedido de auditoria que garantisse a “lisura” da eleição<sup>48</sup>, colocando em xeque, pela primeira vez, na Nova República, o consenso político de respeito aos resultados eleitorais. Essa tática seria recuperada, com muito mais virulência, pelo bolsonarismo, quatro anos depois.

Saída de uma eleição altamente radicalizada e com uma vitória apertada (Dilma Rousseff teve 51,64%, ante 48,36% de Aécio Neves),

47 Popularidade de Dilma cai 27 pontos após protestos. Disponível em: <https://m.folha.uol.com.br/poder/2013/06/1303541-popularidade-de-dilma-cai-27-pontos-apos-protestos.shtml>. Acesso em: 28 jun. 2023.

48 PSDB pede ao TSE auditoria para verificar 'lisura' da eleição. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2014/10/psdb-pede-ao-tse-auditoria-para-verificar-lisura-da-eleicao.html>. Acesso em 12 nov. 2023.




a presidente reeleita sofreria inúmeros revezes políticos. As manifestações da direita se acirraram e, logo em seguida, o Congresso Nacional votou um controverso processo de *impeachment*, em 2016, com o apoio de grandes veículos de imprensa (Guazina; Prior; Araújo, 2019) e sem nenhuma reação do Supremo Tribunal Federal. Em seguida, o Brasil passou por um período de forte instabilidade, para o qual colaboraram instituições que deveriam zelar pela integridade institucional do país, como setores do Judiciário, do Ministério Público e da imprensa (Albuquerque, 2021).

A Operação Lava Jato, surgida em 2014, cujos propósitos de poder se tornaram mais evidentes nos últimos tempos, simboliza bem a confluência de forças do próprio Estado na criação das condições para a eleição de Jair Bolsonaro. Procuradores da Força Tarefa da Operação, radicada em Curitiba, agiram em diversos momentos em franco desrespeito ao devido processo legal. Foi o que revelou o site *The Intercept Brasil*, ao publicar conversas entre o então juiz do caso, Sérgio Moro, e procuradores responsáveis pela investigação (Albuquerque, 2021). Numa conversa, o juiz dá orientações ao chefe da investigação, em atitude claramente desviante das normas legais: “Não é muito tempo sem operação? [...] Não pode cometer esse tipo de erro agora”<sup>49</sup>.

Esse tipo de articulação, proibida pela Constituição Federal e pelas leis, além de outras evidências surgidas ao longo do tempo, levaram o Supremo Tribunal Federal — que permaneceu, durante anos, cooptado pela lógica discursiva lavajatista, repercutida na imprensa — a declarar a suspeição de Sérgio Moro nos processos contra Lula. Isso levou à anulação das sentenças condenatórias proferidas pelo juiz que impediram o então ex-presidente Lula de participar das eleições de 2018. Logo após o resultado do pleito que deu vitória a Bolsonaro, Moro aceitou o convite do vencedor para ser seu Ministro da Justiça, num movimento que deixou mais evidente os propósitos políticos da Operação.

49

“Não é muito tempo sem operação?” Disponível em: <https://www.intercept.com.br/2019/06/09/chat-moro-deltan-telegram-lava-jato/>. Acesso em: 28 jun. 2023.



Em boa parte das ações da Lava Jato, a imprensa atuou como caixa de ressonância dos procuradores de Curitiba, vocalizando, sem nenhum comedimento, tudo o que eles apresentavam. O oficialismo da cobertura, a recusa ao escrutínio crítico, somado a uma espécie de *fetichê* pelo escândalo, impediram que mesmo as anomalias mais visíveis fossem criticadas. A passividade jornalística diante da Operação Lava Jato levou repórteres de grandes veículos a tomarem como verdade inquestionável tudo o que o grupo de investigadores enviava às redações, num exemplo de instrumentalização mútua, já que ambos os lados retiravam dividendos daquela relação.

Assim, a permanente visibilidade mediática das operações montadas pelos procuradores, para gerar o máximo espetáculo, alimentava o imaginário popular de que a corrupção era mesmo o eixo central da política nacional. A prisão coercitiva decretada pelo juiz Moro contra Lula, sem que ele tenha se recusado a ir depor, foi um dos exemplos das arbitrariedades cometidas<sup>50</sup>, mas revelou, de igual forma, uma das lógicas por detrás da estratégia de mediatização da Operação Lava Jato: a fabricação de imagens para serem repercutidas, repetidas vezes, na cobertura jornalística. Essas imagens, incluídas no fluxo comunicacional diário dos telejornais passaram a compor *quadros de sentido*, para recorrer ao conceito goffmaniano, que reforçaram sentimentos antipolítica na esfera pública e se revelaram importantes para o discurso político da extrema direita.

Além disso, a mediatização permanente obedecia a uma estratégia, à qual os *media* responderam passiva e prontamente, para suscitar o apoio da opinião pública à Operação, independentemente dos meios ilegais adotados. A mesma tática foi adotada na Operação Mãos Limpas que, na década de 1990, abalou o sistema político italiano, introduzindo, naquele país, um componente de instabilidade,

50

"Condução coercitiva de ex-presidente Lula foi ilegal e inconstitucional". Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2016-mar-04/streck-conducao-coercitiva-lula-foi-ilegal-inconstitucional>. Acesso em: 25 jun. 2023.

que dura até hoje, e que abriu espaço à emergência de lideranças iliberais, desde Sílvio Berlusconi até Giorgia Meloni.

Certamente, ao cair no mero jornalismo declaratório, aquele que subscreve sem temores o que chega de fontes consideradas isentas de qualquer questionamento, com a construção de uma cobertura centrada no escândalo e no conflito, a imprensa produziu quadros de sentido que foram estrategicamente mobilizados por Bolsonaro, e por muitos dos que lograram chegar ao poder no bojo do discurso anticorrupção, reforçado pelo antipetismo, nutrido na imprensa ao longo de anos (Guazina, Gagliardi; Araújo, 2023). Não bastassem as evidências do extremismo de Bolsonaro, nos seus quase trinta anos como deputado federal, a atuação da grande imprensa contribuiu para a legitimação da candidatura da extrema direita em 2018 — espectro ideológico cuja referência passou a ser invocada para qualificar o ex-presidente bastante tempo depois da sua eleição. Logo após o resultado eleitoral de 2018, *O Globo* chegou a interpretar a vitória de Bolsonaro como um sintoma da força da democracia brasileira, a qual, segundo o jornal, teria vivido anos de governos de esquerda e centro-esquerda (Araújo; Prior, 2021).

Todavia, a principal estratégia de normalização eleitoral de Jair Bolsonaro na imprensa foi a construção de um discurso com falsas simetrias entre o populista de extrema direita e o candidato do PT. Em estudo anterior, mostramos como jornais brasileiros, diferentemente da maioria dos estrangeiros, normalizaram Bolsonaro, ao compará-lo com o adversário. O *Estadão*, autor do célebre editorial *Uma Escolha muito difícil*, chegou a asseverar que, se houvesse ameaça à democracia brasileira, ela viria também do PT (Araújo; Prior, 2021). É certo que não se pode entender a ascensão de Bolsonaro considerando apenas o trabalho da imprensa, tampouco queremos estabelecer aqui uma relação de causa e efeito entre uma ação e outra. Obviamente, os processos políticos são bastante mais complexos e fatores diversos concorreram para o desfecho daquelas “eleições desviantes”, na expressão de Braga e Zolnerkevic (2020).




De toda sorte, é possível argumentar que forças do sistemas político, como o Congresso Nacional no *impeachment* contra Dilma, do sistema judicial, com a paralisa bastante longa do Supremo ante as arbitrariedades da Lava Jato, e do campo mediático, que operou de forma a legitimar práticas inaceitáveis em democracia, tornando o tema da corrupção a questão central da vida política nacional, tiveram papel relevante na criação da conjuntura política e discursiva que permitiu a eleição do bolsonarismo em 2018.

## O POPULISMO BOLSONARISTA NO PODER: A PERVERSÃO PRESIDENCIAL NA PANDEMIA

De acordo com Mudde e Kaltwasser (2017), o populismo é uma ideologia de baixa densidade, que considera a sociedade dividida em dois polos antagônicos e irreconciliáveis; o nós *versus* eles, em que o povo puro e bom se opõe às elites corruptas e autointeressadas. Segundo os autores, o populismo entende que a política deveria ser a expressão da *vontade geral* do povo, o que leva o populista a negar e a deslegitimar outras instâncias de mediação próprias das democracias constitucionais, como parlamentos, tribunais e a própria imprensa. Em diálogo com essa definição, Albertazzi e McDonnel (2008) acrescentam uma terceira dimensão à lógica dualista em torno da qual o discurso populista se organiza. Para os autores, podemos entender o populismo como

[...] uma ideologia que opõe um povo virtuoso e homogêneo a um conjunto de elites e “outros” perigosos, que são retratados como se agissem juntos (ou tentassem agir) para privar o povo soberano de seus direitos, valores, prosperidade, identidade e voz (Albertazzi; McDonnel, 2008, p. 3, tradução nossa).




Como se verifica, os autores argumentam que, para além das elites, que podem ser políticas, econômicas, mediáticas ou culturais (dentro das quais estão artistas, cientistas e outras instâncias produtoras de conhecimento), o populista se insurge contra os *outros perigosos*. Esses dizem respeito a todos aqueles que não se enquadram na noção de *povo puro* e que ameaçariam a sua integridade, os seus valores ou identidade. Incluem-se, no grupo dos outros, minorias étnicas, religiosas, de gênero, ONGs, pessoas que cometeram crimes, ou mesmo certos grupos políticos quando identificados de modo estereotipado como ameaça à nação. Poucos dias antes de ser eleito, Bolsonaro chegou a prometer, em manifestação pública, que varreria “esses radicais vermelhos” do país<sup>51</sup>. De acordo com o populista, os *out-groups* — entendidos como verdadeiros estrangeiros internos — agiriam em conluio com as elites, ou seriam por elas beneficiados, em seu plano de dominação do povo (Engesser *et al.*, 2016).

No governo, Jair Bolsonaro agiu segundo a mecânica populista, que apela a uma divisão permanente entre o *povo puro* — os cidadãos de bem e patriotas, como se referia constantemente a seus apoiadores — e os grupos que agiriam contra os interesses do povo. Em diversas ocasiões, o ex-presidente acusou instâncias constitucionais de agirem para impedi-lo de governar, estimulando a cólera pública contra tais instituições, nas quais se incluíam sobretudo o STF e o TSE. Já os partidos e políticos de esquerda costumam ser taxados, na retórica do ex-mandatário, como comunistas, colocados na condição de forças malignas e ameaçadoras.

O antagonismo bolsonarista, estimulado em *lives* semanais, em manifestações nas ruas e em discursos públicos, levou parcelas de seus eleitores a defenderem o fechamento do Congresso e do STF, com pedidos de intervenção militar. Muitos entoaram a palavra de

51

“Esses marginais vermelhos serão banidos de nossa pátria”, diz Bolsonaro. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/brasil/esses-marginais-vermelhos-serao-banidos-de-nossa-patria-diz-bolsonaro>. Acesso em: 12 jun. 2023.



ordem “Supremo é o Povo”, como se maiorias circunstanciais pudessem sobrepor-se aos ditames da Constituição Federal, num exemplo de como o populismo distorce a dinâmica da democracia liberal. Nada disso pode ser dissociado dos acontecimentos de 8 de janeiro de 2023, quando apoiadores de Bolsonaro, inconformados com o resultado eleitoral de 2022, invadiram as sedes do Três Poderes, em Brasília. O ataque às instituições, ao longo de quatro anos, produziu um efeito lesivo à ordem democrática, que começou, como referimos, a ser fraturada nas crises anteriores a Bolsonaro, mas se aprofundou de forma virulenta durante a sua presidência.

Tomando os muitos acontecimentos críticos que marcaram o seu governo, aquele que melhor explicita a perversão política com que o Bolsonaro exercitou o poder foi, certamente, a postura adotada por ele durante a pandemia de Covid-19. Um ano após a posse presidencial, a crise sanitária chegou ao país e ganhou uma força proporcional à negligência do governo federal. Em vez de respeitar as recomendações das autoridades em saúde pública, o que teria diminuído o tamanho da tragédia, o presidente minimizou a força do vírus causador da Covid-19 e atuou como protagonista de uma campanha desinformativa não só sobre a doença em si, mas sobre a principal forma de combatê-la, as vacinas (Monari; Araújo; Souza; Sacramento, 2021; Alcântara; Ferreira, 2020).

Em vários pronunciamentos na televisão, em suas redes sociais e no tempo de antena a que tinha direito em canais alinhados com o seu negacionismo, Bolsonaro e muitos de seus apoiadores propagandearam medicamentos ineficazes, como a hidroxicloroquina e o chamado *kit* covid. Nas ruas, jamais usou máscara e aproveitou o seu poder de mobilização para criar grandes aglomerações em todo o país. Numa das cenas que melhor demonstraram a perversão oficial, Bolsonaro respondeu a uma jornalista que pedira

um comentário seu sobre a crise no país: “E, daí? Não sou coeiro!” Naquele dia, o Brasil somara mais de dois mil mortos pela doença<sup>52</sup>.

Além de minimizar a pandemia, as ações e omissões do governo ajudaram a fragilizar o programa brasileiro de imunizações, construído, de forma sólida, durante anos. Dados mostram que, após a crise da Covid-19, quando o presidente ajudou a construir a desconfiança sobre as vacinas, houve uma queda significativa nos índices de vacinação para outras doenças no país (Recuero; Volcan; Jorge, 2022). O bolsonarismo agiu para causar dúvidas nas pessoas sobre as vacinas e para atrasar ao máximo a chegada dos primeiros imunizantes. Como destacam Maciel *et al.*,

Muitos foram os tropeços e embates do governo relacionados à vacina e ao processo de vacinação. Desde o início da pandemia, em meados de 2020, o governo federal criou crises diplomáticas com a China e a Índia, os maiores produtores de insumos farmacêuticos ativos do mundo, que repercutiram na capacidade do Brasil em produzir vacinas. As duas maiores instituições brasileiras produtoras de vacina, o Instituto Butantan, responsável pela CoronaVac, e a Fiocruz, pela AstraZeneca, foram profundamente afetadas. Em 2020, o governo federal poderia ter encomendado 200 milhões de doses da COVAX Facility, a Aliança Mundial de Vacinas formada por 165 países que buscavam garantir suas vacinas, mas se recusou a fazer parte dessa coalizão e só de última hora se somou ao grupo e encomendou apenas 42,5 milhões de doses, não sendo suficiente nem para os grupos prioritários. A Pfizer ofereceu a venda de 70 milhões de doses da vacina e o governo nunca respondeu às repetidas consultas da empresa. [...] O Ministério da Saúde também não assinou contrato com a Janssen em 2020, mesmo com a empresa afirmando que o Brasil seria prioridade para a entrega de vacinas por ter sido sede do estudo clínico de fase 3.

52

“Não sou coeiro, tá?”, diz Bolsonaro ao responder sobre mortos por coronavírus. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/04/20/nao-sou-coeiro-ta-diz-bolsonaro-ao-responder-sobre-mortos-por-coronavirus.ghtml>. Acesso em: 30 jun. 2023.



Até dezembro de 2020, o Brasil só havia estabelecido acordo com a AstraZeneca para a realização de transferência de tecnologia para a Fiocruz. Nesse contexto, fica claro o processo de fragilização do Programa Nacional de Imunizações durante a pandemia da COVID-19 no Brasil (Maciel *et al.*, 2022, p. 953).

No contexto pandêmico, portanto, ao populismo bolsonarista se associou também o negacionismo. A relação entre esses dois fenômenos levou autores, como Lasco e Curato (2019), a proporem o conceito de “populismo médico”, que se refere às estratégias de minimização da pandemia adotadas por dirigentes populistas como Bolsonaro, Trump e outros. Ao longo da crise, o antagonismo “nós” *versus* “eles” foi mobilizado contra cientistas, jornalistas e autoridades sanitárias. Os jornalistas foram chamados de “urubus” por Bolsonaro<sup>53</sup>, que os acusou de criar pânico nas pessoas. Para atrapalhar o trabalho da imprensa e impedir a divulgação de dados corretos, o governo tentou escamotear estatísticas oficiais sobre o número de mortos, levando uma série de veículos a reunirem os dados por conta própria com as secretarias estaduais de saúde<sup>54</sup>.

Cientistas, médicos, sanitaristas e instituições produtoras de conhecimento foram acusados de causar medo deliberado nas pessoas e tiveram sua autoridade questionada pelo próprio presidente, que passou a prescrever, por conta própria e em desrespeito à comunidade científica, medicamentos sem eficácia comprovada. Por outro lado, o bolsonarismo estabeleceu falsos dilemas, como a separação indevida entre saúde pública e economia, sugerindo que havia um complô de governadores para boicotar a economia e atingir o seu governo. Com isso, o bolsonarismo incitou as pessoas a reagirem

53 “Não cheguei à Presidência para perder para esses urubus”, diz Bolsonaro em novo ataque à imprensa. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/04/nao-cheguei-a-presidencia-para-perder-para-esses-urubus-diz-bolsonaro-em-novo-ataque-a-imprensa.shtml>. Acesso em: 9 jun. 2023.

54 Veículos de comunicação formam parceria para dar transparência a dados de Covid-19. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/06/08/veiculos-de-comunicacao-formam-parceria-para-dar-transparencia-a-dados-de-covid-19.ghtml>. Acesso em: 11 jun. 2023.

contra medidas de *lockdown* nas cidades, alegando que isso afetaria a liberdade de ir e vir dos cidadãos<sup>55</sup>. O resultado mais perverso das constantes ações para desacreditar as estratégias de combate ao vírus e atrasar a chegada das vacinas foi o aumento exponencial do número de infectados e de mortos no país pela covid-19.

Não é, pois, exagero afirmar que as medidas da extrema direita na condução da pandemia no Brasil, se tomadas em conjunto, configuram uma verdadeira política pública da morte. Ao tomarmos as afirmações do presidente, de que a doença seria uma mera gripezinha<sup>56</sup>, de que as pessoas deveriam ter coragem de sair às ruas para enfrentar o vírus por conta própria<sup>57</sup>, além da sua recusa em aderir às medidas sanitárias necessárias para diminuir a circulação do vírus, torna-se evidente que Bolsonaro trouxe a desinformação para o centro da comunicação pública, da qual a presidência da República é um ator central. Nas palavras de Maria Helena Weber (2020), assistimos a uma perversa narrativa presidencial, sem precedentes na história recente pós-1988.

Os discursos do presidente são essenciais na consecução dessas estratégias mórbidas, ou seja, seus destemperos e desequilíbrio ostensivo na propagação de suas verdades particulares contra as quais a resposta é agressão e acusação. A covid-19 serve para que afirme “sou eu quem mando nesta terra” e “a verdade nos salvará”. A verdade não inclui os trabalhadores das chamadas linhas de frente, o SUS e a sequência de mortes. Os fanáticos aplaudem e acreditam, porque precisam negar que algo pode dar errado. O exemplo mais contundente dessas estratégias foi a campanha “O Brasil não pode parar”,

55 Bolsonaro defende liberdade e cogita decreto de livre circulação. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2021-05/bolsonaro-defende-liberdade-e-cogita-decreto-de-livre-circulacao>. Acesso em: 11 jun. 2023.

56 Há um ano, Bolsonaro chamava COVID de gripezinha em rede nacional. Disponível em: [https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2021/03/24/interna\\_politica,1250005/ha-um-ano-bolsonaro-chamava-covid-de-gripezinha-em-rede-nacional-relembre.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2021/03/24/interna_politica,1250005/ha-um-ano-bolsonaro-chamava-covid-de-gripezinha-em-rede-nacional-relembre.shtml). Acesso em: 20 jul. 2023.

57 Brasil tem de deixar de ser “país de maricas” e enfrentar pandemia “de peito aberto”, diz Bolsonaro. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/11/10/bolsonaro-diz-que-brasil-tem-de-deixar-de-ser-pais-de-maricas-e-enfrentar-pandemia-de-peito-aberto.ghtml>. Acesso em: 20 jul. 2023.

veiculada como “teste” nas redes sociais, mas proibida por decisão judicial. Ou seja, nada da dimensão pública interessa (Weber, 2020)<sup>58</sup>.

