

COMUNICAÇÃO & DESENVOLVIMENTO

ORGANIZADORES

ELISA LUBECK

FLAVI FERREIRA LISBOA FILHO

LUCIOMAR DE CARVALHO

COMUNICAÇÃO & DESENVOLVIMENTO

ORGANIZADORES

ELISA LUBECK

FLAVI FERREIRA LISBOA FILHO

LUCIOMAR DE CARVALHO

SANTA MARIA/RS - 2024

FACOS - UFSM

C741 Comunicação & desenvolvimento [recurso eletrônico] / organizadores: Elisa Lubeck, Flavi Ferreira Lisboa Filho, Luciomar de Carvalho. – Santa Maria, RS : FACOS-UFSM, 2024.
1 e-book. : il.

Grupo de Pesquisa Estudos Culturais e Audiovisualidades
IS BN 978-65-5773-074-4

1. Comunicação 2. Desenvolvimento 3. Estudos culturais I. Lubeck, Elisa II. Lisboa Filho, Flavi Ferreira III. Carvalho, Luciomar de

CDU 316.77

Ficha catalográfica elaborada por Lizandra Veleza Arabidian - CRB-10/1492
Biblioteca Central - UFSM

DESIGN GRÁFICO | CAPA | DIAGRAMAÇÃO
LUCIOMAR DE CARVALHO

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA

Centro de Ciências Sociais e Humanas

Departamento de Ciências da Comunicação

Reitor

Luciano Schuch

Vice-reitora

Martha Bohrer Adaime

Diretora do CCSH

Sheila Kocourek

Chefe do Departamento de Ciências da Comunicação

Cristina Marques Gomes

FACOS-UFSM

Diretora Editorial

Ada Cristina Machado da Silveira

Editora Executiva

Sandra Depexe

Conselho Editorial

Ada Cristina Machado Silveira (UFSM)

Eduardo Andres Vizer (UBA)

Flavi Ferreira Lisboa Filho (UFSM)

Gisela Cramer (UNAL)

Prof. Dr. Jairo Getulio Ferreira (UFSM)

Maria Ivete Trevisan Fossá (UFSM)

Marina Poggi (UNQ)

Monica Marona (UDELAR)

Paulo Cesar Castro (UFRJ)

Sonia Rosa Tedeschi (UEL)

Suzana Bleil de Souza (UFRGS)

Valdir José Morigi (UFRGS)

Valentina Ayrolo (UNMDP)

Veneza Mayora Ronsini (UFRGS)



PREFÁCIO

A pesquisa faz parte da tradição acadêmica das universidades públicas, especialmente associada ao ensino, tem garantido expressiva colocação nos rankings brasileiros e mundiais. Contudo, quando a extensão e a inovação adentram esse universo, temos um salto qualitativo grandioso. A extensão permite a realização de uma pesquisa socialmente referenciada e conectada com os interesses da sociedade. Na mesma toada, a inovação traz aportes e nos permite avançar, dotando de atualidade nosso trabalho.

Os Grupos de Pesquisa estão na base de organização dos nossos Programas de Pós-Graduação. Com satisfação apresento a obra “Comunicação & Desenvolvimento”, que tem sua origem no trabalho do GP Estudos Culturais e Audiovisualidades, vinculado a dois PPG’s da nossa Universidade, sejam eles o da Comunicação e o do Patrimônio Cultural.

Os textos oriundos de diversos autores e diferentes instituições nacionais e do estrangeiro, organizados pelo prof. Flavi Ferreira Lisboa Filho e os pós-doutorandos Elisa Lubeck, também docente da Universidade Federal do Pampa, e Luciomar de Carvalho, nos conduzem a diálogo rico e profícuo em que a Comunicação assume seu protagonismo, cotejada ao desenvolvimento.

Ressaltamos em nossa gestão a importância da Universidade estar vinculada aos territórios. Neste sentido, encontramos nos artigos muitos exemplos de enlevo de pesquisas que iniciam dentro da academia e expandem seus horizontes para as mais diversas regiões, trazendo à baila investigações qualificadas e com potência de transformação social dada sua aproximação com a extensão e a inovação. Na UFSM o Território Imembuy, o Distrito Criativo Centro-Gare e os Geoparques Mundiais da UNESCO Caçapava e Quarta Colônia são exemplos nítidos de que a indissociabilidade ensino, pesquisa e extensão, perpassados pela inovação, são possibilidades e um excelente caminho para nossas Instituições.