De acordo com o relatório produzido pela CPI da covid-19, com base em estatísticas de especialistas, o país poderia ter evitado a morte de ao menos 120.000 pessoas, com medidas sanitárias que não foram estimuladas<sup>59</sup>. A desinformação propagada por Bolsonaro sobre a pandemia, patrocinada pelo Estado, já que se trata de um agente público, é o que parece justificar que em países governados por populistas iliberais o número de mortos tenha sido muito maior do que em países liderados por políticos tradicionais<sup>60</sup>. Brett Meyer (2020), em estudo realizado para o Instituto Tony Blair para a Mudança Global, encontrou uma relação positiva entre governos populistas e aumento no número de mortos por covid-19, mesmo em países cujo governante populista adotou uma postura séria em relação à crise.


Segundo o estudo, que considerou dados até agosto de 2020, em países como o Brasil, onde o populista minimizou a crise, os dados mostraram aproximadamente 2.200 mortes mensais adicionais pela doença<sup>61</sup>. Como afirma Meyer (2020), alguns analistas chegaram a afirmar que a crise pandêmica levaria à derrocada de lideranças populistas, expondo as suas fraquezas, a exemplo do que ocorreu com o ex-presidente Donald Trump, que perdeu as

58 O Covid-19 na perversa narrativa presidencial. Disponível em: <http://compolitica.org/novo/especial-coronavirus-3/>. Acesso em: 20 jul. 2023.

59 Pesquisas apontam que milhares de mortes por covid poderiam ter sido evitadas no Brasil. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/06/24/pesquisas-apontam-que-milhares-de-mortes-por-covid-poderiam-ter-sido-evitadas-no-brasil#:~:text=Com%20pol%C3%ADtica%20efetiva%20de%20controle,ano%20da%20pandemia%20no%20Brasil>. Acesso em: 20 jun. 2023.

60 Where the Virus Is Growing Most: Countries With 'Illiberal Populist' Leaders. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2020/06/02/briefing/coronavirus-populist-leaders.html>. Acesso em: 15 jun. 2023.

61 Did countries with populist leaders suffer more from COVID? Disponível em: <https://blogs.lse.ac.uk/covid19/2021/08/23/did-countries-with-populist-leaders-suffer-more-from-covid/>. Acesso em: 5 set. 2023.



eleições, em grande medida, por causa da sua postura negacionista na crise. Essa hipótese também pode ser aventada em relação a Jair Bolsonaro, cujas atitudes na pandemia podem ter afetado a sua pretensão de reeleição. No entanto, o que preocupa é que, apesar da derrota eleitoral, não se pode dizer que o populismo desses líderes causou uma desmobilização total dos seus eleitores.


Longe disso, quatro anos depois, mesmo com uma série de processos judiciais e com a memória recente de sua ação na pandemia, Trump será o candidato do Partido Republicano à eleição presidencial de 2024 e, segundo as sondagens de momento, apresenta-se como um candidato competitivo para retornar à Casa Branca. Bolsonaro, apesar do histórico devastador da pandemia no Brasil, que se tornou o segundo país do mundo com mais mortos, perdendo apenas para os Estados Unidos, chegou muito próximo de vencer as eleições presidenciais de 2022, ficando a pouco mais de dois milhões de votos do candidato vencedor, Luiz Inácio Lula da Silva.

Esse cenário dá conta do tamanho do desafio das democracias em face da resiliência de projetos populistas e autoritários. Para lhes fazer face, no entanto, é necessário compreender os fatores que estimulam e alimentam o extremismo. Certamente, a desinformação e a sua ligação profunda às lógicas comerciais que organizam o funcionamento das plataformas de *media* sociais constituem uma parte importante da questão, como abordamos a seguir.

## COMUNICAÇÃO POPULISTA, DESINFORMAÇÃO E PLATAFORMAS DE *MEDIA* SOCIAIS

Os conteúdos fraudulentos — ou, de forma mais ampla, a desinformação — são disseminados em massa e de forma *on-line*






com o objetivo premeditado de causar danos a determinados grupos ou pessoas. Essa é a definição geral de um fenômeno que tem despertado enorme interesse da literatura diante dos impactos causados nas diversas esferas da vida social e política de diferentes países. A desinformação é, nos dias atuais, um dos principais vetores de difusão de ideias que servem ao ideário anticiência, antissistema e anti-institucional a que lideranças como Bolsonaro aderem e disseminam.

Hameleers (2020) identifica uma correlação entre a desinformação e o populismo, especialmente em ambientes digitais. Como os conteúdos desinformativos apostam, geralmente, numa retórica do escândalo e num discurso fortemente emocional, realçando a existência de uma suposta ameaça iminente contra as pessoas — *Urgente! Veja o que descobrimos!* —, eles servem aos propósitos da comunicação populista, na qual predominam as emoções, a negatividade, a exploração de uma retórica da crise, do medo e da ameaça, além da construção de quadros simbólicos de atribuição de culpas nos conteúdos em circulação (Hameleers, 2020; Hameleers; Bos; Vreese, 2018).

Com efeito, a comunicação populista se nutre de elementos retóricos que aprofundam o antagonismo em relação às elites e aos outros, apontados como ameaças à integridade do povo; tal modo de comunicar aposta, para isso, em conteúdos falsos para criar inimigos e explorar anseios, medos e ressentimentos pulverizados no tecido social. Pode mencionar-se, como exemplo, o célebre caso disseminado por grupos bolsonaristas, na eleição de 2018, sobre a existência de uma mamadeira com formato de pênis que teria sido distribuída em escolas públicas, durante a gestão de Fernando Haddad no Ministério da Educação. Em 2022, apoiadores do ex-presidente disseminaram conteúdos de desinformação, segundo os quais, líderes de um famoso grupo criminoso estariam exultantes com a possibilidade da vitória de Lula, que os beneficiaria, segundo tais conteúdos, com uma segurança pública benevolente.



Ambos os casos, sobretudo o primeiro, serviram não apenas de arma simbólica contra o adversário de Bolsonaro na eleição, mas garantiram a mobilização de uma reação conservadora no interior da qual outros conteúdos falsos foram sendo gerados em cascata. Como se depreende da obra de Norris e Inglehart (2019), parte da força do populismo autoritário vem da mobilização de afetos de ódio, que surgem como reação a mudanças no campo dos costumes e outras transformações culturais. Em 2018, do caso principal envolvendo a tal “mamadeira” erótica, derivaram outros conteúdos fraudulentos, como a associação das esquerdas a uma suposta “ideologia de gênero”, ou a ideia de que professores das escolas públicas atuariam para doutrinar alunos segundo os ditames do que a extrema direita denominou de “marxismo cultural”. Voltando à pandemia, a retórica do medo, associada ao ataque às elites científicas, foram patentes no discurso do presidente, que chegou a insinuar, em dois outros casos de desinformação, que os imunizantes poderiam provocar Aids<sup>62</sup> ou transformar as pessoas em jacarés<sup>63</sup>.

Além de diluir a complexidade dos temas e de promover o engano deliberado, a comunicação populista, assim como a desinformação, adotam discursos facilmente assimiláveis pelas pessoas, geralmente vinculados a visões que fazem sentido para elas e que se acomodam bem ao seu sistema de crenças. Por outro lado, os conteúdos deliberadamente fraudulentos costumam associar-se a teorias da conspiração que tendem a ganhar enorme aderência em certos espaços, contando com uma arquitetura digital que permite a sua rápida disseminação. Podemos recordar as manifestações de Bolsonaro na crise da covid-19, que, emulando a postura de Trump,

62 Bolsonaro vira alvo de inquérito no STF por ligar vacina contra covid à Aids. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/bolsonaro-vira-alvo-de-inquerito-no-stf-por-ligar-vacina-contra-covid-a-aids/>. Acesso em: 20 jul. 2023.


63 Bolsonaro sobre vacina da Pfizer: “Se você virar um jacaré, é problema seu”. Disponível em: <https://istoe.com.br/bolsonaro-sobre-vacina-de-pfizer-se-voce-vice-um-jacare-e-problema-de-voce/>. Acesso em: 20 jul. 2023.

sugeriu que o vírus teria sido uma criação dos chineses, pondo em dúvida a vacina produzida na China — chamada entre os bolsonaristas de “*Vachina*” — que foi crucial no combate à pandemia no Brasil.

Apesar dos imensos impactos negativos que esse tipo de discurso pode ter no seio da sociedade, eles tendem a ganhar visibilidade nas redes, pois chamam a atenção, especialmente quando disseminados por autoridades, intelectuais, religiosos e/ou políticos. A desinformação patrocinada pelo Estado, tal como assistimos no caso brasileiro, é um fenômeno ainda mais grave, diante das responsabilidades que recaem sobre autoridades cujos cargos revestem o discurso de caráter público. Também por isso, a desinformação que propaga mensagens populistas, sobretudo quando difundidas por líderes de opinião, tende a contar com ampla circulação no ambiente digital e a promover efeitos negativos sobre o debate público ou, mesmo, sobre políticas de saúde pública (Recuero; Soares, 2022).

Essa tendência vem sendo discutida na literatura e pode se explicar tanto pelas características discursivas das plataformas de *media* sociais quanto pelos modelos de negócios das grandes empresas de tecnologias que as detêm. Como a literatura assinala, existe uma relação de cumplicidade entre as redes e o populismo, na medida em que os espaços digitais oferecem as condições técnicas e discursivas para que as lideranças populistas estabeleçam uma conexão direta com seus apoiadores, evitando a ação mediadora dos *media* tradicionais (Gerbaudo, 2018; Postill, 2018; Mazzoleni; Bracciale, 2018; Waisbord, 2018). Além disso, as plataformas — e suas *affordances* — criam as condições para a produção de conteúdos dramáticos e emocionais que interessam diretamente à mecânica populista e também ao discurso desinformativo. Como argumentam Mazzoleni e Bracciale (2018, p. 3, tradução nossa):

As redes sociais contribuem para a dramatização da comunicação populista porque são plataformas adequadas para produzir conteúdo emocional, controverso e até violento, típico de grande parte do ativismo populista,



e para estimular uma atividade de “*remix*”, uma colagem criativa de vídeos, trechos de áudio, títulos chamativos, grafites, paródias, memes e muitos outros conteúdos, incluindo insultos e notícias falsas, que podem ser cruciais para impulsionar a popularidade do líder, de sua crença e de seu movimento.

Além da afinidade discursiva e técnica, a proximidade entre a comunicação populista, as redes sociais digitais e a desinformação, possui, ainda, uma poderosa relação de ordem econômica, que serve sobretudo ao lucro das grandes plataformas. Com efeito, o modelo de negócios dessas empresas se baseia em lógicas algorítmicas que estimulam, a partir do conhecimento dos dados dos usuários, a circulação de conteúdos disruptivos, fortemente emotivos, e muitas vezes vinculados a teorias conspiratórias, que possuem um enorme potencial de engajamento. Como tal, a desinformação e os conteúdos populistas passam a figurar como importante matéria-prima para o aumento do lucro dessas empresas, que agem para impedir qualquer grau de regulamentação sobre a sua atividade.

Não por acaso, a discussão sobre o PL 2630, conhecido como *PL das Fake News* — que objetiva criar uma responsabilização mínima das plataformas por conteúdos que incitem de crimes — tenha encontrado forte oposição de dois grupos que lucram, econômica e politicamente, com a ausência completa de controle legislativo: as grandes plataformas, como a Google, e as alas mais extremas do bolsonarismo. Enquanto a empresa estadunidense liderou uma campanha sem precedentes em maio de 2023, quando o Parlamento brasileiro retomou a discussão do texto, bolsonaristas disseminaram uma versão desinformativa sobre a proposta. Em suas páginas pessoais nas plataformas, eles acusaram a proposta de lei de ser uma tentativa de censura das esquerdas à liberdade do povo. Numa relação de cumplicidade com a extrema direita, a Google, por sua vez, anunciou, em sua página principal na internet, uma informação falsa, segundo a qual, o PL 2630 pioraria a internet no país. Tratou de um




expediente para influenciar o debate no Parlamento, em clara afronta à soberania do Estado brasileiro, em face da possibilidade de votação de uma regulação da atividade das plataformas no país.

## PARA TERMINAR: SOBRE COMUNICAÇÃO DE CIÊNCIA E DEFESA DA DEMOCRACIA

Este capítulo procurou discutir as relações entre o populismo de extrema direita, os *media* e a desinformação no contexto brasileiro, com foco na trágica experiência do bolsonarismo no poder, especialmente quanto aos impactos da sua perversidade no enfrentamento da pandemia de covid-19. Antes disso, porém, reconstituímos o contexto de crises que conduziu Jair Bolsonaro ao Palácio do Planalto, chamando a atenção para o processo de normalização eleitoral da sua candidatura pela grande imprensa.

Como vimos, a desinformação não é resultado apenas da ação deliberada de pessoas anônimas que povoam os *media* sociais. Trata-se de um mecanismo com profundos efeitos políticos, sociais e sanitários que, de um lado, serve à comunicação de líderes extremistas, e, do outro, se conecta diretamente a interesses comerciais de grandes empresas de tecnologia que atuam para evitar qualquer nível de controle da lei sob o seu funcionamento. A resposta para esse desafio central das democracias hodiernas não é simples; exige a construção de múltiplas frentes de ação, a serem capitaneadas por diferentes segmentos sociais. A principal forma de conter o avanço do ódio e da desinformação nas redes, passa, sem dúvidas, pelo estabelecimento de uma legislação adequada para garantir que conteúdos incitadores de práticas que a nossa legislação já tipifica como crimes não possam circular livremente, sob pena de responsabilização



das empresas que os permitem. Não cabe o argumento de que tais empresas não têm responsabilidade pelo que circula em seus ambientes. São muitas as evidências de que conteúdos com desinformação aumentam os lucros das empresas, na medida em que circulam com mais facilidade pelas páginas de usuários mundo afora.

Por outro lado, ao lado da necessária regulação legislativa da atividade das plataformas, para evitar que conteúdos fraudulentos aprofundem a desordem desinformativa, uma segunda frente de ação passa pela elaboração contínua de iniciativas de divulgação científica e de literacia política e mediática para que as pessoas possam também construir antídotos contra a fraude e o ódio. A literacia política é tão fundamental quanto a partilha de ferramentas de crítica de conteúdos midiáticos que nos chegam de diversas formas e sob múltiplos formatos. Não se trata da defesa de candidatos ou de preferências partidárias específicas, mas de reforçar, junto a públicos estratégicos, como as escolas, a importância do respeito ao consenso democrático pelos *players* do jogo político, de forma que a tolerância, inconciliável com os extremismos, possa retomar o seu lugar na cena pública.

Antes do fim, volto ao Seminário Internacional Comunicar Ciência: Democracia, Comunicação e Audiovisual. Ao longo das diversas semanas em que ocorreu, o evento produziu reflexões que realçam, de forma transversal, a importância da comunicação de ciência como mecanismo estratégico para a democratização do conhecimento e, por consequência, para o enfrentamento do obscurantismo que, por um período, incrustou-se no aparelho do Estado brasileiro, contaminando ideias, políticas públicas e a ação de parte das instituições, mesmo aquelas às quais a Constituição de 1988 reservou o dever de preservação da ordem democrática. As discussões feitas no Seminário testificam que a comunicação científica, pensada em múltiplos meios e formatos, aliadas a ações de educação mediática e política, constituem estratégias indispensáveis, senão para eliminar a presença do populismo autoritário entre nós, ao menos para evitar que os seus ataques à democracia sejam facilmente normalizados.

## REFERÊNCIAS

ALBERTAZZI, D.; McDonnell D. (ed.). *Twenty-first century populism: The spectre of Western Europe European democracy*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2008.

ALBUQUERQUE, Afonso de. Populismo, Elitismo e Democracia. *Mediapolis – Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público*, Portugal, n. 12, p. 17-31, 20 abr. 2021.

ALCÂNTARA, J.; FERREIRA, R. R. A infodemia da “gripezinha”: uma análise sobre desinformação e coronavírus no Brasil. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, v. 145, n. 1, p. 137-161, 2020.

ARAÚJO, Bruno; PRIOR, Hélder. Framing Political Populism: the role of media in framing the election of Jair Bolsonaro. *Journalism Practice*, Reino Unido, v. 15, n. 2, p. 226-242, 6 jan. 2020.

ARENDT, H. *Entre o passado e o futuro*. São Paulo: Perspectiva, 2014.

BRAGA, Maria do Socorro; ZOLNERKEVIC, Aleksei. Padrões de votação no tempo e no espaço: classificando as eleições presidenciais brasileiras. *Opinião Pública*, Brasil, v. 26, n. 1, p. 1-33, abr. 2020.

ENGESSER, Sven; ERNST, Nicole; ESSER, Frank; BÜCHEL, Florin. Populism and social media: how politicians spread a fragmented ideology. *Information, Communication & Society*, Reino Unido, v. 20, n. 8, p. 1109-1126, 8 jul. 2016.

FISHER, M. A máquina do caos. Como as redes sociais reprogramaram nossa mente e nosso mundo. São Paulo: Todavia, 2023.

GERBAUDO, Paolo. Social Media and Populism: an elective affinity? *Media, Culture & Society*, v. 40, n. 5, p. 745-753, 2018.

GUAZINA, Liziane Soares; ARAÚJO, Bruno; GAGLIARDI, Juliana. *Media, Corruption and far right-wing populism: notes on journalistic coverage of political scandals in Brazil*. Lisboa: Edições ICNOVA, 2023.

GUAZINA, Liziane; PRIOR, Hélder; ARAÚJO, Bruno. Framing of a Brazilian Crisis: Dilma Rousseff’s impeachment in national and international editorials. *Journalism Practice*, Reino Unido, v. 13, n. 5, p. 620-637, 6 nov. 2019.

GUAZINA, L.; PRIOR, H.; ARAÚJO, B. (Des)construindo uma queda: a mídia e o impeachment de Dilma Rousseff. Florianópolis: Insular, 2019.

HAMELEERS, Michael; BOS, Linda; VREESE, Claes de. Framing blame: toward a better understanding of the effects of populist communication on populist party preferences. *Journal Of Elections, Public Opinion And Parties*, Reino Unido, v. 28, n. 3, p. 380-398, 26 nov. 2017.

HAMELEERS, Michael. Populist Disinformation: exploring intersections between online populism and disinformation in the US and the Netherlands. *Politics And Governance*, Holanda, v. 8, n. 1, p. 146-157, 5 mar. 2020.

KEY, V. O. A theory of critical elections. *The Journal of Politics*, Estados Unidos, v. 17, n. 1, p. 3-8, 1955.

LASCO, Gideon; CURATO, Nicole. Medical populism. *Social Science & Medicine*, Reino Unido, v. 221, p. 1-8, jan. 2019.

MACIEL, Ethel; FERNANDEZ, Michelle; CALIFE, Karina; GARRETT, Denise; DOMINGUES, Carla; KERR, Ligia; DALCOLMO, Margareth. A campanha de vacinação contra o SARS-CoV-2 no Brasil e a invisibilidade das evidências científicas. *Ciência & Saúde Coletiva*, Brasil, v. 27, n. 3, p. 951-956, mar. 2022.

MAZZOLENI, G., BRACCIALE, R. Socially mediated populism: the communicative strategies of political leaders on Facebook. *Palgrave communications*, Estados Unidos, v. 4, n. 50, p. 1-10, 2018.

MEYER, Brett. *Ulysses berated: Populism, ideology, and Central Bank Independence*. London: Tony Blair Institute for Global Change, 2020.

MONARI, Ana Carolina Pontalti; ARAÚJO, Kizi Mendonça de; SOUZA, Mateus Ramos de; SACRAMENTO, Igor. Legitimando um populismo anti-ciência: análise dos argumentos de Bolsonaro sobre a vacinação contra covid-19 no Twitter. *Liinc em Revista*, Brasil, v. 17, n. 1, p. 1-21, 2 jun. 2021.

MUDDE, C.; KALTWASSER, R. *Populism: A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press, 2017.

NORRIS, P.; INGLEHART, R. *Cultural Backlash: Trump, Brexit, and Authoritarian Populism*. Cambridge: Cambridge University Press, 2019.



POSTILL, John. Populism and social media: a global perspective. *Media, Culture & Society*, Reino Unido, v. 40, n. 5, p. 754-765, 8 mai. 2018.

RECUERO, R; VOLCAN, T; JORGE, F. C. Os efeitos da pandemia de covid-19 no discurso antivacinação infantil no Facebook. *Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde*, Brasil, v. 16, n. 4, p. 859-882, 23 dez. 2022.

RECUERO, R; SOARES, F. B. #VACHINA: Como políticos contribuem para disseminar desinformação sobre vacinas contra a Covid-19. *Journal of Digital Social Research*, v. 4, n. 1, p. 73-97, 2022. doi:10.33621/jdsr.v4i1.112

WAISBORD, Silvio. The elective affinity between post-truth communication and populist politics. *Communication Research and Practice*, Reino Unido, v. 1, n. 4, p. 1-18, 2018.

WEBER, M. H. O covid-19 na perversa narrativa presidencial. *Compolítica*, Brasil, 28 abr. 2020. Disponível em: <http://compolitica.org/novo/especial-coronavirus-3/>. Acesso em: 30 nov. 2023.




# 9

*Paula Guimarães Simões*

## **CELEBRIZATION OF SCIENTISTS IN THE CONTEXT OF THE COVID-19 PANDEMIC:**

**ÁTILA IAMARINO IN BRAZIL**



Contemporary society is notable for a process of creating celebrities in different fields – movies, TV, sports, politics, the Internet. In the context of the Covid-19 pandemic, another field is also notable for this process: science. The aim of the present text is to reflect on the dynamics of celebrity creation involved in constructing the public image of Brazilian scientists; more specifically, in analyzing the work of the biologist Átila Iamarino. The purpose is to discuss how the modeling forces of the phenomenon of celebrization (Driessens, 2012) act in the configuration of this celebrity-scientist, who participates in constituting new ways of communicating science to oppose the denialism that marks the contemporary context.

Therefore, the present text is divided into four parts in addition to the final considerations. In the first part, the pragmatist approach to celebrities, that has been guiding research on this topic in Brazil, is discussed. The second part returns, overall, to Driessens' (2012) reflections to think about the processes of celebrity creation in the Brazilian context. In the third part, the configuration of the Covid-19 pandemic in Brazil, the context from which scientist-celebrities emerged, is presented briefly. The fourth part is dedicated to presenting the empirical approach of the study (the scientist himself, Átila Iamarino) and the methodological procedures that led to the analyses presented in that section. The analysis of the interaction seeks to understand: 1) how he positions and presents himself to his interlocutors; 2) how he addresses them, who the intended interlocutors are; and, 3) how he communicates the science. With this, we try to pay attention to the role that this celebrity scientist plays in the contemporary Brazilian context.



## 1. FOR A PRAGMATIST APPROACH TO CELEBRITIES


Studies about celebrities have been developed in different parts of the world, with different objectives and approaches.<sup>64</sup> Some studies focus on the historic insertion of the phenomenon; others stress the marketing dimension of fame; there are also those dedicated to investigating the processes of reception and conformation of publics in relation to celebrities. Studies developed in our research group (Research Group on Image and Sociability at Federal University of Minas Gerais, *GRIS/UFMG*) have taken a pragmatist approach to celebrities, which inscribes the phenomenon in the field of human experience and attempts to understand the actions undertaken by personalities in their interactions with different publics.

Therefore, the analyses focus on the activity of public figures, highlighting the developments and the consequences of their behavior, recalling John Dewey's (2010) classic concept of experience that involves acting and suffering. In this *transaction* between a celebrity's action and the suffering arising from it (that is, suffering as a consequence of that first action), we seek to understand the values that are added to their public face and which awaken both admiration and criticism in the society in which that figure is inscribed (Inglis, 2012; França; Simões, 2020a; 2020b). Thus, the social and historical insertion of the celebrity phenomenon is highlighted. This phenomenon can reveal distinctive traits of a society at a particular moment.

Based on their activities, celebrities enter into the contemporary public scene evoking three feelings: knowledge, recognition and being

64 There are collections both in Brazil and in other countries, with several studies around the Celebrity Studies. Cf. França; Freire Filho; Lana; Simões, 2014; França; Simões; Prado, 2020; Marshall; Redmond, 2016.





turned into a cult by part of a community (França, 2014). “They say that anyone who becomes known by many people, recognized for what they are or do, is turned into a cult as someone exceptional, who is worthy of admiration and reverence” (França, 2014, p. 19). Upon acquiring celebrated status, a person is endowed with a certain discursive power, raising their voice above the others and making them emerge as legitimate and significant in the media systems (Marshall, 2006, p. X). Such emergence occurs in different social fields, such as the singer Milton Nascimento in Brazilian popular music, the footballer Marta, the actress Fernanda Montenegro, and the three-term president of Brazil Luiz Inácio Lula da Silva in politics.

This diversity of fields of the emergence of celebrities drives the formation of a broad, equally diverse panel of personalities that we are seeking to map in the Celebrity Radar.<sup>65</sup> Inscribed in our Event Analysis Lab (the GrisLab), the Radar seeks to record different profiles of celebrities who stand out in the Brazilian public scene, presenting a short biography, events that mark their trajectory, as well as the exposure channels of the celebrities. In addition, we seek to understand the publics that are connected to them as well as the values that may be found in their public image. After all, we understand that “celebrity has become a valued resource to be used in power struggles” (Driessens, 2012, p. 9), and it is important to understand such disputes of values in the contemporary context.

Looking at this mapping and the different fields of emergence of celebrities, we understand how they can emerge from different strategies of celebrity creation, as we discuss in the next section.

65

Available at <https://grislab.com.br/radar-celebridades/>. Accessed on 21 November, 2022. Deals with a research project and extension that seeks to build a Celebrity Observatory (Observatório de Celebidades) in Brazil, including a mapping of leaders in different fields.


## 2. THE PHENOMENON OF CELEBRIZATION AND THE BRAZILIAN CONTEXT

When discussing celebrity culture in contemporaneity, Olivier Driessens (2012) focuses on two dimensions of the phenomenon – one individual and one social – and distinguishes two concepts related to it: celebrification and celebrization. For Driessens, celebrification “comprises the changes at the individual level, or more precisely the process by which ordinary people or public figures are transformed into celebrities” (Driessens, 2012, p. 10). The term celebrization, on the other hand, such as other concepts of *-ization* (like *globalization*, *colonization*), should be reserved “for the societal and cultural changes implied by celebrity” (Driessens, 2012, p. 10).

Focusing on the more individualized phenomenon of celebrification, he highlights two configurative elements of that process: personification and commoditization. The first refers to a process of individualization of the celebrity, or a confirmation of its individuality (Braudy, 1986). According to Driessens, this first element

consists of the embodiment of a subjectivity that unites “the spectacular with the everyday, the special with the ordinary” (Dyer, 2007(1979): 35). Notwithstanding the paradoxical nature of celebrities as both ordinary and extraordinary, they are still distanced from the ordinary. Consequently, the transformation from ordinary person to celebrity can be seen as a media ritual that both confirms this separation and legitimates the “myth of the mediated centre”, or the myth that the media are the essential gatekeepers to the imagined society’s centre (Couldry, 2003). (Driessens, 2012, p. 10).

Such an approach points to the consolidation of a personality’s public face and reiterates individualism as a defining axis of fame, as has been discussed by several other authors in the discussion of the history of the phenomenon (Lilti, 2018; Rojek, 2008; Smart,



2005; Morin, 1989). The second element in this individual dimension is commoditization, which refers to the commodification of figures in the context of capitalism:

the stars and, by extension, the celebrities, “are both labour and the thing that labour produces” (DYER, 2004 [1986], p. 5). They are manufactured by the celebrity industry and produce and help to sell other commodities. In this sense, the celebrity presents and personifies “[t]he two faces of capitalism—that of defaced value and prized commodity value” (Marshall, 1997: 4). (Driessens, 2012, p. 10).

The marketing dimension of celebrities is centered on the individual level, as already discussed by several researchers (Marshall, 2006; Turner, 2014; Torres, 2014). However, such characterization also points to the social and historical context into which they are inserted, guiding our discussion toward the social dimension of the phenomenon of fame.

In discussing celebritization, the author highlights three indicators of the phenomenon: democratization, diversification and migration. The first indicator points to the new possibilities for ordinary people to access stardom. The author thus highlights the potential for ordinary people to reach such visibility in a process marked by ambiguities:

While it enables underrepresented social and cultural groups to gain media attention, the celebrity and media industries exploit reality TV participants and do-it-yourself celebrities in order to increase their profits. These manufactured celestoids are turned into commodities that implicitly support and reinforce both the inequality of the celebrity system and the spread of neoliberal discourse. (Driessens, 2012, p. 14).

Therefore, the author highlights how capitalism and neoliberalism conform the social dimension of the phenomenon, thus showing that “the democratization of celebrity is only relative and


must be critically evaluated” (Driessens, 2012, p. 14). However, it is not a noncritical celebration of celebrity culture, but the recognition of the important place that it may occupy in contemporary democracies.

The second indicator is diversification, which refers to the emergence of celebrity figures in different social fields (as seen previously from the experience of our Celebrity Observatory). As Driessens highlights, the phenomenon is not exclusive to entertainment or sports, but permeates politics, academia and gastronomy, for example. For Driessens, “the diversification of celebrity proves to be a complex process, influenced not only by the media (and mediatization), but also by the market and capitalism, power struggles and internal dynamics.” (Driessens, 2012, p. 15).

Migration is the third indicator of celebritization discussed by Driessens, and refers to the way in which a personality gains access to another field of activity. That is, it is the “process through which celebrities use both their relative autonomy as public personality and their celebrity status to develop other professional activities” (Driessens, 2012, p. 16). Hence, this mobility of celebrities ends up capitalizing their celebrity status.

These three indicators of celebritization allow reflection on some of the configurative axes of contemporary Brazilian society and, more specifically, on how the scientific field intersects with such indicators. Democratization can be understood from the way technology has enabled digital social networks to expand the possibility of visibility attainment by ordinary persons. For example, in Brazil, in 2022 we saw the emergence of the profile Luva de Pedreiro (<https://www.instagram.com/luvadepedreiro/>), a soccer digital influencer who has become a phenomenon of engagement, recording videos in an amateur soccer field in Bahia, with the slogan “Receba (Receive)”. He has over 18 million followers on Instagram and over 20 million on TikTok<sup>66</sup>.






However, it is not only football or other fields linked to entertainment that end up being marked by this democratization. In the Covid-19 pandemic context, science itself has become, more than at other times, affected by strategies for disseminating scientific knowledge to address the health crisis and the spread of *fake news*. As Mendonça and Castelfranchi (2022) point out, in this context,

trying to catch up with the capillarity of disinformation, they [the scientists] did not only occupy novel territories and media. They invented new repertoires for action. Funk music, podcasts, YouTube channels, memes, lobbying and even aggressive statements and anti-government advocacy became central to a process in which public scientists themselves had to become a message (Mendonça; Castelfranchi, 2002, p. 160).

Therefore, scientists used their symbolic capital to seek visibility capital in digital social networks. We can cite, for example, the microbiologist Natália Pasternak, who was, and continues to be, an important source for many newspapers, radios and TVs for releasing scientific information to the public. On the Internet, she mainly uses Twitter (<https://twitter.com/TaschnerNatalia>) to disseminate this to her more than 300 thousand followers.

The second indicator of celebrityization can be observed in the Brazilian context from the diversity of fields of activity of celebrities who attain a space in the public visibility scene. When looking at the observatory that we built in the Celebrity Radar, in addition to singers, actors and football players, there are also religious figures like Father Fábio de Melo and Pastor Silas Malafaia, doctors like Dráuzio Varella and political leaders like ex-president Dilma Rousseff. In this diversification, the fields of religion, politics and medicine intersect with the visibility strategies traditionally used in the entertainment fields.

Finally, how does one think about *migration* in the Brazilian context? We monitored public figures who move from one field to another, using the status gained in one to develop another type of activity.




This is the case, for example, of former judge Sérgio Moro, who attained visibility and fame with *Operação Lava-Jato* (Operation Car-Wash)<sup>67</sup> and the arrest of president Lula, and later used this projection to become a Minister of Justice in the Bolsonaro government and was elected Senator of the Republic in the 2022 elections. This migration both triggers an existing celebrity status and can reiterate and augment it.

Based on this theoretical framework, we propose to discuss Átila Iamarino's process of *celebrization*, joining the two phenomena presented by Driessens. I use the term *celebrization* to conjugate "celebrification" (the individual dimension) and "celebritization" (the social dimension), grouping the five indicators discussed above: personification, commodification, democratization, diversification, migration. However, before presenting the methodology and the analysis, it is necessary to situate – albeit briefly – the Covid-19 pandemic experience in Brazil.

### 3. BRAZILIAN CONTEXT AND THE COVID-19 PANDEMIC

The first case of contamination by the new coronavirus was recorded in Brazil at the end of February, 2020. However, prior to that, the spread of Covid-19 was already being monitored in several European countries and The United States. In the following month, the disease advanced in the country, which recorded the first death on March 12, in São Paulo. It is the moment when the restrictive measures on the circulation of persons and social isolation were

67 Operation Lava-Jato consisted of a series of (frequently controversial) investigations conducted by the Federal Police of Brazil between 2014 and 2021. An analysis of Sérgio Moro's public image after this event was carried out by Silva and Simões, 2020.



begun in several Brazilian states and cities. Throughout the entirety of the pandemic, the Brazilian government adopted positions contrary to measures for prevention of the disease (like the use of masks and, later, vaccination), which made facing the global public health crisis more difficult.

When analyzing the Covid-19 pandemic as an event, in the *Diário da Quarentena*, we sought to show some of the challenges faced in the Brazilian context

Further stimulating positions that minimize the impact of the pandemic, the behavior of the President of the Republic, Jair Bolsonaro, was, from the outset, at the center of attention of the *Diário da Quarentena*, keeping in mind the role and the expectations created around the performance of a public figure like a president, in the context of a public health crisis. We highlighted the criticism and presidential positioning contrary to preventive measures, under the argument of protecting the economy of the country. We noted that his posture and insensitivity to those affected is consistent with the reactionary-liberal project that he represented, choosing profit and death over life. Those most affected by the neglect of the government soon appeared: workers, mainly domestic workers, who need to go to work to serve their employers (França *et al.*, 2020, p. 53).

At the end of October, 2022, Brazil counted more than 34 million contaminations and more than 680 thousand deaths since the outset of the pandemic, according to data from the Ministry of Health.<sup>68</sup> About 85% of the Brazilian population received the first dose of the Covid-19 vaccine, and 80% have already received either the second dose or the single dose<sup>69</sup>. This was in spite of all

68 Available at: <https://especiais.g1.globo.com/bemestar/vacina/2021/mapa-brasil-vacina-covid/>. (Accessed on: October 28, 2022).

69 Available at: <https://especiais.g1.globo.com/bemestar/vacina/2021/mapa-brasil-vacina-covid/>. (Accessed on: October 28, 2022).

the delays in the purchase of vaccines by the Brazilian government, and all the disinformation spread about their safety during the public health crisis.

In this context, science and scientists played (and play) an indispensable role. Several researchers have taken on the role of scientific dispensers to confront the negationism and the inefficiency of the federal government in promoting the necessary measures to overcome the public health crisis. This is how the biologist Átila Iamarino stands out, using the digital social networks to spread information about the disease and its treatment. In the following analysis, we sought to understand how the indicators of celebrity creation discussed by Driessens intersect with the projection of the celebrity status of Átila Iamarino.


## 4. METHODOLOGICAL PROCEDURES AND ANALYSIS

Before moving on to the analysis proposed here, a brief biography of the scientist Átila Iamarino should be presented.<sup>70</sup> Holding a bachelor's degree in biology (2006) and a doctorate in microbiology (2012) from the University of São Paulo, he did post-doctoral work at the same institution (2013, 2015) and at Yale University (2014). He presents himself as "Science communicator and world explainer by choice". He is the founder of *ScienceBlogs Brasil*, the largest Portuguese-language science blog network in the world.<sup>71</sup>

70 Data incorporated from the Lattes curriculum (<http://lattes.cnpq.br/4978322672579487>) and the digital social networks.

71 Available at: <https://www.blogs.unicamp.br/sbbr/>. (Accessed on November 11, 2022.)





He works in the Nerdologia<sup>72</sup> channel and in his own YouTube<sup>73</sup> channel, in addition to being a columnist for the newspaper *Folha de S. Paulo*<sup>74</sup>. In 2022, he began to host the program *Hiperconectado* on TV Cultura,<sup>75</sup> as one more strategy in his work to disseminate science. An exploratory observation of his digital social networks showed that he makes several advertisements, as shown in his *Instagram* profile: a film (#SonicOFilme by @ParamountBrasil), college (@estacio\_brasil), car (@chevroletbr), computer (nvidiageforcebr) and genetic test (meudna\_oficial).

To proceed with the analysis in this article, I monitored Átila Iamarino's performance in different spaces in the month of July 2022. On October 28, 2022, the scientist had 1.3 million followers on Twitter; 1.1 million followers on Instagram; 1.56 million subscribers on Youtube. Observing the biologist's performance, we chose to take an excerpt from a live show that he did on March 20, 2020, which is the most popular video on his Youtube channel, with 5.8 million views.

The present proposal is to develop an *analysis of the interaction* undertaken by Átila Iamarino, inspired by the analytical grid proposed by França and Leurquin (2022) to discuss the discursive changes of the digital influencer Felipe Neto. The researchers looked back at Eliseo Verón's analysis of enunciation (2004), and proposed three axes: "the image of oneself; the image of the other to whom one is addressed and the conformation of the relationship established with them; and, the treatment it gives to the content (image of the world or of what is enunciated)" (França; Leurquin, 2022, p. 17). Thus, observing the live show of Átila Iamarino, we sought to analyze:

72 Available at: <https://www.youtube.com/c/nerdologia/featured> . (Accessed on November 11, 2022.)

73 Available at: <https://www.youtube.com/c/Atilamarino/featured> . (Accessed on November 11, 2022.)

74 Available at: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/atila-iamarino/> . (Accessed on November 11, 2022.)

75 Available at: <https://cultura.uol.com.br/programas/hiperconectado/> . (Accessed on November 11, 2022.)

1. How does he position himself and present himself to his interlocutors?
2. How does he address them? Who are the intended interlocutors?
3. How does he communicate the science?

He begins the video by introducing himself to the public as a scientist, educated at the University of São Paulo (USP), one of the largest and best educational institutions in Brazil.

To begin, let me pull rank here, let me introduce myself so that you understand why I am going to say what I am going to say in this live presentation and what to expect, going forward. [...] I am a biologist, I graduated in biology from USP [...] and I went on to do a doctorate in virology, how the virus evolves and how viruses spread throughout the world.

He highlights his studies of different viruses like HIV, Ebola and Zika, using his *symbolic capital* to justify conducting the *live presentations* and inviting the trust of his interlocutors. He also says that he did his post-doctorate at USP and at Yale University (in the United States), noting that he will leave the link to his CV in the chat for whomever wishes to verify the information about his trajectory. Here, a personification (Driessens, 2012) of the scientist and an individualization of the public face of this personality emerges (Rojek, 2008). A scientist who, committed to the truth and to science itself, at the beginning of the pandemic began to consolidate his *celebrity capital* (Kamradt, 2019).

Átila addresses a public that is concerned with the context of the public health crisis that was beginning at that time. Further, he warns them to the anxiety and stress that the uncertainties and doubts regarding the new disease could arouse in his interlocutors: "if you are anxious, if you are stressed with what is happening or if you are very worried, I recommend that you skip this live presentation,

do not watch it now because it is going to be a conversation with numbers, with numbers that tell a story that is not very nice”, he says in the analyzed video.

The biologist tries to draw closer to the public, adopting a conversational tone that attempts to translate scientific data, thus demystifying the science itself and performing a public utility service. He adopts a summoning and cautioning tone to argue for social isolation (“Do not go out, do not leave the house”); warns about the nonexistence of medicines at that moment to fight the disease (“Do not count on healing rituals”); and, reminds them of the pandemic’s power over everyone (“Your lives have already changed”).