Aproveito para parabenizar os(as) autores(as) e organizadores(as)! Desejo uma excelente leitura a vocês!

LUCIANO SCHUCH
Reitor da UFSM

SUMÁRIO

Comunicação e Desenvolvimento Sustentável a Partir dos Estudos Culturais | P. 9

Flavi Ferreira Lisboa Filho
Mauricio Rebellato

Comunicação para o Desenvolvimento na Matriz Teórica dos Estudos Culturais | P. 18

Maria Salett Tauk Santos

A Comunicação e a Educação como pilares do Desenvolvimento Sustentável em Geoparques Mundiais da UNESCO | P. 27

Artur A. Sá
Emmaline Rosado-González
Nuno Monteiro Vaz
José Martinho Lourenço
Elizabeth Silva
Jesús Enrique Martínez-Martín

Desenvolvimento Regional Sustentável: o papel da gestão de públicos e governança do Geoparque Quarta Colônia | P. 38

Luciomar de Carvalho
Anderson Lovato

UFSM e Distrito Criativo Centro-Gare: Contribuições dos Projetos de Extensão ao Desenvolvimento do Território | P. 47

Victor Cesar Rodrigues Carvalho
Elisa Lubeck

Os profissionais da comunicação na Indústria Criativa de Santa Maria-RS | P. 57

Victor da Silva Oliveira
Tiago Costa Martins

Comunicação Territorial: reflexões teóricas preliminares | P. 71

Jaqueline Quincozes da Silva Kegler

Jornalismo independente: da precariedade às inovações com desenvolvimento local | P.82

Mariana Ferreira Reis

O desenvolvimento social pelas relações de trabalho: o corpo de mulheres gordas no contexto organizacional | P. 92

Caroline Delevati Colpo
Jayane Evellen de Fátima Cruz de Souza

O Trabalho Decente na Agenda do Desenvolvimento: da Comunicação à Ação Social | P. 101

Gibsy Lisie Soares Caporal
Maria Ivete Trevisan Fossá

As TICs e os vínculos na agricultura familiar: uma análise de gênero e de geração | P. 116

Ada Cristina Machado da Silveira
Clarissa Schwartz

Comdev e a perspectiva colaborativa em “novos” modelos de negócio digital | P. 131

Carlise Porto Schneider Rudnicki



À guisa de apresentação

O livro “Comunicação & Desenvolvimento” é mais uma publicação de fôlego alusiva às comemorações do Grupo de Pesquisa Estudos Culturais e Audiovisualidades, registrado no Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq e certificado pela Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, cuja liderança cabe ao prof. Flavi Ferreira Lisboa Filho.

O lançamento do e-book “Estudos Culturais, Comunicação e Patrimônio Cultural” na Feira do Livro de Santa Maria de 2023, marcou os 10 anos do Grupo com o registro de sua trajetória e de algumas pesquisas de mestrado, doutorado e pós-doutorado desenvolvidas sob a sua guarida.

Esta nova obra brinda ao leitor um conjunto de 12 capítulos com autores internacionais e de diversos estados brasileiros, além de integrantes do Grupo de Pesquisa que apresentam o andamento de suas investigações. Temos propósito de reunir artigos que abordem os processos que envolvam a relação da comunicação para o desenvolvimento nos territórios locais e regionais, nos contextos populares, nas instâncias da produção, da circulação e da recepção de mensagens, frente aos processos atuais de exclusão social, identitários e às dinâmicas econômicas. Também considera a concepção da comunicação como tecnologia social ressaltando as interfaces entre o respectivo campo e as dimensões do desenvolvimento.