Thus, in his communication of science, he adopts simple, accessible language, using graphics to explain the data that he presents. He uses scientific studies to talk about the importance of isolating confirmed cases, of quarantining at home and of social distancing. These are strategies that could have implications for the number of deaths from the disease. Átila stresses the role of science and of scientists to offer information to support public policies.

It is also important to point out the way he circulates his content in different networks, linking the *YouTube* channel with other digital networks like *Instagram* and *Twitter*, which is an important strategy for spreading the science. They set up the *new action repertoires*, discussed by Mendonça and Castelfranchi (2022). In addition, he assumed the role of the digital influencer (“a very specific type of Internet celebrity who seeks to transform this online visibility into a profitable digital career”, Abidin, 2021, p. 290). Átila thus migrates from his place as a scientist at the university to that of entertainment and science communication on the TV program, as well as the production of digital content. He acts, in this way, to fight against disinformation and for the dissemination of scientific truth, a central role in confronting the negationism and the *fake news* in our society.

## FINAL CONSIDERATIONS

The aim of the present text has been to analyze the process of celebrity creation of the biologist, Átila Iamarino, joining the two phenomena presented by Driessens (2012): celebrification (the more individual dimension) and celebritization (the social dimension). With this, we focus on the five indicators discussed previously: personification, commodification, democratization, diversification and migration. Thus, the concept of *celebrization* is used to conjoin the two dimensions of the phenomenon in the present analysis.

Starting with a pragmatist approach to celebrities, we focus on the activity of this scientist in the Brazilian scenario, specifically in the context of the Covid-19 pandemic. To do so, we mapped his digital social networks to select a relevant corpus for analysis in the present text: a *live presentation* given by Átila on March 20, 2020, which is the most popular video on his *YouTube* channel, with 5.8 million views<sup>76</sup>. The analysis of the interaction used sought to understand: 1) how he positions and introduces himself to his interlocutors; 2) how he addresses them, who the intended interlocutors are; and, 3) how he communicates the science. In this way, we attempted to focus on the role that this scientist-celebrity plays in the contemporary Brazilian context.

The analysis showed the process of *celebrization* of Átila Iamarino, from different indicators (Driessens, 2012). It was possible to understand *democratization* and *diversification* in his activity: he was a previously anonymous biologist who uses social networks to consolidate his *celebrity capital* (Kamradt, 2021). This also shows how science has become a field marked by visibility and the search for fame at the present time. Further, it is possible to understand his

76

Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=zF2pXXJIAGM&t=3s>. (Accessed on October 28, 2022.)



*migration* among fields; that is, moving his activity from academia to entertainment.

In the way Átila introduces himself to his public, we also notice *personification*: he uses his *symbolic capital* to attempt to configure himself as a recognizable and legitimate public face to disseminate scientific information. The *commodification* discussed by Driessens can also be understood in the biologist's performance: seeking to affirm himself as a digital influencer, he uses his place of visibility to construct "a profitable digital career" (Abidin, 2021, p. 290), from the commercials that he does on his social networks.

Finally, if "celebrity has become a valuable resource to be used in power struggles" (Driessens, 2012, p. 9), Átila Iamarino has set himself up as a scientist-influencer, important in the symbolic disputes about the pandemic. The video analyzed here, with nearly six million views by the end of October, 2022, is just one of the nodes in the network of influence constructed by this scientist-celebrity who acted (and acts) to disseminate science and to fight against the negationism that marks contemporary Brazilian society. Átila thus sets himself up as an influencer who promotes new ways to communicate science, or *new repertoires of action* (Mendonça; Castelfranchi, 2022), in his several fields of activity.

## REFERENCES

ABIDIN, C. Influenciadores digitais, celebridades da internet e "blogueirinhas": uma entrevista com Crystal Abidin. Entrevista concedida a Isaaf Karhawi. Intercom – RBCC, São Paulo, v. 44, n. 1, p.289-301, jan./abr. 2021.

BRAUDY, L. The Dream of Acceptability. In: REDMOND, Sean; HOLMES, Su (Ed.). *Stardom and Celebrity*. Los Angeles/London/New Delhi/Singapore: Sage, 2007. p. 181-187.

DEWEY, J. *Arte como experiência*. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

DRIESENS, O. The celebritization of society and culture: Understanding the structural dynamics of celebrity culture. *International Journal of Cultural Studies*, UK, SAGE, v. 16, n. 6, p. 641-657, 2012.

DRIESENS, O. A celebritização da sociedade e da cultura: entendendo a dinâmica estrutural da cultura da celebridade. *Ciberlegenda*, n. 31, 2014, p. 8-25.

FRANÇA, V. R. V. Celebidades: identificação, idealização ou consumo? In: FRANÇA, V.R.V.; FREIRE FILHO, J.; LANA, L.; SIMÕES, P.G. (org.). *Celebidades no século XXI: transformações no estatuto da fama*. Porto Alegre: Sulina, 2014. p. 15-36.

FRANÇA, V. R. V.; LEURQUIN, C. Felipe Neto: uma celebridade política? *Rumores*, 2022, v.16, n. 31, p.15-41.

FRANÇA, V.R.V.; FREIRE FILHO, J.; LANA, L.; SIMÕES, P.G. (org.). *Celebidades no século XXI: transformações no estatuto da fama*. Porto Alegre: Sulina, 2014.

FRANÇA, V.; SIMÕES, P.; PRADO, D. (org.). *Celebidades no Século XXI: volume 2: diversos perfis, diferentes apelos*. Belo Horizonte, MG: PPGCOM, 2020.

KAMRADT, J. Celebidades políticas e políticos celebridades: uma análise teórica do fenômeno. *BIB*, São Paulo, n. 88, 2019, p. 1-22.

KARHAWI, I. *De Blogueira a Influenciadora: etapas de profissionalização da blogosfera de moda brasileira*. Porto Alegre: Sulina, 2020.

LILTI, A. *A invenção da celebridade (1750-1850)*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2018.

MARSHALL, P. D. *Celebrity and power: fame in contemporary culture*. 5. ed. Minneapolis, London: University of Minnesota Press, 2006.

MARSHALL, D.; REDMOND, S. (org.). *A companion to celebrity*. New Dehli: Wiley-Blackwell. 2016.

MENDONÇA, R. F.; CASTELFRANCHI, Y. Knowledge on Stage: Public Roles of Scientists in Times of Communicative Abundance. *JAVNOST-THE PUBLIC*, v. 29, p. 1-18, 2022.

MEYER, D. S.; GAMSON, J. The Challenge of Cultural Elites: Celebrities and Social Movements, *Sociological Inquiry*, 65 (2), 1995, 181-206.

MORIN, E. *As estrelas: mito e sedução no cinema*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.

PAIXÃO-ROCHA, P.; SIMÕES, P. G. A celebridade é política? movimentos de politização e despolitização entre Anitta e seus públicos. *Revista Eco-Pós*, 2021, 24(2), 201-225.

ROJEK, C. *Celebridade*. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

SILVA, T.; SIMÕES, P. G. A imagem pública de Sérgio Moro: Valores em disputa no contexto brasileiro. *Revista FAMECOS*, v. 27, n. 1, 2020. p. 1-15.

SILVA, T.; SIMÕES, P. G. A linguagem fascista e a constituição da imagem pública: uma análise de Jair Bolsonaro. *Rumores*, v. 16, n. 31, 2022.

SIMÕES, P. G. *O acontecimento Ronaldo: a imagem pública de uma celebridade no contexto social contemporâneo*. Tese (Doutorado em Comunicação Social) — Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2012.

SMART, B. *Modern Sport and the Cultural Economy of Sporting Celebrity*. New Delhi: SAGE, 2005.

TORRES, E. C. Economia e carisma da indústria cultural da celebridade. In: FRANÇA, V.R.V.; FREIRE FILHO, J.; LANA, L.; SIMÕES, P.G. *Celebridades no século XXI: transformações no estatuto da fama*. Porto Alegre: Sulina, 2014. p. 71-94.

TURNER, G. *Understanding Celebrity*. 2 ed. Los Angeles/London/New Delhi/Singapore/Washington DC: SAGE, 2014





# 10


*Maristela Carneiro*

## COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA:

CONHECIMENTO, SENSIBILIDADES  
E AFETOS INTERDISCIPLINARES

*DOI: 10.31560/pimentacultural/978-65-5939-953-6.10*





Em 2022, um ano marcante em tantos sentidos, foi realizado o *Seminário Internacional Comunicar Ciência: Democracia, Cultura e Audiovisual*, coordenado pelos docentes Pedro Pinto de Oliveira e Benedito Dielcio Moreira, com o apoio e admiração de dois programas de pós-graduação da Universidade Federal de Mato Grosso: o Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Poder (PPGCOM) e o Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea (PPGECCO). Transmitido via *YouTube*, o evento de fato abraçou sua proposta: não foi apenas um espaço para debates acadêmicos conservadores sobre os tópicos levantados, mas oportunizou efetivamente um exercício de democratização do conhecimento, utilizando uma mídia audiovisual de amplo acesso para disponibilizar ao público as experiências de pesquisadores do Brasil, Portugal, México e Espanha.

Para o PPGECCO, foi uma experiência única e inestimável. Com frequência, discutimos sobre como tornar mais público o conhecimento construído em espaços acadêmicos, usando as possibilidades que as redes oferecem para atingir audiências maiores, combater preconceitos e despertar interesses. Vivemos um momento crítico de nossa história recente, caracterizado por uma onda de esforços para mobilizar multidões em torno da desinformação, da massificação de opiniões e do ódio. Parte de nossa responsabilidade social como pesquisadores é buscar ocupar os espaços midiáticos e contrapor esses esforços com nuance, dados e conhecimento de causa. Isso é fazer divulgação científica de fato, e o evento e seus desdobramentos, incluindo a presente publicação, corroboram isso.


Sobretudo, que a pesquisa deve servir à coletividade, e precisamos estar cientes disso. Nossas investigações não podem ficar restritas a revistas científicas e eventos herméticos: elas precisam atingir, afetar e sensibilizar o maior número possível de interlocutores. É, portanto, basilar que aqueles e aquelas envolvidas com produção científica se notabilizem e se evidenciem como atores importantes no palco social, de modo a expor as ciências que talham com

profundidade e amplitude em todos os espaços possíveis — algo fundamental para visibilizar o que se produz nas universidades cotidianamente. O que produzimos? Com o que nos importamos? Quais são nossos afetos, afinal?

Nossa relevância aos olhos da sociedade contemporânea é flutuante, o que impacta efetivamente em nossa sobrevivência e em nossa capacidade de continuar produzindo e divulgando ciência de qualidade. Em outras palavras, a manutenção de universidades e outros espaços de pesquisa depende de nossa capacidade de dialogar com outros setores da sociedade, demonstrando nossa relevância e ao mesmo tempo lutando para seguirmos de fato relevantes em um mundo de oposições e contínuas lutas de significado.

Enquanto essa constatação é válida para todas as áreas de estudo, ela é especialmente fundamental no caso de nossa área. Se mesmo “ciências duras” enfrentam dificuldades para obter reconhecimento social e recursos, o caso daqueles que estudam a cultura e seus desdobramentos encaram desafios ainda maiores. Em um mundo tão dirigido para a redução de todas as práticas à produtividade febril e ao ganho imediato, a busca pela compreensão das complexidades que criamos para nossas vidas coletivas pode facilmente ser negligenciada, até mesmo desprezada. Todo esforço para combater essa tendência é crucial e é aí que reside a importância de eventos como o *Comunicar Ciência*.


A cultura nos cerca e nos influencia desde o berço, mas também emana constantemente de nós e dos vínculos que estabelecemos uns com os outros. Ela nos constrói enquanto a construímos, nos modela enquanto a modelamos. Somos animais sociais e comunicativos, e todo enlace e interação passa pela geração de significados, pela busca por sentido. Não há prática em nossas vidas, da alimentação aos usos que fazemos de tecnologias digitais, que não esteja, de algum modo, sujeita às circunstâncias desenhadas pela cultura; por outro lado, pode-se dizer que, em tudo que fazemos, reforçamos ou mudamos culturas.



Nas palavras de Stuart Hall (1997, p. 42): “Cada movimento que fizemos é normativamente regulado no sentido de que, do início ao fim, foi guiado por um conjunto de normas e conhecimentos culturais”. A compreensão de que nossas ações são reguladas por uma série de indivíduos e condições externos a nós mesmos é fundamental para admitir a centralidade da cultura em nossas vidas — assim como a constatação de que nós mesmos, de diferentes maneiras, somos “reguladores”, ajudando sistemas culturais a se perpetuarem e se transformarem por meio de nosso endosso e nossas transgressões. Como sugere, provocativamente, Walter Mignolo (2017), as camadas de colonização que nos encobrem são tão densas e invasivas que se tornam naturalizadas. Quando não refletimos acerca do recorrente, ele tende a tornar-se progressivamente normalizado — e normatizado.

Descrever e discutir dinâmicas culturais é uma parcela indispensável de nossa compreensão do real. Muito se discute diariamente nos mais diversos círculos sobre as conclusões que cientistas emitem acerca de doenças, fenômenos climáticos e da produtividade do solo, mas, tanto quanto essas informações, nossas memórias, identidades, ações políticas e expressões comunicativas são parte da realidade e clamam abordagens compreensivas e comprometidas.

Os seres humanos são seres interpretativos, instituidores de sentido. A ação social é significativa tanto para aqueles que a praticam quanto para os que a observam: não em si mesma mas em razão dos muitos e variados sistemas de significado que os seres humanos utilizam para definir o que significam as coisas e para codificar, organizar e regular sua conduta uns em relação aos outros. Estes sistemas ou códigos de significado dão sentido às nossas ações. Eles nos permitem interpretar significativamente as ações alheias. Tomados em seu conjunto, eles constituem nossas “culturas”. Contribuem para assegurar que toda ação social é “cultural”, que todas as práticas sociais expressam ou comunicam um significado e, neste sentido, são práticas de significação (Hall, 1997, p. 16).




Como apontou Hall (1997), ao final do século XX componentes do que entendemos como cultura, como as artes, a linguagem e os sistemas de crença, foram frequentemente objetos de estudo isoladamente no passado. Entretanto, menos comum foi a ideia de que esses componentes existem como órgãos em um corpo, partes interconectadas de sistemas culturais, que podem ser estudados como grandes redes de significados. Mais recentemente, no século XXI, tornou-se evidente que essas redes ocupam um lugar central na experiência humana e que não é possível pensar nos aspectos mais fundamentais da existência material, como a economia, a alimentação e a reprodução, fora do que agora compreendemos como horizontes culturais.

Mesmo quando observamos componentes tão essenciais e orgânicos da vivência humana como o sono, a busca por abrigo e a morte, nos deparamos com recomendações, fórmulas e tabus. Da emissão de fluidos corporais ao bocejo, da expressividade do rosto e das mãos à maneira de se sentar em um espaço coletivo, do grito ao riso, nada do que nos ocorre naturalmente parece existir fora do domínio da cultura. Mesmo quando buscamos deliberadamente a transgressão, o fazemos em um desejo de subverter uma cultura, o que é, em si, um gesto de validação da cultura.

Isso não quer dizer que tudo seja cultura (ou que cultura seja qualquer coisa), mas é importante reconhecer que há uma dimensão cultural mesmo naquilo que pensamos como divorciado da cultura, do mesmo modo que há uma dimensão política mesmo naquilo que geralmente concebemos como “apolítico”. A esfera do cultural não engloba toda a vida humana absoluta e inquestionavelmente, mas é pertinente observar que qualquer tentativa de compreender a vida humana sem considerar essa esfera resultaria em uma análise severamente falha, uma espécie de negação, ainda que não-intencional, ou mesmo inconsciente, de nossa humanidade. Como Hall (1997, p. 33) salientou:






O que aqui se argumenta, de fato, não é que “tudo é cultura”, mas que toda prática social depende e tem relação com o significado: conseqüentemente, que a cultura é uma das condições constitutivas de existência dessa prática, que toda prática social tem uma dimensão cultural. Não que não haja nada além do discurso, mas que toda prática social tem o seu caráter discursivo.

Somos, afinal, “animais significantes”. Nos satisfazemos na criação, na descoberta e na troca de sentidos e significados. Certamente não é à toa que tantos estudiosos de renome se dedicaram e se dedicam à busca por esses valores, moedas valiosíssimas na cruel economia da realidade, na qual o sofrimento é tão corriqueiro. Enquanto, porém, alguns buscaram sentidos absolutos e unificadores, imanentes à realidade, os estudos culturais contemporâneos perscrutam a realidade a partir das malhas de significação que sabemos ser frutos de nossa própria criação.

Rastrear e compreender fenômenos culturais nunca foi uma tarefa simples, mas os cenários contemporâneos, marcados por trocas cada vez mais diversas e aceleradas, pelo crescimento das cidades, dos fluxos humanos e do alcance da internet, demandam atenção especial e interdisciplinar, e esse é o foco do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea (PPGECCO). As pesquisas acolhidas pelo PPGECCO, múltiplas em seus olhares e formatos, tem desfrutado de merecido reconhecimento, o que implicou na valorização do programa na instituição que o sedia, a Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT).


Em 2023, nosso programa foi contemplado com R\$ 84,5 mil em recursos, a maior entre as concessões feitas a programas de pós-graduação da instituição, com a finalidade de oferecer uma formação cada vez mais qualitativa para os pesquisadores matriculados no PPGECCO. Essa concessão é resultado do trabalho de excelência que tem sido desenvolvido pelo programa, mesmo em face dos problemas estruturais que atingem a todos que trabalham e estudam



em instituições de ensino em nosso país, e de circunstâncias trágicas e absolutamente arrasadoras, como a pandemia de covid-19 que recentemente atingiu o país, afetando severamente a capacidade de nossas universidades de atingir satisfatoriamente suas metas de ensino, pesquisa e extensão.

As pesquisas desenvolvidas em nosso meio se debruçam sobre uma variedade ampla de problemas envolvendo comunidades, sociabilidades, linguagens e mídia. Parte da importância social das instituições acadêmicas é contemplar uma diversidade de origens, panoramas de formação e pontos de vista, efetivamente trazendo para os espaços de produção de conhecimento a complexidade de nosso país, prezando pela crescente democratização do conhecimento e pelo respeito às identidades que compõem nossa unidade nacional.

Produzir conhecimento é, de modo geral, um desafio, tornado ainda maior no Brasil em vista das condições conjunturais: as vagas limitadas em instituições públicas, a baixa disponibilidade de espaços e fomentos para pesquisa e a desvalorização dos profissionais dedicados à pesquisa. Levando em conta todos os desafios enfrentados por quem se engaja em atividades de pesquisa nos campos das Ciências, as pesquisas em Humanidades debatem-se, ainda, com dificuldades adicionais por serem frequentemente incompreendidas no próprio meio acadêmico em razão de suas particularidades estruturais. Como afirma a docente, Ludmila de Lima Brandão (2016), é notável a redução de capital social sentida pelas Humanidades diante de sua evidente carência de “eficiência” do modo como esse valor é atribuído às ciências, ou seja, como uma atribuição de primazia do desempenho, da performance que produz resultados mais quantificáveis e discerníveis, a certos campos de estudo, que faz com que eles desfrutem de maior valorização aos olhos da sociedade. Por exemplo, com exceção do cientista social, é raro que a denominação “cientista” seja atribuída a pesquisadores da área de Humanidades.



A distância entre essas práticas de conhecimento aqui discriminadas como Ciências e como Humanidades tem motivado diversas metáforas e brincadeiras, desde a ideia de que umas são exatas e outras inexatas, de que umas são *duras* e outras *moles*, até, finalmente, a pilhéria de que, se umas são *humanas*, as outras resultarão *desumanas*. Gracejos à parte, pode-se afirmar que, se antes as Humanidades já sofriam com acusações de inconsistência científica, falta de rigor metodológico e incapacidade de gerar consensos, a exigência da performance agrava ainda mais sua posição (Brandão, 2016, p. 326).

Dito isso, embora a convencional distinção entre Ciências e Humanidades comumente se origine de uma percepção preconceituosa que reduz o segundo grupo, a citada distinção não precisa caracterizar um demérito. Diferentes campos de conhecimento demandam abordagens diversas, posto que não se dirigem à compreensão dos mesmos ângulos da existência. É importante ainda frisar que, da mesma forma que os conhecimentos científicos não estão jamais isentos de vieses políticos e nuances performáticas que prejudiquem sua pretensa objetividade, os estudos desenvolvidos no campo das humanidades não são incapazes de desdobrar vislumbres reveladores de aspectos cruciais da realidade, embora produzidos por pesquisadores que assumem abertamente seus vieses. Afinal de contas, a objetividade não é de todo objetiva, tampouco a subjetividade é absolutamente subjetiva. Antes, podemos dizer, todo estudo acadêmico responsável deve buscar resultados relevantes, mas também deve ser capaz de evidenciar suas inclinações ao público.

Não há como estudar as relações humanas em uma atmosfera rigorosamente controlada, nem mesmo é possível criar as condições estéreis empregadas em um laboratório de química para garantir as melhores respostas possíveis no uso dos reagentes. As Humanidades se debruçam sobre comportamentos, tradições, interações, sensibilidades e dinâmicas de poder que compõem a vida social e precisam ser estudadas dentro dela — inclusive, não faz sentido que sejam


estudadas fora dela, quando nossa meta última é justamente ter uma compreensão mais apurada da sociedade contemporânea.

Ou seja, nosso trabalho não resulta no desenvolvimento de um aparelho com funções bem definidas, na supressão de um vírus, no desenvolvimento de um grão resistente a condições ambientais específicas. Com frequência, em vez de soluções categóricas, satisfatórias, amplamente reprodutíveis e lucrativas, nossos trabalhos findam em inquietações, em lembretes alarmantes das ambiguidades, desconexões e carências que caracterizam a vida humana. Sem a consciência dessas inquietações, todavia, é possível dizer que seguimos alheios a parte de nossa existência.

Nossas considerações são sim mais difusas e desprovidas dos cortes limpos que aprendemos a esperar do conhecimento em suas designações mais positivistas, mas isso não é um defeito, e sim uma consequência dos olhares multifacetados e interdisciplinares que objetos de pesquisa fundados nas relações humanas demandam. O consumo e a produção de arte, feminismos, os usos da cidade, o impacto de políticas públicas e militâncias de diversas naturezas são tópicos que não podem ser observados a partir de uma lente única. O fio condutor que une essas pesquisas é a necessidade de encontrar sentido nas múltiplas mensagens que trocamos dia a dia, e nos modos, formatos e plataformas que empregamos para trocá-las. Como salientam Lara Bonin *et al.* (2020, p. 3) acerca dos pesquisadores envolvidos com os Estudos Culturais,

os praticantes destes estudos não buscam assumir o papel de privilegiados propositores de soluções imediatas para problemáticas que afetam as sociedades contemporâneas — preocupam-se, no entanto, com a indicação de tais problemáticas, com o mapeamento de suas condições de possibilidade, com a investigação dos modos ou das circunstâncias de sua emergência, bem como das práticas e dos sujeitos implicados em tais problemáticas, sendo essas as ações políticas com as quais tais estudos, predominantemente, se ocupam.





Essa é, de certa forma, a meta última das pessoas que se dedicam aos estudos de cultura contemporânea: examinar e provocar. Um passo fundamental para a elaboração de conhecimento significativo é a identificação de realidades que ainda não foram devidamente observadas, de narrativas ainda não prestigiadas, de debates e questionamentos que ainda não foram promovidos. As inquietações que emanam desses trabalhos são fundamentais para uma sociedade que busca olhar criticamente para si mesma. Esse ímpeto pela inquietação, pelo rastreamento do que foi naturalizado e está sujeito a novas análises move os estudos do PPGECCO e constitui um eixo central para nossas ações, que esperamos desenvolver de forma cada vez mais democrática, diversa e perscrutadora.

## REFERÊNCIAS

BONIN, Iara Tatiana *et al.* Por Que Estudos Culturais? *Educação & Realidade*, Porto Alegre, v. 45, n. 2, p. 1-22, 2020.

BRANDÃO, Ludmila de Lima. As Humanidades em face das Ciências: as Poéticas em face dos Métodos: provocações e desafios. *Revista Brasileira de Pós-Graduação*, Brasil, v. 13, n. 31, p. 329-340, 2016.

HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. *Educação & Realidade*, Porto Alegre, v. 22, n. 2, p. 15-46, 1997.

MIGNOLO, Walter. Desafios decoloniais hoje. *Epistemologias do Sul*, Brasil, v. 1, n. 1, p. 12-32, 2017.



# 11

*Safira Campos*

## **JORNALISMO DE CIÊNCIA E A DEMOCRATIZAÇÃO DA CULTURA CIENTÍFICA:**

**A COBERTURA DO SEMINÁRIO  
INTERNACIONAL "COMUNICAR CIÊNCIA"  
PELO PNB ONLINE**

## INTRODUÇÃO

A comunicação científica é uma das formas mais importantes de divulgação de conhecimento, uma vez que permite que a população em geral tenha acesso às descobertas e avanços da ciência. Nesse contexto, o jornalismo de ciência surge como uma área fundamental para a promoção da democratização da cultura científica e para a disseminação de informações precisas e confiáveis sobre temas científicos.

O jornalismo de ciência e a divulgação científica têm sido cada vez mais reconhecidos como importantes meios de aproximar a ciência da sociedade em geral. De acordo com Vogt (2003), a cultura científica é uma espiral, na qual o conhecimento científico é transmitido da comunidade científica para a sociedade e, por sua vez, a sociedade retorna o conhecimento e as perguntas que levam a novas pesquisas científicas.

Nesse contexto, o jornalismo de ciência desempenha um papel fundamental na disseminação de informações atualizadas sobre as descobertas científicas para um público mais amplo. Isso é especialmente importante em um mundo em que a ciência está em constante evolução e as informações podem ser distorcidas ou mal interpretadas.

Já a divulgação científica, por sua vez, é uma ferramenta que visa aproximar o conhecimento científico da sociedade, não apenas apresentando novas descobertas, mas também explicando conceitos científicos e sua relevância para a sociedade. Isso é importante para que a sociedade possa compreender e tomar decisões informadas sobre questões relacionadas à ciência, como mudanças climáticas, saúde e tecnologia.



Portanto, o jornalismo de ciência e a divulgação científica são essenciais para a construção de uma cultura científica sólida e para promover uma sociedade mais informada e participativa. É necessário que haja um compromisso da mídia e dos cientistas em tornar a ciência mais acessível e compreensível para a sociedade em geral.

Entre maio e julho de 2022, o Seminário Internacional “Comunicar Ciência: Democracia, Comunicação e Audiovisual” reuniu pesquisadores de diversos países para discutir novas formas de comunicar ciência e promover a democratização da cultura científica no contexto atual. O evento, promovido pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Poder (PPGCOM) e pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea (PPGECCO), ambos da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), teve como objetivo refletir sobre os desafios que a cultura científica enfrenta para se transformar e buscar novas formas de comunicação com a sociedade em um momento em que notícias falsas se propagam de maneira veloz e sem identificação de seus autores, invalidando o valor da ciência.

A proposta foi oferecer ao público e pesquisadores a oportunidade de debater questões contemporâneas sobre a relação entre Ciência, Arte e Democracia, novas formas de comunicar ciência, embates com negacionistas que atacam a cultura científica e a própria ideia do conhecimento como transformação da sociedade. Com a presença de convidados de diversas instituições públicas e privadas do Brasil, México, Argentina, Espanha e Portugal, foram abordados temas de grande relevância como ensaio audiovisual científico, celebração de cientistas no contexto da pandemia, relações entre ciência e opinião pública, plataforma da televisão brasileira e como comunicar a verdade em tempos de desinformação.

Neste contexto o presente artigo tem como objetivo relatar a experiência do site PNB Online na cobertura do evento, bem como discutir a importância do jornalismo de ciência para a promoção da



cultura científica e a democratização do conhecimento. Serão apresentados os principais temas debatidos no seminário, bem como as reflexões dos pesquisadores e profissionais presentes sobre os desafios e oportunidades para o jornalismo de ciência atualmente.

## O PAPEL DO JORNALISMO DE CIÊNCIA NA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA

A divulgação científica é um processo fundamental para tornar a ciência acessível à sociedade e promover a cultura científica. O jornalismo de ciência é um dos principais agentes nesse processo, sendo responsável por traduzir os conhecimentos científicos para a linguagem cotidiana e ampliar o alcance da divulgação científica.

De acordo com Vogt (2003), a cultura científica é um componente crucial para a formação de uma sociedade mais crítica e engajada. Para o autor, é essencial que haja uma aproximação entre ciência e sociedade, por meio de iniciativas que promovam a interação entre os dois campos. Nesse sentido, ele enfatiza que é preciso estimular debates, exposições e programas na mídia que possam levar a ciência para além dos círculos acadêmicos e torná-la mais acessível ao público em geral. A divulgação científica, portanto, se configura como uma das principais formas de disseminar a cultura científica, e pode contribuir significativamente para a promoção da educação científica e para a formação de uma sociedade mais informada e crítica.

Lévy-Leblond (2006) complementa essa discussão, destacando que a cultura científica é impossível e necessária ao mesmo tempo, ou seja, é impossível alcançar um conhecimento científico completo, mas é necessário ter um mínimo de conhecimento para entender as implicações da ciência na vida cotidiana. Para ele,

a divulgação científica deve se preocupar em fornecer informações precisas e contextualizadas, de forma a tornar a ciência compreensível para todos.

Moreira (2017) destaca que ciência permeia o cotidiano da sociedade, manifestando-se em diversos aspectos, como a energia elétrica, a alimentação e a tecnologia presente nos dispositivos móveis. Tais avanços científicos e tecnológicos são, em especial em países como o Brasil, frequentemente financiados por recursos públicos, por meio de agências de fomento à pesquisa. Nesse contexto, uma política de divulgação científica deve ser guiada por dois princípios fundamentais: a prestação de contas à sociedade e a geração de informações técnicas de qualidade, apresentadas em uma linguagem acessível a todos.

Esses princípios visam socializar o conhecimento científico, promover a consciência cidadã e aumentar a participação da sociedade nas decisões públicas. Assim, seja por meio de publicações ou de espaços de visitação, como museus, diferentes abordagens e modelos de divulgação científica e cultural contribuem de maneira eficaz para valorizar a cultura científica e reduzir as desigualdades sociais. Diante disso, o papel do jornalismo de ciência é essencial para a promoção da cultura científica e da democratização do conhecimento.

## A LINGUAGEM E AS ESTRATÉGIAS NA PRODUÇÃO DE JORNALISMO DE CIÊNCIA

Como destaca Bertolli Filho (2006), muitas análises adotam uma perspectiva que concebe o jornalista de ciência como um intermediário entre a linguagem complexa da ciência e o público

leigo. Este conceito é caracterizado como “tradução interlinguística” (Pereira, 2002), denotando, assim, o ato de converter o discurso científico para um léxico mais acessível. A percepção, entretanto, limita o entendimento do papel desempenhado pelo jornalismo científico.

Lílian Zamboni (2001) argumenta que o discurso de divulgação científica não pode se resumir meramente a uma simplificação do discurso científico original, mas deve estar preocupado em constituir um gênero textual independente, resultante de um processo de formulação discursiva.

O que defendo, portanto, é a ideia de que o discurso de divulgação científica constitui um gênero de discurso científico, resultado de um efetivo trabalho de formulação discursiva, no qual se revela uma ação comunicativa que parte de um ‘outro’ discurso e se dirige para ‘outro’ destinatário (Zamboni, 2001, p. XVIII XIX).

Em consonância com essa perspectiva, os jornalistas de ciência podem lançar mão de diversas estratégias ao elaborarem seus textos de divulgação científica. Primeiramente, é imperativo realizar uma adaptação criteriosa do vocabulário utilizado, evitando a inclusão de terminologia técnica e priorizando a seleção de termos acessíveis ao público leigo. Como vimos com Zamboni (2001), essa adaptação vocabular, contudo, não deve ser interpretada como uma simplificação desmedida, mas como uma escolha deliberada e estratégica visando à transmissão de conteúdo científico de forma clara e precisa.

Além disso, o emprego de metáforas e analogias representa uma ferramenta eficaz para simplificar conceitos complexos, tornando-os mais compreensíveis ao público-alvo (Bertolli Filho, 2006). No entanto, a utilização desses recursos linguísticos requer prudência, a fim de evitar distorções ou interpretações inadequadas (Löwy, 1996).

Destacamos ainda que a contextualização das informações é outra estratégia fundamental. Os jornalistas de ciência devem contextualizar os temas abordados, elucidando sua relevância e

estabelecendo conexões com a vida cotidiana das pessoas. Tal abordagem contribui para estabelecer uma ponte entre o conteúdo científico e o interesse do público.

Assim como nas demais editorias, a construção de uma narrativa que envolva o leitor também se mostra indispensável no jornalismo de ciência. Através da apresentação de casos reais, histórias de cientistas ou relatos de descobertas científicas, é possível cativar o leitor ou espectador, tornando o conteúdo mais atraente e de fácil assimilação. Como destaca Norval Baitello Júnior (1999), a narrativa é uma forma fundamental de a humanidade dar significado e estrutura aos eventos que percebemos e vivenciamos.


Narrativizar significou e significa para o homem atribuir nexos e sentidos, transformando os fatos captados por sua percepção em símbolos mais ou menos complexos. vale dizer, em encadeamentos, correntes associações de alguns ou de muitos elos signícos (p. 37).

É também de suma importância que os jornalistas de ciência fundamentem suas informações em fontes confiáveis e estudos científicos reconhecidos, a fim de conferir credibilidade ao texto. Ademais, deve-se evitar o sensacionalismo e a distorção dos fatos em busca das manchetes meramente, uma vez que a precisão e a integridade das informações são de fundamental importância. Por fim, os jornalistas de ciência devem estar abertos ao retorno da comunidade científica e do público em geral. Se erros forem identificados, é imperativo que se promovam correções de forma transparente e responsável.

## A COBERTURA DO “COMUNICAR CIÊNCIA” PELO PNB ONLINE

O portal PNB Online, com sede em Cuiabá, Mato Grosso, tem se dedicado nos últimos cinco anos a aprimorar sua cobertura de






jornalismo científico. No período compreendido entre 2019 e 2021, promoveu uma série de entrevistas com destacados pesquisadores da Universidade Federal de Mato Grosso, abordando as crescentes ameaças enfrentadas pela ciência, com ênfase nas áreas de humanidades e ciências sociais, por parte do Governo Federal então em exercício. Entre as entrevistas realizadas, destacou-se o diálogo com a Professora Doutora Maristela Carneiro, intitulado “Arte como Fundamento para a Preservação da Humanidade e o Reconhecimento de uma Perspectiva Futura”, que chegou a ser republicado pela Revista Tel (Campos; Oliveira, 2021).

Dentro da editoria, o veículo vem atuando principalmente na cobertura de meio ambiente e ciências sociais, ao publicar notícias, reportagens e entrevistas com especialistas nacionais e internacionais sobre estes temas. No ano de 2023, o portal conquistou o Prêmio Aprosoja-MT de Jornalismo em virtude de uma reportagem de cunho científico e ambiental intitulada “Integração, Adaptação e Produtividade: Como os Sistemas de Integração com Florestas podem Conferir Suporte aos Produtores de Mato Grosso na Mitigação dos Desafios Climáticos no Setor Agropecuário”. Em 2024, com a mesma reportagem, conquistou, em âmbito nacional, o Prêmio Rede ILPF de Jornalismo.

Um momento importante na trajetória de cobertura científica realizada pelo PNB Online foi a ampla abordagem do Seminário Internacional intitulado “Comunicar Ciência: Democracia, Comunicação e Audiovisual”, em 2022. Este evento reuniu pesquisadores de diversas nações com o propósito de debater novas estratégias de comunicação científica e a promoção da democratização da cultura científica na contemporaneidade. A concepção desse seminário foi atribuída ao jornalista e pesquisador Pedro Pinto de Oliveira, que desempenhou um papel fundamental em sua organização.

O grupo de organizadores incluiu também a professora doutora Maristela Carneira, o professor Bruno Araújo, coordenador



do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM), e o professor Benedito Diélcio Moreira, líder do Grupo de Pesquisa Multimundos. Além disso, o evento foi realizado em parceria com o Núcleo de Estudos do Contemporâneo (NEC). Todas as palestras foram realizadas de maneira remota e foram transmitidas no canal do Youtube do PPGCOM/UFMT. Até setembro de 2023, essas palestras já haviam sido assistidas mais de 1700 vezes, demonstrando o impacto e o interesse gerados pelo evento.

Dentre os palestrantes, o Prof. João Massarolo, da Universidade Federal de São Carlos, trouxe interessantes perspectivas sobre a “Plataformização da Televisão Brasileira: Empresas de Mediatech”, abordando como as empresas de mediatech têm impactado a televisão no Brasil. A Profa. Claudia Magallanes Blanco, da Universidade Iberoamericana em Puebla, México, realizou a palestra “Experiencias de transmisión de conocimientos indígenas en podcast y vídeo”, explorando como os conhecimentos indígenas estão sendo transmitidos por meio de novas mídias no México.

A palestra “Ensayos Audiovisuales Tipos, Métodos y Prácticas” foi apresentada pela Profa. Ana Mejón e pelo Prof. Vicente Rodriguez Ortega, ambos da Universidade Carlos III de Madrid e da Revista Tecmerin de Ensaio Audiovisuais. Eles discutiram os tipos, métodos e práticas de ensaios audiovisuais na comunicação científica. Já os professores Caterina Cucinotta, da Universidade Nova de Lisboa, e Jesús Ramé, da Universidade Rei Juan Carlos em Madrid, colaboraram na palestra “Um processo de trabalho entre a criatividade e o rigor acadêmico”, explorando a interseção entre criatividade e rigor acadêmico na comunicação científica.


O Prof. Daniel H. Cabrera, da Universidade de Zaragoza, Espanha, apresentou a palestra “Comunicar ‘la verdad’ en épocas de desinformación”, abordando os desafios de comunicar a verdade em tempos de desinformação. Os Professores Pedro Pinto de Oliveira e Benedito Diélcio Moreira, da Universidade Federal de Mato Grosso,

compartilharam suas experiências na palestra “Conhecer por imagens: a experiência do Ensaio Audiovisual Científico”, destacando a importância das imagens na pesquisa científica.

O Prof. Gil Baptista Ferreira, do Instituto Politécnico de Coimbra, Portugal, discutiu a crítica questão de “Em quem confiar? Comunicar ciência em tempos de desinformação”, refletindo sobre como comunicar a ciência de maneira confiável em um contexto de desinformação. O Prof. João Carlos Correia, da Universidade da Beira Interior, Portugal, explorou a dinâmica entre “Ciência e opinião pública: Diferendo e Deliberação”, destacando como as opiniões públicas podem afetar a percepção da ciência. Por fim, a Profa. Paula Guimarães Simões, da Universidade Federal de Minas Gerais, abordou a “Celebrização de cientistas no contexto da pandemia”, discutindo como os cientistas se tornaram figuras públicas durante a pandemia.

Em consonância com a perspectiva defendida por Zamboni (2001), foi possível observar que, durante a cobertura do evento, o veículo buscou realizar uma adaptação do vocabulário utilizado em seus textos em comparação ao vocabulário utilizado pelos pesquisadores. Houve a priorização de termos mais acessíveis ao público em geral, não limitando-se, entretanto, a uma simplificação desmedida, mas sim em uma abordagem estratégica para transmitir o conteúdo científico de forma clara e precisa. Outra estratégia adotada foi empregar recursos linguísticos como analogias para simplificar conceitos complexos, tornando-os mais compreensíveis ao público.

É possível ainda destacar como estratégia adotada pelo veículo o compartilhamento integral do *link* de todas as palestras realizadas no YouTube, permitindo que os interessados pudessem acompanhar o evento completo, mesmo que não estivessem disponíveis em tempo real. Isso demonstrou o compromisso do site com a acessibilidade à informação científica. Além disso, a utilização de *links* que direcionavam os leitores para a palestra mais recente do



cronograma e forneciam informações sobre a próxima palestra facilitou o acesso contínuo e atualizado às discussões. Isso favoreceu participação ativa dos leitores no evento, mantendo-os informados sobre as próximas atividades.