O capítulo inaugural intitulado “Comunicação e Desenvolvimento Sustentável a partir dos Estudos Culturais” de Flavi Ferreira Lisboa Filho e Mauricio Rebellato parte do viés da comunicação e da cultura, sob a perspectiva dos Estudos Culturais, reconhecendo a comunicação como o eixo que conduz ao desenvolvimento. As teorias do desenvolvimento e da comunicação para o desenvolvimento são historicamente inter-relacionadas com os interesses políticos e econômicos das classes no exercício do poder. Os autores concluem que as propostas que tratam de uma visão holística de desenvolvimento, ainda dependem de sua adoção concreta enquanto política de Estado, mas esbarra na força do “modelo” desenvolvimentista ainda em vigor.

Em “Comunicação para o Desenvolvimento na Matriz Teórica dos Estudos Culturais”, Maria Salett Tauk Santos analisa os itinerários da pesquisa em Comunicação para o Desenvolvimento na abordagem teórica dos Estudos Culturais, a partir de três estudos de caso, tendo como objetos, mesclas da interdisciplinaridade com o consumo, a hibridização cultural e a

inclusão digital nas culturas populares. Partindo da matriz gramsciana nas abordagens de Jesus Martin-Barbero e Néstor García Canclini, no que se refere ao caráter híbrido e desigual das culturas populares, a pesquisa volta-se à análise de como os Estudos Culturais foram sendo apropriados para explicar e interpretar objetos de estudo tendo por base abordagens teóricas e empíricas prevalentes em diferentes épocas.

Artur A. Sá, Emmaline Rosado-González, Nuno Monteiro Vaz, José Martinho Lourenço, Elizabeth Silva e Jesús Enrique Martínez-Martín, no artigo “A Comunicação e a Educação como pilares do Desenvolvimento Sustentável em Geoparques Mundiais da UNESCO”, tratam da comunicação e da educação na Rede Global de Geoparques, composta por 213 territórios. Os geoparques assumem-se como territórios de educação e comunicação para a promoção territorial e o desenvolvimento sustentável, considerados autênticos “laboratórios vivos” para o desenvolvimento e implementação de estruturas de capacitação socioeconômica, de criação de emprego, de consciencialização ambiental e de cooperação sinérgica entre instituições. Os autores também trazem exemplos de alguns geoparques.

“Desenvolvimento Regional Sustentável: o papel da gestão de públicos e governança do Geoparque Quarta Colônia” de autoria de Luciomar de Carvalho e Anderson Lovato analisa os *stakeholders* do Quarta Colônia Geoparque Mundial da UNESCO, buscando identificar suas interações, necessidades e expectativas. A proposta é fornecer subsídios para a construção de estratégias que possam não apenas consolidar a governança do geoparque, mas também fortalecer a participação ativa, a cooperação e promover um desenvolvimento regional sustentável para as comunidades locais e demais partes interessadas. O estudo contribui igualmente para pensar o fortalecimento da identidade regional, a valorização das comunidades locais e o estabelecimento de práticas que promovam um desenvolvimento sustentável e inclusivo.

Elisa Lubeck e Victor Cesar Rodrigues Carvalho no texto “UFSM e Distrito Criativo Centro-Gare: contribuições dos projetos de extensão ao desenvolvimento do território” apresentam um mapeamento da realidade do Distrito Criativo Centro-Gare, localizado em Santa Maria – Rio Grande do Sul, a partir dos diferentes projetos de extensão da UFSM vinculados ao território, dando visibilidade às iniciativas da Universidade para o desenvolvimento da cidade. Constataram a Universidade como potencializadora desse desenvolvimento e também contribuindo para a cultura, política e economia locais, na perspectiva de fomentar o desenvolvimento sustentável.

“Os profissionais da comunicação na Indústria Criativa de Santa Maria - RS” dos autores Victor da Silva Oliveira e Tiago Costa Martins analisa os trabalhadores formais da comunicação na Indústria Criativa (IC) em Santa Maria - RS. Metodologicamente, a pesquisa utiliza dados da Relação Anual de Informações Sociais (2023) para traçar a evolução anual de vínculos (empregos) e estabelecimentos na Indústria Criativa. Os resultados destacam o crescimento anual na IC de Santa Maria em contraponto ao declínio das ocupações da comunicação nessa indústria, sugerindo adaptações profissionais e indicando uma resposta dinâmica às demandas do mercado.