A incorporação das falas dos cientistas nos textos, acompanhadas de explicações contextuais também teve um papel importante, tornando o conteúdo das palestras mais compreensível para um público amplo. Como vimos, traduzir a linguagem técnica em termos mais simples e relacionáveis ajuda a transmitir as mensagens dos cientistas de maneira eficaz.


A manutenção constante de uma explicação do objetivo central do evento, que era a democratização e divulgação da ciência, foi um aspecto importante a ser destacado cobertura. Cada texto reforçou a importância desses temas e como as discussões no evento contribuíram para alcançá-los. Isso manteve os leitores conectados com o propósito do evento e sua relevância.

Por fim, ao compartilhar os pontos mais importantes do currículo de cada palestrante especialista ao final de todos os textos, o site O PNB Online levou aos leitores informações adicionais sobre a experiência e credibilidade dos apresentadores. Isso enriquece a compreensão do contexto das palestras e ajuda os leitores a avaliar a autoridade dos palestrantes, algo importante dentro do jornalismo de ciência, como vimos anteriormente.

## CONCLUSÕES

O papel do jornalismo de ciência na divulgação científica é inegavelmente crucial para a promoção da cultura científica e a democratização do conhecimento. Este artigo abordou a importância





dessa área, destacando como a comunicação científica desempenha um papel fundamental na aproximação entre a ciência e a sociedade, permitindo que o conhecimento científico seja acessível, compreensível e relevante para um público amplo.

No contexto do Seminário Internacional “Comunicar Ciência: Democracia, Comunicação e Audiovisual”, o site PNB Online demonstrou um compromisso com a disseminação do conhecimento científico. Por meio de estratégias planejadas, como o compartilhamento das palestras completas, o uso de *links* para acesso facilitado, a incorporação de falas dos cientistas com explicações contextuais, a manutenção do objetivo central do evento e a divulgação dos destaques dos palestrantes, o site buscou proporcionar uma cobertura informativa para os leitores. A adaptação da linguagem, a contextualização das informações e a construção de narrativas também se mostraram ferramentas importantes no processo de tornar a ciência acessível e interessante para o público.

Como vimos ao longo deste artigo, o jornalismo de ciência desempenha um papel fundamental na promoção da cultura científica e na capacitação da sociedade para tomar decisões informadas sobre questões científicas. No entanto, é essencial que os jornalistas científicos atuem com responsabilidade, baseando suas informações em fontes confiáveis e evitando sensacionalismo ou distorções.

Como sugestão para futuras pesquisas e aprimoramento do campo de atuação do jornalismo de ciência, é importante investir em estudos que avaliem o impacto das estratégias de comunicação adotadas na compreensão e na aceitação das informações científicas pelo público. Além disso, a formação contínua dos profissionais de jornalismo de ciência e a colaboração estreita com a comunidade científica podem contribuir para uma comunicação mais eficaz e precisa.

## REFERÊNCIAS

BAITELLO JUNIOR, Norval. *O animal que parou os relógios*. 2 ed. São Paulo: Annablume, 1999.

BERTOLLI FILHO, Claudio. Elementos fundamentais para a prática do jornalismo científico. *Biblioteca on-line de ciências da comunicação*, Brasil, 2006.

CAMPOS, Fernanda Safira Soares; DE OLIVEIRA, Pedro Pinto. Arte é fundamental para não embrutecermos e sabermos que há uma luz mais adiante: Entrevista com a Professora Doutora Maristela Carneiro. *TEL — Tempo, Espaço e Linguagem*, Brasil, v. 11, n. 2, 2021.

LÉVY-LEBLOND, Jean-Marc. Cultura científica: impossível e necessária. In: VOGT, Carlos (org.). *Cultura científica: desafios*. São Paulo: Edusp, 2006. p. 28-55.

LÖWY, Ilana. Les métaphores de l'immunologie: guerre et paix. *História, Ciências, Saúde-Manguinhos*, Brasil, v. 3, p. 7-23, 1996.

MOREIRA, Benedito Dielcio. Desafios da Divulgação Científica: os primeiros passos na UFMT. In: MOREIRA, Benedito Dielcio; SILVA, André Chaves de Melo. *Divulgação Científica Debates, Pesquisas e Experiências*. Cuiabá: EdUFMT, 2017. p. 14.

PEREIRA, R. P. *Movimento e linguagem na divulgação científica*. Ética e divulgação científica: os desafios do novo século. São Paulo: NJR da ECA-USP, 2002.

VOGT, Carlos. A espiral da cultura científica. *ComCiência*, Brasil, n. 45, 2003. Disponível em: <http://www.comciencia.br/reportagens/cultura/cultura01.shtml>. Acesso em: 25 nov. 2023.

ZAMBONI, Lilia Márcia Simões. Cientistas, jornalistas e a divulgação científica: subjetividade e heterogeneidade no discurso da divulgação científica. Campinas: Editores Associados, 2001.




# 12

*Mirian Barreto Lellis  
Paula Libos*

**MULTIMUNDOS,  
UMA EXPERIÊNCIA  
INTERDISCIPLINAR  
E INTERCULTURAL**





A intensificação das transformações no espaço-tempo contribui para as múltiplas problemáticas surgidas no processo de fragmentação da cultura potencializadas pela aceleração da comunicação instrumental, das tecnologias digitais de informação e, por conseguinte, da “hiperdinamização, ‘dis-tanciando’ o espaço cultural” (Han, 2019, p. 23). Nesse sentido, parece-nos fundamental olhar atentamente os modos de comunicação e ciência e seus aspectos culturais que justificam os caminhos que a sociedade tomou e que desenrolam-se na contemporaneidade em uma série de discursos criadores de novas hegemonias. Entendemos que a potência da cultura científica decorre, além dos vários tipos de conhecimentos e atores envolvidos no processo de produção, de um elemento muito importante que possui raízes profundas do viver e pensar: o cotidiano. Assim, pautamos o cotidiano como fio condutor para os estudos desenvolvidos pelo Grupo de Pesquisa Multimundos sobre as tensões contemporâneas.

O Grupo de Pesquisa (GP) Multimundos nasceu com o objetivo de discutir as tensões e transformações contemporâneas que surgem no cotidiano. Com um caráter multi e interdisciplinar, buscamos compartilhar experiências com diferentes pesquisadores, atuando no processo de construção de uma pesquisa, em sua configuração, reconfigurações, definições de procedimentos metodológicos, condução e análise de resultados. É um diálogo no fazer, com trocas de experiências de implantação de modelos de trabalhos colaborativos, com destaque para a diversidade de pesquisadores e trocas de conhecimento. Discutir e analisar os modos e saberes da comunicação é explorar as diferentes formas sobre como as pessoas se comunicam e como utilizam as inúmeras multiplataformas hoje disponíveis.

Existem diversos modos de comunicação: oral, escrita, gestual, visual, digital, entre outros. Cada um deles possui características distintas e requer abordagens específicas, como por exemplo o Ensaio Audiovisual Científico, que traz uma nova escritura em imagem e som para a comunicação de ciência entre os pares (Oliveira; Moreira, 2022). Essa forma amplia e diversifica os formatos



ao apostar na diversidade de abordagens, no discurso híbrido, não específico, apanhando características inseridas no cinema, nas artes, nos fenômenos da comunicação, entre outras práticas, a fim de que as informações “aconteçam”, comuniquem, na perspectiva de Marcondes (2004; 2019) e Wolton (1999; 2010). A circulação de conhecimentos em formato audiovisual amplia a “[...] Cultura Científica de acordo com o processo de democratização da ciência nestes tempos sombrios de negação e desinformação” (Oliveira; Moreira, 2022, p. 435, tradução nossa).

A comunicação não se resume apenas à transmissão de informações, mas envolve também a compreensão, interpretação e construção de significados. Por isso, compreender os diferentes modos de comunicação permite que possamos nos adaptar às diversas situações e contextos em que nos encontramos, bem como desenvolver habilidades para uma interação comunicativa mais ampla e eficaz. Sendo assim, as pesquisas realizadas pelo grupo visam contribuir nesse processo de fortalecer a comunicação do conhecimento científico entre cientistas, estudantes e demais públicos, sobretudo com relação às novas descobertas da ciência.

## TRABALHOS COLABORATIVOS E PARCEIROS MULTIMUNDOS

Instituído em 2018, o Multimundos é um grupo de pesquisa em construção e abrange diferentes áreas: comunicação, filosofia, educação, história, cultura, artes, audiovisual, *design*, tecnologias, ensino a distância, conflitos étnico-raciais, entre outras. O objetivo é questionar como são construídos os novos modos de conhecimento e as formas contemporâneas de comunicação e cultura, a partir das tensões no mundo da vida (Schutz, 1998). Os estudos também


buscam identificar o papel de novas linguagens, como a audiovisual, na constituição e compartilhamento de conhecimento.

O grupo surge em meio ao avanço das mídias digitais, à ampliação de espaços não formais de educação, à disseminação de informação e à presença constante de processos audiovisuais no dia a dia. Nesse contexto, ainda se destacam os trabalhos colaborativos em rede, a circulação de notícias falsas e o autoaprendizado. Tudo isso exige pesquisas sobre a comunicação contemporânea e sobre os novos modos de aprender e compreender os impactos na educação, no pensamento filosófico e nos saberes populares.

O grupo surgiu com os professores Dr. Benedito Dielcio Moreira e Dr. Pedro Pinto de Oliveira, pioneiros no estudo do Ensaio Audiovisual Científico. Dedicado a investigar como são construídos os novos modos de conhecimento e as formas contemporâneas de comunicação e cultura, o grupo Multimundos dialoga em seminários, artigos e publicação de livros com diferentes pesquisadores, sobre os quais trataremos mais à frente. Os temas e problemáticas centrais do grupo estão assim articulados: (a) comunicação e ciência; (b) comunicação e linguagens; (c) ciência cinema e outras artes e (d) educação, cultura, ciência e outros saberes.

## TEMPORALIDADE DO GRUPO

Muitas atividades marcam a formação e concepção do Grupo Muntimundos. A sua gênese, efetivamente, se dá com o evento de lançamento em 23 de agosto de 2018: o 1º Encontro Multimundos Brasil contou com a palestra “Celebidades como diagnóstico e farol de valores do mundo contemporâneo”, proferida pela Prof.ª Dra. Vera Regina Veiga França, docente da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Na oportunidade, a palestrante abordou a



complexidade das figuras públicas, articulando os valores representados por elas, o contexto cultural em que se inserem, as formas de visibilidade, bem como os atributos pessoais que ostentam. A pesquisadora do Laboratório de Análise de Acontecimentos (GrisLab) e do Radar de Celebidades, também falou dos projetos que monitoram e analisam acontecimentos de repercussão social e figuras de referência na sociedade brasileira, respectivamente.


Vera França foi uma incansável colaboradora, juntamente com o professor João Carlos Correia, da Universidade da Beira Interior, Portugal, na construção das bases conceituais e práticas do Grupo Multimundos. Um momento especialmente importante foram as conexões pensadas por Vera França a partir das tensões que o grupo observa: “na medida em que celebridades revelam valores e valores dão um retrato de setores de uma sociedade, a aproximação e comparação entre celebridades de diferentes áreas e diferentes regiões/países nos permitirá vislumbrar *flashes* de ‘multimundos’”.

A data também é marcada pela publicação do primeiro Dossiê do Grupo em um periódico. A *Revista Missões*, da Fundação Universidade Federal do Pampa — Unipampa, contou com produções científicas de colaboradores da Rede Multimundos do Brasil (UFMT), Barbados e Portugal.<sup>77</sup> A proposta vem intensificar o debate com pesquisadores da América Latina e Europa por meio de encontros de saberes que, de um lado nos provocam e, de outro, evidenciam as problemáticas e as tensões mais urgentes do mundo contemporâneo, com as transformações que se apresentam em diversos lugares, contextos e realidades.

No ano de 2018 também ocorreu o 1º Seminário Internacional Multimundos com o tema: “Educação Globalizada, história, Imigração e Cultura”. O grupo recebeu os pesquisadores de Barbados, Elaine

77

Disponível em: <https://periodicos.unipampa.edu.br/index.php/Missoes/issue/view/36>. Acesso em: 23 nov. 2023.




Pereira Rocha, professora doutora do Departamento de História e Filosofia da University of the West Indies (UWI) e Anthony Oliver Fisher, diretor executivo do China Institute of Information Technology no Caribe. Nesse evento, o Multimundos propôs discutir a internacionalização da educação. Além disso, buscou examinar o desenvolvimento brasileiro, desde a independência, sob a perspectiva das parcerias internacionais.

Outra marca temporal para o grupo foi a sua primeira participação em evento científico para Grupos de Pesquisa. As Jornadas Internacionais GEMInIS (JIG 2019/2021) teve como objetivo consolidar um espaço de diálogo e debate entre os Grupos de Pesquisa do campo da comunicação e do audiovisual de todo o Brasil por meio da exposição e discussões dos resultados de suas pesquisas, tendo como temas principais Entretenimento, Transmídia e Multiplataformas. Na oportunidade, o Grupo Multimundos apresentou vários trabalhos resultantes das pesquisas de mestrado e doutorado de pós-graduandos.

Em 2019, o Multimundos inicia os Ciclos de Seminários Temáticos internacionais. O 2º Seminário Multimundos trouxe o tema "Comunicação e Sensibilidade" com o objetivo de aprofundar as discussões sobre comunicação e cultura e as interfaces que aproximam os pesquisadores do grupo, bem como ampliar o intercâmbio entre os pesquisadores. Entre os painéis apresentados estão: "As Percepções: da Experiência Sensível à Sociabilidade"; "Estéticas Contemporâneas: O Fofo, o Bobo e o Interessante", pelo Prof. Dr. Aclyse Mattos, pesquisador do grupo e docente do curso de Publicidade e Propaganda da UFMT; e "O que é real na 'sociedade Excitada?'" pelo Prof. Dr. Benedito Dielcio Moreira.

O Prof. Dr. Cristóvão Almeida, docente do PPG em Estudos de Cultura Contemporânea e do PPG em Comunicação e Poder, ambos da UFMT, e Professor no curso de Graduação em Publicidade e Propaganda da UFMT, apresentou o painel "Cultura e sensibilidade






na comunidade Quilombola”. Outro palestrante foi o Prof. Dr. Pedro P. de Oliveira, com o painel “Conhecer por imagens em movimento: montagem e duração cultural das imagens”. Ele trouxe reflexões sobre a imagem como uma impressão, um rastro, um traço visual do tempo e dos costumes na sociedade. A Prof.<sup>a</sup> Dra. Rita de Cássia, docente associada ao PPG em Estudos de Cultura Contemporânea e Professora no curso de Graduação em Música da UFMT discutiu a “Estética das impurezas e as Culturas Contemporâneas”.

Nesse mesmo ano, em 2018, o grupo publicou o livro “Educomunicação e Transmídia, um Encontro na Escola dos Media, Ciência e Saberes Populares”, sob o selo da Editora da Universidade Federal de Mato Grosso (EdUFMT). O livro é fruto de pesquisas realizadas sobre a coordenação do prof. Benedito Dielcio Moreira nas escolas públicas no interior do estado de Mato Grosso. O propósito foi o de discutir e desenvolver, conjuntamente com professores e alunos de escolas públicas do Ensino Básico, processos e produtos que tivessem relação com o conteúdo escolar e com o dia a dia do estudante.

O livro conta também com a participação de professores do Ensino Básico e de professores de outras instituições do Ensino Superior, como Ismar Soares, da USP, que discute a relação da educação com direitos humanos; João Massarolo, da Universidade Federal de São Carlos, que participou conosco das primeiras oficinas sobre narrativas transmídias; e Nilda Jacks, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, com quem a nossa equipe trabalhou em um grande projeto nacional sobre jovens e as tecnologias digitais. Participam também do livro Luciana Borges e outros autores da Unifesp, André Silva e Leandra Martins da USP e pesquisadores com projetos na interface da Educomunicação, como Thiago Cury, Antônia Alves Pereira, Pedro Pinto de Oliveira, Cristiane Parente e Gilson Moraes.

O 2º Seminário Internacional funcionou como disciplina vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea da UFMT. O evento organizou cinco sessões com




dois painéis de pesquisadores nacionais e internacionais convidados a debater o tema “Cultura e o Outro”. Entre os convidados estavam os professores doutores João Carlos Correia e Valeriano Naval, da Universidade Beira Interior (UBI), de Portugal.

Na oportunidade João Carlos Correia esteve à frente do painel “A possibilidade ou impossibilidade do reconhecimento de outrem: Oswald Spengler e Samuel Huntington”. A questão foi o debate sobre até que ponto somos capazes de lidar com o outro. Questões ligadas às identidades religiosas, ultradireita no mundo, políticas contra imigrantes e refugiados, direitos humanos e diversidade também foram tema da palestra. Já Naval, com o painel “Patrimônio cultural e turismo: considerações baseadas na comunicação *on-line* dos destinos ibéricos”, debateu sobre as experiências que os indivíduos buscam quando assumem o papel de turistas. Naval levantou questões sobre o fator identitário de cada povo como algo definidor dos destinos. Além disso, refletiu sobre a relação dos turistas com a pauta social e ecológica nas visitas aos pontos turísticos.

Ana Catarina Pereira, professora da Universidade da Beira Interior (UBI), de Portugal, apresentou o painel: “Cinema e Filosofia: Pedagogia nas Artes e no Feminismo”. A professora adota uma perspectiva filosófica para suas análises sobre a mulher no cinema ao explicar a importância dos estudos feministas nas artes, com foco especial para o cinema, que é “uma importante área de estudo e de debate para questões fundamentais que envolvem, entre outros, os conceitos de corpo, sexualidade, representação, minorias e invisibilidades”.

A Professora Dra. Anabela Gradim, da Universidade da Beira Interior (UBI), de Portugal, ministrou a palestra “O contributo das teorias de *framing* para o diálogo intercultural”. A exposição buscou refletir sobre convivência pacífica e construtiva num mundo multicultural, bem como o desenvolvimento de um senso de comunidade e de sentimento de pertença, proposições interessantes e atuais que colaboram com as interrelações do nosso cotidiano.



A Professora Dra. Elaine Pereira Rocha, da University of the West Indies (UWI), de Barbados, apresentou o painel “Outros sujeitos, outras culturas e a luta pelo meio ambiente.” Sua fala se concentrou sobre o atual momento que o ocidente vive com a proliferação do fenômeno das *fake news*, em especial sobre a relação do homem com o meio ambiente.


O ciclo de seminários ainda contou com discussões relevantes e contemporâneas sobre inteligência coletiva e divulgação científica na dimensão cultural do outro. O Professor Dr. André Chaves, da USP, esteve à frente do painel “Ciência, Cultura e o Outro: As Relações entre a Divulgação Científica, o Sistema Brasileiro de Pesquisa e Inovação e as representações da Sociedade sobre o cientista e as universidades brasileiras.” Ele trouxe reflexões sobre o papel da comunicação na compreensão do que fazemos pelo outro (pelas pessoas que não estão diretamente inseridas no cotidiano da pesquisa), elemento fundamental para a manutenção do sistema e, em última instância, para a existência da democracia.

Já o painel das pesquisadoras da Unifesp Dra. Izabel Patrícia Mister e a Dra. Valéria Sperduti Lima, com o trabalho “Inteligência Coletiva: Uma forma de aprender colaborativamente nas Comunidades em Rede”, discutiram os conceitos de inteligência coletiva e de aprendizagem colaborativa na constituição de comunidades em rede, especialmente no contexto digital *on-line*.

Nesse mesmo ano, o Multimundos participou e publicou na Espanha o *ensaio com* o título “Novas formas de comunicar ciência: a experiência do ensaio audiovisual científico” na Tecmerin — Revista de Ensaio Audiovisuais.<sup>78</sup> O vídeo apresenta as primeiras discussões e resultados do estudo sobre o ensaio audiovisual científico, desenvolvido pelos coordenadores do grupo, Professores Dr. Benedito Dielcio e Pedro P. de Oliveira. A proposta do estudo é o desenvolvimento de uma nova forma de comunicar ciência.

78

Disponível em: <https://tecmerin.uc3m.es/project/nuevas-formas-de-comunicar-la-ciencia-la-experiencia-del-ensayo-audiovisual-cientifico/>. Acesso em: 23 nov. 2023.



A proposta do ensaio audiovisual científico parte da constatação teórica e prática de que a comunicação do conhecimento científico em formato audiovisual é autossuficiente, pois “amplia o diálogo com outros pesquisadores e aproxima a população dos cientistas e da ciência, especialmente porque os audiovisuais científicos podem e devem ocupar um espaço fundamental nas escolas e na democratização do conhecimento científico” (Oliveira; Moreira, 2019).


Os coordenadores do grupo Multimundos também ministraram um minicurso “Audiovisual Científico: novas formas de comunicar Ciência” para os alunos de Mestrado em Cinema da Universidade da Beira Interior (UBI), na cidade de Covilhã, em Portugal. Com a proposta de discutir essa nova forma de comunicar pesquisas, o curso refletiu sobre o percurso histórico da ciência no cinema e na internet, analisando os papéis de filmes de ficção científica, documentário científico, filme científico e programas de ciência-entretenimento. Além da análise dos procedimentos metodológicos para a organização e construção do Ensaio Audiovisual Científico, ele discutiu os valores éticos e democráticos da nova escritura.

No ano de 2020 o Grupo lançou o *Cadernos Multimundos* em dois volumes, com o resultado dos estudos desenvolvidos a partir dos seminários de pesquisa. O primeiro volume, “Comunicação, Cultura e Sensibilidade”<sup>79</sup> traz as contribuições de pesquisadores convidados de Portugal e Espanha e da Unifesp e também a participação de mestrandos e doutorandos do PPG ECCO/UFMT. O segundo volume, com a temática “Cultura e o Outro”<sup>80</sup> traz textos dos conferencistas da Alemanha, Barbados e da Universidade Federal de Viçosa, além dos alunos de mestrado e doutorado do ECCO/UFMT.

79 Disponível em: <http://www.editorafaith.com.br/ebooks/grat/978-65-89270-07-2.pdf>. Acesso em: 23 nov. 2023.

80 Disponível em: <http://www.editorafaith.com.br/ebooks/grat/978-65-89270-06-5.pdf>. Acesso em: 23 nov. 2023.






Ambos os Cadernos levam em consideração a forma interdisciplinar do grupo, que abarca as áreas de Comunicação, Filosofia, Educação, Cultura e Artes, Cinema, Audiovisual, *Design* e Tecnologias, *Media Arts* e Poéticas Contemporâneas. O *Cadernos Multimundos* volumes 1 e 2 foram publicados sob o selo da Editora Faith em versões impressa e *e-book*.

Em 2021, ainda sob os reflexos da pandemia de covid-19, o Multimundos organizou o 3º Seminário Internacional com a temática “Comunicação, poéticas e mediações culturais”. Participaram como conferencistas vários pesquisadores de instituições nacionais e internacionais, convidados a discutir a comunicação e as poéticas contemporâneas como gatilho para aproximação e distanciamento entre as pessoas e instituições, levantando a questão da dualidade enraizada nas relações e nos processos culturais, sociais e políticos.

Entre os conferencistas, os pesquisadores de Portugal trouxeram inúmeras contribuições para o debate com os painéis: “Media, populismo e desinformação na era digital: teorias da conspiração em tempos de pandemia”, ministrado pelo Professor Dr. Gil Baptista Ferreira, da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Coimbra. A professora Dra. Filipa Mónica de Brito Subtil, da Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa, desenvolveu reflexões sobre “Comunicação e o jornalismo sob estrangimentos da transmissão tecnológica e do mercado”.

Ainda tivemos a participação da Professora Dra. Caterina Cucinotta, da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas (FCSH) da Universidade NOVA de Lisboa, que debateu sobre “As materialidades cinematográficas e a experiência do ensaio audiovisual científico, uma nova forma de comunicar os achados da ciência”. Entre os pesquisadores brasileiros, os conferencistas foram: o Dr. João Massarolo, docente da Universidade Federal de São Carlos (UFScar), que tratou da “Guerra das Imagens — campo da inovação”; o Dr. Juliano de Oliveira, docente da Escola de Comunicações e Artes da USP,



que apresentou o painel “Minimalismo na música”; o Professor Dr. Hadriel Geovani da Silva Theodoro, da ESPM, que abordou a questão da “Imigração de pessoas LGBTQI+”; e o Professor Dr. Aclyse Mattos, que falou sobre a “Tradição High-Tech: games, animes e o mundo dos jovens”.

O Coordenador do grupo, Benedito Dielcio Moreira, participou do *podcast* Histórias de Boca do Site PNB Online, com direção de Pedro P. De Oliveira, e na oportunidade falou sobre as novas formas de comunicar ciência, além do tradicional *paper*, em acordo com os tempos da comunicação digital e com a preocupação de democratizar o conhecimento e de enfrentar a desinformação na internet.

Outro evento muito importante, que ajudou a formar parcerias e a ampliar o diálogo e divulgar o grupo e seus estudos foi a participação do professor Benedito Dielcio Moreira, representando o Grupo Multimundos, no I Encontro da Rede de Pesquisadores em Comunicação Multiplataforma (RedCom),<sup>81</sup> evento apoiado pela UFSCAR, a Universidade Federal de São Carlos. O Grupo passou a integrar essa rede, que conta atualmente com 17 grupos de pesquisa. O Multimundos apresentou oito trabalhos desenvolvidos pelos integrantes do mestrado e doutorado do PPG ECCO — Estudos de Cultura Contemporânea.

Em 2022, o grupo Multimundos lançou o livro “Estudos interdisciplinares em Comunicação e Mediações Culturais: tensões contemporâneas”<sup>82</sup> Esse é o terceiro volume do *Cadernos Multimundos*, um resultado dos debates e reflexões do Seminário Internacional Comunicação, poéticas e mediações culturais organizado pelo grupo no primeiro semestre de 2021. O livro traz uma coletânea de textos escritos por professores e pós-graduandos do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea da Universidade


81 Disponível em: <https://www.encontroredcom.com.br/>. Acesso em: 20 nov. 2023.

82 Disponível em: <https://oikoseditora.com.br/obra/index/id/1254>. Acesso em: 23 nov. 2023.

Federal de Mato Grosso. Os textos nesse livro foram divididos em duas partes: “Tensões Urgentes” e “Tensões Contemporâneas”. Eles trazem discussões sobre a comunicação, as relações e os processos culturais, sociais e políticos problematizados no cotidiano.

No segundo semestre do mesmo ano o professor Pedro P. de Oliveira coordenou o Seminário Internacional “Comunicar Ciência: Democracia, Comunicação e Audiovisual”, em parceria com os PPG COM — Comunicação e Poder e o PPG ECCO — Estudos de Cultura Contemporânea, ambos da UFMT. Esse evento reuniu professores e pesquisadores de instituições públicas de diversas regiões brasileiras, além de cientistas do México, da Espanha e de Portugal, com o objetivo de debater novas formas de comunicar ciência e a democratização da cultura científica no contemporâneo.

A palestra de abertura foi com o professor Dr. João Massarolo da Universidade Federal de São Carlos, com o tema “Plataformização da Televisão Brasileira: Empresas de Mediatech”. Outros palestrantes foram: o professor Dr. João Carlos Correia, da Universidade Beira Interior (UBI), de Portugal, com o painel “Ciência e opinião pública: Diferendo e Deliberação”. A Professora Dra. Claudia Magallanes Blanco, da Universidad Iberoamericana (Puebla/México), esteve à frente do painel “Experiências de transmisión de conocimientos indígenas en podcast y vídeo”. Da Espanha, o professor Dr. Daniel H. Carrera, da Universidad de Zaragoza, conduziu a palestra “Comunicar ja verdad” en épocas de desinformación: credibilidad y nueva comunicación”. E teve ainda a participação dos professores Dr. Vicente Rodríguez Ortega e Ana Mejón, ambos do Departamento de Comunicação da Universidade Carlos III de Madrid, com a palestra “Ensayos Audiovisuales: Tipos, Métodos y Prácticas”. Os professores Dra. Caterina Cucinotta, da Universidade Nova de Lisboa (Portugal) e Dr. Jesús Ramé, Universidad Rei Juan Carlos/Madrid (Espanha), palestraram sobre “Um processo de trabalho entre a criatividade e o rigor académico: mas afinal, o que é o ensaio audiovisual?”



Os Coordenadores do Multimundos também fizeram uma palestra sobre “Conhecer por imagens: a experiência do Audiovisual Científico”. No escopo da discussão está o debate sobre a comunicação acadêmica no contexto digital, onde os confrontos com o negacionismo se dão, sobretudo com imagens e sons; onde as mentiras se propagam; onde a informação circula sem fontes e sem autoria.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Multimundos é um trabalho coletivo de professores, parceiros nacionais e internacionais, pós-graduandos do Programa de Pós-graduação em Estudos de Cultura Contemporânea e profissionais do mercado, como a empresa Renca Comunicação (<https://renca.com.br/>), responsável pela criação visual, vinhetas e logomarcas Multimundos.

A experiência do Multimundos é interdisciplinar e multicultural em duas dinâmicas da comunicação multimodal. A primeira é instrumental: como podemos tomar as variadas formas de comunicação, enquanto meio, para produzir e comunicar conhecimentos, mobilizando em um projeto comum pesquisadores de diferentes campos.

O ensaio audiovisual científico é só uma dessas experiências de comunicação multimodal, teórica e prática, de escritura interdisciplinar de ciência para os respectivos pares. Por exemplo, um ensaio audiovisual sobre achados de física ou química mobiliza os pares sobre os conteúdos e formulações teóricas aplicadas. Para os pares da comunicação, do cinema e do audiovisual, o foco é na apreensão dos elementos significadores utilizados; na estética da imagem e do som; na plasticidade da palavra e, afinal, em como a escritura foi feita. É multicultural porque os conteúdos mobilizam diferentes disciplinas, diferentes campos de saber para a produção e comunicação



dos achados entre os pares e, em desdobramento, para a sociedade. E aqui apontamos a questão da cultura pela potência da relação, sempre tensionada, entre uma ideia universalista e normativa de comunicação e a ideia comunitária e contextualista de comunicação.

No enfrentamento às ameaças do totalitarismo, a força da cultura humanista é cada vez mais requerida no contemporâneo. E a comunicação tem o seu papel chave para a democracia. O desafio da ciência é saber trabalhar o jogo de soma de valores universais com os valores locais de diferentes culturas. No universo dos Multimundos, pensamos que a ciência pode enfrentar melhor esse desafio pelo modo interdisciplinar, superando a *tradição* de construção de conhecimentos fragmentados, isolados, sem conexão. A *inovação* é tomar a ideia de montagem, sem hiatos, sem isolar nada. Fazer as devidas conexões entre as disciplinas agregadas em um projeto comum, sempre buscando, ao fim e ao cabo, a comunicação com a sociedade, para onde o conhecimento deve voltar sempre.

## REFERÊNCIAS

HAN, Byung-Chul. *Hiperculturalidade: cultura e globalização*. Petrópolis: Vozes, 2019.

OLIVEIRA Pedro Pinto de; MOREIRA, Benedito Dielcio Moreira. Nuevas formas de comunicar la ciencia: la experiencia del ensayo audiovisual científico. *Tecmerin - Revista de Ensayos audiovisuales*, Madrid, n. 2, 2019. Disponível em: <https://tecmerin.uc3m.es/project/nuevas-formas-de-comunicar-la-ciencia-la-experiencia-del-ensayo-audiovisual-cientifico/>. Acesso em: 30 nov. 2023.

OLIVEIRA, Pedro Pinto de, MOREIRA, Benedito Dielcio. A emergência do "novo": metodologia para a adaptação do artigo científico em versão audiovisual. In: BARRANQUERO, Alejandro; RODRÍGUEZ GÓMEZ, Eduardo Francisco (coord.). *De lo viejo a lo nuevo: teorías, métodos e instituciones de la investigación en comunicación*. 1 ed. Madrid: Editorial Dykinson, 2022. p. 435-448.

SCHUTZ, Alfred. *El problema de la realidad social*. Buenos Aires: Amorrortu Editores, 1998.

## ORGANIZADORES

### **Pedro Pinto de Oliveira**

Pesquisador Associado e Professor do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea (ECCO) e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM), ambos da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT). Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP) e Doutor em Comunicação pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Pós-doutorado em Comunicação e Artes na Universidade da Beira Interior (UBI/Portugal). Pós-doutorado em Comunicação e Política no Instituto Politécnico de Coimbra (Portugal). Temas de interesse: Comunicação e Política; Figuras Públicas e Comunicação Multimodal. Jornalista e editor do site [pnbonline.com.br](http://pnbonline.com.br).

*E-mail: [ppo@terra.com.br](mailto:ppo@terra.com.br)*

### **Benedito Dielcio Moreira**

Pesquisador Associado e professor do Programa de Pós-graduação em Estudos de Cultura Contemporânea (ECCO), Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT). Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP) e Doutor em Educação pela Universität Siegen, da Alemanha. Integra o Grupo de pesquisa Multimundos ([multimundos.org](http://multimundos.org)). Temas de interesse: ensaios audiovisuais, cultura científica e educomunicação.

*E-mail: [dielcio.moreira@gmail.com](mailto:dielcio.moreira@gmail.com)*

# AUTORES

## **Benedito Dielcio Moreira**

Pesquisador Associado e professor do Programa de Pós-graduação em Estudos de Cultura Contemporânea (ECCO), Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT). Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP) e Doutor em Educação pela Universität Siegen, da Alemanha. Integra o Grupo de pesquisa Multimundos (multimundos.org). Temas de interesse: ensaios audiovisuais, cultura científica e educomunicação.

*E-mail: dielcio.moreira@gmail.com*

## **Caterina Cucinotta**

Professora auxiliar da Faculdade de Ciências da comunicação da Universidade Rey Juan Carlos de Madrid. É doutora em Ciências da Comunicação, vertente Cinema (2015) pela Universidade NOVA de Lisboa e licenciada e mestre em Estudos Artísticos pela Faculdade de Letras da Universidade de Palermo (2003) e de Bolonha (2006). Investiga os processos criativos da direção de arte no cinema contemporâneo. Seu último livro foi publicado pela Humus 12/14: "Figurinos e Figurinistas no Cinema em Portugal. Conceitos para novas materialidades.

*E-mail: caterina.cucinotta@urjc.es*

## **Claudia Magallanes Blanco**

Professora do Departamento de Humanidades da Universidad Iberoamericana Puebla, no México. Docente do Mestrado em Comunicação e Mudança Social da IBERO Puebla. Doutora em Humanidades (Western Sydney University, Austrália), Mestre em Estudos de Mídia (Texas Christian University, EUA), Bacharel em Ciências da Comunicação (Universidad de las Américas-Puebla, México) com especialização em Epistemologias do Sul (Conselho Latino-Americano de Ciências Sociais).

*E-mail: claudia.magallanes@iberopuebla.mx*

**Daniel H. Cabrera Altieri**

Daniel H. Cabrera Altieri, PhD em Comunicação. Professor de Jornalismo na Universidade de Zaragoza, Espanha. Atualmente, está em uma estadia de pesquisa no Instituto de Filosofia do CSIC, em Madrid, financiada pela União Europeia-NextGenerationEU — 2022-2024. Foi professor na Universidade Nacional de Córdoba, Argentina, e pesquisador sênior no Instituto de Filosofia da Universidade de Veracruz, México. Foi Coordenador do Curso de Jornalismo da Universidade de Zaragoza, Espanha, e Coordenador do Doutorado em Comunicação da Universidade Nacional de Córdoba, Argentina.

*E-mail: danhcab@unizar.es*

**Dário Mesquita**

Professor do Departamento de Artes e Comunicação (DAC) da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). Doutor em Design pela Universidade Anhembi Morumbi (UAM). Mestre em Imagem e Som pela UFSCar. Pesquisador do Grupo de Estudos sobre Mídias Interativas em Imagem e Som (GEMInIS) e do Orbitel Brasil.

*E-mail: dario@ufscar.br*

**Gil Baptista Ferreira**

Professor Coordenador Principal no Instituto Politécnico de Coimbra, Escola Superior de Educação, e Diretor da Licenciatura em Comunicação Social da mesma instituição portuguesa. Doutor em Ciências da Comunicação pela Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa (ICNOVA). Desenvolve investigação no domínio da sociologia de novas mídias.

*E-mail: gbatista@esec.pt*

**Jesús Ramé**

Professor da Universidad Rey Juan Carlos (URJC), em Madrid, no departamento de Comunicação Audiovisual e Publicidade. Doutor em Filosofia (UNED, 2019), Mestre em Filosofia Teórica e Prática (UNED, 2015) e em Formação de Professores para o Ensino Secundário e Formação Profissional na especialização em Processos e Comunicação Audiovisual (URJC, 2018).

*E-mail: jesus.rame@urjc.es*



### João Carlos Correia

Professor Associado, leciona Linguagem dos Média, Sociedade e Comunicação, Teorias da Comunicação e Teorias da Cultura na Universidade da Beira Interior (UBI), em Portugal. Possui Doutorado, Mestrado e Graduação em Comunicação pela UBI. Entre seus interesses estão Estudos de *Mídia* e Jornalismo, Teoria Crítica e Esfera Pública.

*E-mail: icorreia@ubi.pt*

### João Massarolo

Professor Associado do Departamento de Artes e Comunicação (DAC) da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar); Bolsista CNPq (PQ2); Coordenador do Grupo de Estudos sobre Mídias Interativas em Imagem e Som (GEMInS); Editor responsável da revista GEMInS.

*E-mail: massarolo@terra.com.br*

### Mirian Barreto Lellis

Doutora pelo PPG em Estudos de Cultura Contemporânea pela Universidade Federal de Mato Grosso. Mestre pelo mesmo programa Interdisciplinar. Graduada em Comunicação Social — Jornalismo pela UFMT. É integrante do Grupo de Pesquisa Multimundos. Áreas de interesse: Comunicação, Cultura Científica, Divulgação Científica, Popularização da Ciência e Estudos do Cotidiano.

*E-mail: mirian.ellis@gmail.com*

### Paula Guimarães Simões

Professora Permanente no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Minas Gerais (PPGCOM/UFMG) e atual coordenadora do programa (2022-2024). Líder do Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (GRIS). Doutora em Comunicação Social pela UFMG, possui Graduação e Mestrado em Comunicação Social pela mesma instituição.

*E-mail: paulaguimaraessimoes@yahoo.com.br*

**Paula Libos**

Doutora pelo PPG em Estudos de Cultura Contemporânea da Universidade Federal de Mato Grosso. Mestre pelo PPG de Física Ambiental pela mesma universidade. Especialista em Mobilidade Urbana pela FAIPE. Graduada em Arquitetura e Urbanismo e Engenharia Civil pela Universidade de Cuiabá — UNIC. É integrante do Grupo de Pesquisa Multimundos. Áreas de interesse: Comunicação, Cultura, Arquitetura Escolar, Jovem do Século XXI e Espaço Escolar na Era Digital.

*E-mail: paulalibos@gmail.com*

**Pedro Pinto de Oliveira**

Pesquisador Associado e Professor do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea (ECCO) e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM), ambos da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT). Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP) e Doutor em Comunicação pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Pós-doutorado em Comunicação e Artes na Universidade da Beira Interior (UBI/Portugal). Temas de interesse: Comunicação e Política; Figuras Públicas e Comunicação Multimodal. Jornalista e editor do site pnbonline.com.br.

*E-mail: ppo@terra.com.br*

**Safira Campos**

Jornalista, mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT). Atua como repórter no site de notícias PNB Online. É membro do Grupo de Pesquisa em Mídia, Política e Democracia da Universidade Federal de Mato Grosso (Midiaticus/UFMT) e do Grupo de Pesquisa Observatório do Populismo do Séc. XXI (UnB).

*E-mail: fsafirac@gmail.com*

# ÍNDICE REMISSIVO

## A

Agência Nacional do Cinema 58  
 algoritmo 66, 140, 144  
 América Latina 242  
 américas 254  
 art 24, 36, 43, 45, 46, 47, 48, 50  
 arte 123, 212, 227, 232, 237  
 assembling 25  
 associativismo 105  
 audiência 17, 58, 63, 69, 72, 75, 76, 78, 79, 81, 82, 86, 87, 90, 115  
 audiovisual 13, 16, 17, 19, 21, 39, 40, 87, 173, 193, 216, 227, 232, 234, 236, 239, 241, 247, 248, 250, 251, 255  
 audiovisual language 40, 47, 52, 53  
 autonomia 106, 107, 116, 120, 121  
 autoritários 19, 172, 175, 187  
 autoritarismo 10, 125, 126, 129, 131, 132, 133, 143  
 autoritarismo algorítmico 10, 125, 126, 131, 132

## B

behavior 166, 169  
 binarismo de gênero 93  
 Brasil 8, 10, 12, 15, 17, 19, 20, 54, 58, 59, 67, 68, 70, 72, 78, 79, 80, 81, 87, 88, 89, 90, 145, 170, 173, 174, 175, 177, 183, 184, 185, 186, 187, 190, 194, 195, 196, 207, 216, 221, 224, 227, 229, 233, 237, 241, 242, 243, 255  
 Brazil 10, 194, 197, 198, 199, 200, 203, 205, 206, 209  
 brazilian context 198, 204, 205, 206, 211  
 brazilian popular music 200  
 brazilian scientists 198

## C

caos 135, 172, 194

capitalism 202, 203  
 capitalismo tardio 106, 109, 110, 123  
 career 210, 212  
 celebrities 52, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 211  
 celebritization 201, 202, 203, 204, 205, 211, 213  
 celebrity 198, 199, 200, 201, 202, 203, 205, 207, 209, 210, 211, 212, 213  
 celebrity creation 198, 200, 207, 211  
 celebrity industry 202  
 celebrity radar 200, 204  
 celebrity-scientist 198  
 ciência 11, 12, 19, 20, 55, 123, 173, 193, 195, 216, 217, 225, 227, 232, 234, 236, 244, 246, 247, 250, 256  
 ciências duras 217  
 cientistas 12, 14, 16, 17, 19, 147, 165, 181, 184, 218, 227, 231, 234, 235, 236, 240, 247, 250  
 cinema 17, 19, 24, 25, 26, 28, 30, 32, 35, 36, 37, 40, 45, 72, 213, 240, 241, 245, 247, 251, 254  
 cinematic expression 23  
 civilizatório 173  
 climáticos 218  
 CNPq 20, 256  
 colaboração 236  
 colaborativos 239, 240, 241  
 coletividade 216  
 colonialidad de las representaciones 92, 95  
 colonialidad del género 92  
 colonialidad del lenguaje 92, 94, 101, 103  
 colonialidad del poder 92, 95  
 colonialidad del saber 92, 94, 98, 103  
 colonialidad del ser 92, 94, 98, 103  
 colonização 18, 106, 111, 112, 117, 118, 120, 122, 218

- commodification 202, 205, 211, 212  
 commodities 202  
 commoditization 201, 202  
 commodity 43, 202  
 communication 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 49, 50, 51, 52, 53, 153, 166, 168, 169, 195, 196, 210  
 comportamentos de risco 149, 158  
 comunicação 8, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 55, 57, 59, 66, 67, 69, 111, 114, 118, 147, 153, 156, 163, 165, 174, 184, 185, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 226, 227, 232, 233, 236, 237, 239, 240, 241, 243, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 252, 254  
 comunicação científica 17, 174, 193, 226, 232, 233, 236  
 comunicação de ciência 12, 14, 15, 192, 193, 239  
 comunicação e poder 12, 19, 216, 227, 243, 250  
 comunicação e sensibilidade 243  
 comunicação multimodal 251  
 comunicação pública 19, 185  
 comunicaci3n 55, 97, 100, 103, 134, 136, 144, 194  
 conflito 149, 179  
 conhecimento 8, 10, 14, 15, 16, 17, 19, 20, 67, 106, 112, 150, 151, 165, 166, 174, 181, 184, 191, 193, 215, 216, 221, 222, 223, 224, 226, 227, 228, 229, 235, 236, 239, 240, 241, 247, 249, 252  
 conhecimento científico 16, 151, 174, 226, 228, 229, 236, 240, 247  
 conhecimentos fragmentados 252  
 Conselho Executivo das Normas-Padr3es 59  
 Conselho Nacional de Pesquisa Científica do Brasil 20  
 conselhos médicos 147  
 conspiraç3o 147, 148, 149, 151, 156, 157, 158, 159, 160, 162, 189, 248  
 construç3o 15, 63, 69, 160, 173, 174, 179, 188, 192, 227, 231, 236, 239, 240, 242, 247, 252  
 consumidores 57, 115  
 consumo 58, 60, 62, 65, 67, 68, 74, 75, 76, 80, 81, 83, 84, 86, 105, 110, 115, 116, 119, 144, 155, 157, 162, 213, 223  
 contemporary brazilian context 198, 211  
 contemporary society 198  
 contexto cultural 242  
 corpo 219, 245  
 costume making 23  
 Covid-19 10, 127, 130, 133, 156, 167, 169, 174, 182, 183, 184, 186, 196, 197, 198, 204, 205, 206, 211  
 creative process 9, 21, 23, 24, 25, 45  
 creativity 23, 40  
 credibilidad 126, 250  
 crenças conspirat3rias 149, 157, 158, 163  
 crise 106, 108, 113, 120, 123, 150, 156, 159, 160, 161, 163, 164, 174, 176, 182, 183, 184, 186, 187, 188, 189  
 crise de saúde pública 150, 164  
 crisis social 126  
 crítica social 105  
 criticism 199, 206  
 crueza 171  
 cultura 11, 13, 16, 17, 18, 19, 20, 55, 57, 58, 78, 94, 99, 105, 108, 110, 111, 114, 115, 117, 122, 171, 173, 208, 213, 217, 218, 219, 220, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 232, 235, 236, 237, 239, 240, 241, 243, 250, 252, 253, 254  
 cultura científica 11, 13, 16, 17, 20, 55, 225, 226, 227, 228, 229, 232, 235, 236, 237, 239, 250, 253, 254  
 cultura contemporânea 8, 12, 19, 173, 216, 220, 227, 243, 244, 249, 250, 251, 253, 254, 256, 257  
 curta 8, 12, 19, 38, 55, 87, 88, 98, 173, 208, 216, 220, 227, 237, 240, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 253, 254, 256, 257  
**D**  
 debates parlamentares 147  
 decolonizaç3o 17  
 d3fices de conhecimento 150  
 democracia 10, 12, 14, 15, 16, 17, 18, 104, 112, 117, 118, 122, 126, 131, 134, 145, 152, 166, 172, 179, 180, 182, 192, 193, 246, 252  
 democracy 42, 51, 53, 166, 194  
 democrática 118, 134, 135, 173, 176, 182, 193, 224





- democratização 11, 20, 193, 216, 221, 225, 226, 227, 228, 229, 232, 235, 240, 247, 250
- denialism 53, 198
- desinformação 10, 12, 14, 17, 18, 113, 146, 147, 148, 149, 150, 156, 159, 162, 164, 165, 170, 172, 174, 175, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 196, 216, 227, 233, 234, 240, 248, 249
- desinformação científica 149
- desinformação digital massiva 147
- desinformación 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 138, 139, 140, 142, 143, 233, 250
- destinos ibéricos 245
- digital 12, 13, 15, 51, 53, 57, 59, 65, 73, 87, 88, 89, 138, 141, 142, 143, 144, 147, 163, 167, 168, 189, 190, 203, 204, 207, 208, 210, 211, 212, 239, 246, 248, 249, 251
- digitalização 106, 118, 120
- dinâmicas culturais 218
- direitos humanos 244, 245
- discurso 107, 108, 110, 113, 122, 131, 132, 133, 147, 148, 150, 152, 153, 154, 156, 176, 178, 179, 180, 188, 189, 190, 196, 220, 230, 237, 240
- diversidade 62, 63, 221, 239, 240, 245
- diversification 202, 203, 204, 205, 211
- divulgação 59, 184, 193, 216, 226, 227, 228, 229, 230, 235, 236, 237, 246
- divulgação científica 193, 216, 226, 227, 228, 229, 230, 235, 237, 246
- doenças 149, 183, 218
- dynamics 198, 203, 213
- dynamic texts 37
- E**
- economia 214
- ecossistema 59, 159, 172
- educação globalizada 242
- educación 103
- EEUU 134, 136, 143
- empiricism 48
- ensino básico 244
- ensino superior 244
- entretenimento 62, 64, 71, 76, 86, 90, 107, 247
- epistemology 41
- esfera pública 18, 105, 106, 107, 108, 110, 128, 143, 147, 150, 178
- espacio público 10, 18, 104, 105, 106, 109, 110, 112, 114, 116, 122, 173
- espaços midiáticos 216
- espaço-tempo 239
- especialistas 12, 149, 186, 232
- especulações 148
- estado 88, 106, 109, 116, 119, 120, 121, 122, 129, 130, 143, 149, 177, 186, 190, 192, 193
- Estados Unidos 88, 89, 90, 187, 195
- estética 38, 244
- estudos culturais 220
- Estudos de Cultura Contemporânea 8, 12, 19, 173, 216, 220, 227, 243, 244, 249, 250, 251, 253, 254, 256, 257
- estudos feministas 245
- eurocentrismo 94, 103
- Europa 120, 242
- evidências epidemiológicas 147
- F**
- Facebook 113, 119, 137, 144, 148, 154, 155, 156, 158, 166, 195, 196
- fact-checking 127, 128
- factual 130, 131, 133, 148, 172, 173
- fake news 12, 14, 18, 126, 127, 128, 140, 148, 169, 204, 210, 246
- falsedad 127, 128
- female editors 36
- feminismo 103, 245
- figuras públicas 12, 234, 242
- film 22, 23, 29, 30, 31, 32, 33, 35, 36, 37, 38, 40, 49, 50, 208
- filosofia 54, 173, 240
- Fórum Mundial Económico 147
- G**
- Globoplay 9, 17, 56, 58, 60, 67, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 77, 78, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 88, 89, 90



GP 239  
 gripe 149  
 GRISLAB 200  
 grupo de pesquisa 12, 20, 233, 239, 256, 257

**H**

habilidades 240  
 hiperdinamização 239  
 história 20, 77, 78, 80, 90, 105, 109, 117, 147, 175, 185, 216, 240, 242  
 history 32, 36, 37, 51, 201  
 history of cinema 36, 37  
 horizontes culturais 219  
 human experience 199

**I**

IAMCR 43, 44, 52, 54  
 Ibope 58, 63, 69, 81, 89  
 identidades 93, 95, 132, 140, 142, 218, 221, 245  
 identidades religiosas 245  
 identitário 245  
 Ideologia 123  
 imigração 242, 249  
 imigrantes 155, 245  
 imprensa 19, 105, 111, 174, 177, 178, 179, 180, 184, 192  
 índios 93  
 infocracia 124, 138, 145  
 infodemia 147  
 informações conflitantes 149  
 Instagram 148, 203, 208, 210  
 intended interlocutors 198, 209, 211  
 interdisciplinar 11, 13, 220, 238, 239, 248, 251, 252  
 interdisciplinaridade 11, 13, 220, 238, 239, 248, 251, 252  
 International Association for Media and Communication Research 44  
 interpretative endeavor 24  
 interseccionalidades 93

**J**

jornalismo 163, 179, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 235, 236, 237, 248  
 jornalismo científico 230, 232, 237  
 jornalista 20, 57, 172, 182, 229, 232  
 jornalísticos 69, 70, 71, 151, 153

**L**

literacia 150, 157, 163, 164, 165, 193

**M**

mass media 105  
 materialidades 248, 254  
 materiality 23, 25, 27, 31, 34, 36, 37  
 matrices del poder 95  
 mechanical noises 37  
 media 10, 37, 50, 51, 52, 88, 90, 105, 108, 114, 115, 122, 123, 147, 148, 149, 151, 153, 154, 155, 159, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 172, 174, 175, 178, 187, 190, 192, 194, 196, 200, 201, 202, 203, 204  
 media ritual 201  
 media sociais 115, 147, 148, 149, 155, 172, 174, 175, 187, 190, 192  
 media systems 200  
 medios de comunicación 97, 136, 139, 142  
 memórias 64, 114, 218  
 memory 40  
 mentira 19, 55, 128, 129, 130, 134, 135, 138, 144, 145, 172, 175  
 mercadoria 107, 115  
 mercantilização 105, 120  
 metadiscourse 24  
 methodological procedures 41, 198  
 methodology 47, 48, 50, 205  
 metodológicos 15, 60, 239, 247  
 migration 202, 204, 205, 211, 212  
 minoria 148, 158, 163  
 modeling forces 198  
 modelo de negócio 57, 65, 70  
 multicultural 245, 251



- multimodal 43, 44, 251  
 multimodality 43  
 multimundos 11, 12, 20, 233, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 246, 247, 248, 249, 251, 252, 253, 254, 256, 257  
 multiplataformas 63, 69, 86, 239  
 mundo 14, 15, 18, 55, 63, 68, 93, 95, 96, 101, 102, 106, 109, 110, 111, 112, 114, 117, 118, 120, 122, 127, 130, 132, 135, 136, 140, 141, 148, 150, 151, 165, 171, 172, 173, 175, 183, 187, 193, 194, 217, 226, 240, 241, 242, 245, 249
- N**
- narrativas 57, 78, 95, 113, 148, 160, 224, 236, 244  
 narrativas transmídias 244  
 narrative 32, 35, 41, 43, 47, 50, 90  
 negacionismo 12, 14, 127, 174, 182, 184, 251  
 negacionistas 13, 16, 227  
 neoliberal discourse 202
- O**
- obscurantismo 174, 193  
 ódio 122, 172, 173, 189, 192, 193, 216  
 opinião pública 194  
 opiniões 64, 69, 112, 152, 154, 216, 234  
 opinión publica 127, 134, 135, 145
- P**
- pandemia 10, 18, 19, 88, 127, 130, 133, 147, 148, 150, 151, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 164, 170, 180, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 189, 190, 192, 196, 221, 227, 234, 248  
 pandemic 10, 145, 168, 197, 198, 204, 205, 206, 209, 210, 211, 212  
 patrimônio cultural 245  
 pedagogia 245  
 personalities 199, 200  
 personification 201, 205, 209, 211, 212  
 phenomenon 198, 199, 201, 202, 203, 211  
 philosophy 44  
 plataformas 9, 15, 17, 18, 56, 57, 58, 60, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 74, 75, 76, 79, 84, 85, 86, 116, 141, 148, 149, 154, 158, 159, 172, 174, 175, 187, 190, 191, 192, 193, 223  
 podcast 14, 15, 233, 249, 250  
 poder 14, 17, 18, 66, 68, 83, 87, 92, 94, 95, 98, 100, 111, 116, 118, 119, 120, 121, 132, 133, 134, 136, 137, 138, 139, 143, 144, 152, 153, 157, 172, 174, 175, 176, 177, 179, 180, 182, 184, 192, 222  
 política 13, 14, 16, 18, 19, 37, 94, 96, 105, 106, 108, 114, 116, 117, 123, 128, 129, 130, 131, 133, 134, 135, 136, 137, 141, 143, 144, 150, 153, 154, 155, 161, 164, 165, 172, 173, 174, 175, 176, 178, 180, 182, 185, 188, 193, 213, 214, 219, 229  
 políticos 57, 112, 119, 129, 131, 138, 140, 143, 147, 154, 155, 164, 165, 172, 173, 175, 176, 177, 179, 181, 186, 190, 192, 196, 213, 222, 248, 250  
 Politics 123, 167, 195  
 população 17, 18, 118, 158, 172, 226, 247  
 populismo 10, 122, 150, 151, 152, 153, 156, 160, 163, 170, 173, 174, 175, 180, 182, 184, 187, 188, 189, 190, 192, 193, 195, 248  
 Portugal 8, 12, 15, 17, 18, 147, 174, 194, 216, 227, 234, 242, 245, 247, 248, 250, 253, 254, 256, 257  
 pós-graduação 8, 12, 174, 216, 220  
 posverdad 126, 127, 128, 145  
 power struggles 200, 203, 212  
 PPG 243, 244, 247, 249, 250, 256, 257  
 PPGCOM 8, 12, 20, 174, 213, 216, 227, 233, 253, 256, 257  
 PPGECO 20, 216, 220, 224, 227  
 pragmatist approach 198, 199, 211  
 produtividade 217, 218  
 Programa de Pós-graduação em Comunicação 8, 173, 256  
 Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Poder 19, 216, 227  
 Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea 216, 220, 227, 244, 249, 253, 257  
 Programa em Estudos de Cultura Contemporânea 8, 12



public face 199, 201, 209, 212

publicidade 57, 59, 116

public image 198, 200, 205

## R

racialización 92, 94, 103

reality TV 202

redes sociais 8, 12, 16, 17, 18, 19, 69, 117, 118, 147, 148, 149, 151, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 182, 186, 190, 191, 194

refugiados 152, 245

relaciones públicas 135

research 22, 23, 36, 40, 41, 43, 48, 52, 53, 54, 145, 167, 198, 199, 200

## S

scenario 211

science communication 40, 50, 210

scientific audiovisual 40, 41, 43, 44, 46, 47, 48, 52, 53

scientist 47, 198, 207, 208, 209, 210, 211, 212

scientist-celebrities 198

scientist-celebrity 211, 212

scientist-influencer 212

sewing machine 25, 29, 34, 35

sexualidade 245

sistemas culturais 218, 219

social networks 50, 51, 203, 204, 207, 208, 211, 212

sociedad 92, 96, 97, 126, 129, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 143

sociedade 10, 12, 14, 16, 18, 19, 63, 64, 104, 108, 109, 110, 111, 117, 119, 120, 154, 157, 173, 180, 190, 213, 217, 221, 223, 224, 226, 227, 228, 229, 236, 239, 242, 243, 244, 252

sociedade midiaticizada 12

sociedades de control 129, 144

society 90, 123, 124, 145, 169, 194, 196

STF 181, 189

Supremo Tribunal Federal 177

symbolic capital 204, 209, 212

## T

tecnologias digitais 217, 239, 244

tecnologias emergentes 12

telespectadores 57, 59, 60, 62, 63, 64, 65, 72, 83

televisão 17, 19, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 68, 69, 71, 73, 75, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 155, 161, 162, 163, 182, 227, 233

teoria crítica 105

teoria da conspiração 148, 157, 159

teóricos dos trolls 147

territorio cognitivo 96

Transmídia 243, 244

Tribunal Superior Eleitoral 176

TSE 176, 181

TV aberta 58, 59, 62, 63, 64, 72, 74, 84, 85

TV Paga 58

Twitter 113, 118, 148, 154, 156, 195, 204, 208, 210

## U

UFMT 12, 20, 41, 220, 227, 233, 237, 242, 243, 244, 247, 250, 253, 254, 256, 257

ultradireita 245

Universidade 8, 12, 16, 17, 19, 20, 55, 88, 173, 174, 214, 216, 220, 227, 232, 233, 234, 241, 242, 244, 245, 247, 248, 249, 250, 253, 254, 255, 256, 257

USP 209, 237, 244, 246, 248, 253, 254, 257

## V

verdad 10, 18, 125, 126, 127, 128, 129, 132, 134, 143, 144

verdade 13, 19, 117, 148, 171, 172, 178, 185, 227, 233

vertical montage 25, 26, 27

video-essay 23, 25

violência 172

virologistas 147

vírus 147, 149, 151, 158, 182, 185, 190, 223

visibilidade 85, 178, 190, 242

visibility 202, 203, 204, 205, 210, 211, 212

visões ideológicas 150



CADERNOS  
MULTIMUNDOS  
VOLUME 4

[www.PIMENTACULTURAL.com](http://www.PIMENTACULTURAL.com)

# COMUNICAR CIÊNCIA

Democracia, Cultura e Audiovisual

## AUTORES

Benedito Dielcio Moreira • Bruno Araújo  
Caterina Cucinotta • Claudia Magallanes Blanco  
Daniel H. Cabrera Altieri • Dário Mesquita  
Gil Baptista Ferreira • Jesús Ramé  
João Carlos Correia • João Massarolo  
Maristela Carneiro • Mirian Barreto Lellis  
Paula Guimarães Simões • Paula Libos  
Pedro Pinto de Oliveira • Safira Campos



**PPGCOM**  
PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E PODER • UFMT

multimundos 

1º ENCONTRO  
MULTIMUNDOS  
BRASIL

**ECCO**  
ESTUDOS DE CULTURA  
CONTEMPORÂNEA