Jaqueline Quincozes da Silva Kegler no capítulo “Comunicação Territorial: reflexões teóricas preliminares” apresenta a compreensão teórica sobre Comunicação Territorial, através de pesquisa teórica, documental e análise crítica. Como resultado são

apresentados pressupostos de uma matriz para investigação e práxis da comunicação territorial, dada pela intersecção entre os conceitos: território, mediatização, identidade, visibilidade e legitimidade.

No texto “Jornalismo independente: da precariedade às inovações com desenvolvimento local”, Mariana Ferreira Reis, traz um recorte de sua investigação doutoral que buscou analisar o trabalho de jornalistas que atuam em mídias independentes. A partir de entrevistas semiestruturadas e em profundidade, revelaram-se aspectos como precariedade do trabalho do jornalista; mas também o papel de políticas públicas para a sustentabilidade, articulação de parcerias e atuação em rede, indicadores do desenvolvimento local.

Caroline Delevati Colpo e Jayane Evellen de Fátima Cruz de Souza no artigo “O Desenvolvimento Social pelas Relações de Trabalho: o corpo de mulheres gordas no contexto organizacional” refletem sobre as relações de trabalhos de mulheres gordas dentro dos espaços organizacionais como forma de desenvolvimento social. A metodologia utilizada foi revisão bibliográfica. As autoras perceberam, preliminarmente, que a economia é fluída e se molda a partir das vertentes sociais, assim como o corpo da mulher gorda que é estigmatizado e marginalizado socialmente, escoa para dentro das organizações afetando as suas relações de trabalho e seu desenvolvimento social.

O capítulo “Trabalho Decente na Agenda do Desenvolvimento: da comunicação à ação social” de Maria Ivete Trevisan Fossá e Gibsy Lisie Soares Caporal apresenta conceitos para compreender o trabalho na comunicação, a precarização do trabalho, o trabalho decente e a comunicação na ação social e criativa. Como análise, verificaram que a comunicação como ação social pode aportar elementos que nos proporcionem de uma percepção da concepção dos sujeitos e a valorização de seu trabalho, promovendo uma ação coletiva para o bem-estar social e para o desenvolvimento. Concluem que o trabalho decente precisa ser um compromisso das diversas esferas do ecossistema de comunicação, do desenvolvimento das cidades e base nos projetos de ação social e para a economia criativa.

Em “As TICs e os vínculos na agricultura familiar: uma análise de gênero e de geração” as autoras Ada Cristina Machado da Silveira e Clarissa Schwartz apresentam a evolução do tema da apropriação das tecnologias de informação e comunicação (TICs) na agricultura familiar, a partir das relações de gênero nos últimos 20 anos. Para exemplificar a evolução no trato do tema, apresentam dados empíricos de uma pesquisa com mulheres rurais, agricultores familiares e filhos e filhas jovens. A análise indicou que as mulheres rurais estão assumindo um novo papel dentro das propriedades rurais familiares e na intimidade do núcleo familiar, rejeitando o papel legitimado de subordinação. Essa mudança é impulsionada pelo maior acesso à informação por meio das TICs, especialmente o telefone celular.

Por fim, Carlise Porto Schneider Rudnicki em “Comdev e a perspectiva colaborativa em ‘novos’ modelos de negócio digital”, artigo que encerra a obra, afirma que a comunicação para o desenvolvimento compreende um espaço de significações múltiplas, transitando entre a economia e a comunicação, dentre outras áreas. A autora parte da ideia do território como espaço de vida, acolhimento, política planejada e

inclusão. Ainda, o projeto de extensão #ElasnaTI se refere a uma trilha de capacitação que envolve diferentes temas relacionados à Comunicação para o Desenvolvimento.

Desejamos a você leitor que esta publicação possa auxiliar na compreensão das profícuas interfaces que o tema “Comunicação & Desenvolvimento” suscita e inspirar novas pesquisas!

ELISA LUBECK
FLAVI FERREIRA LISBOA FILHO
LUCIOMAR DE CARVALHO
- Organização -



COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL A PARTIR DOS ESTUDOS CULTURAIS

MAURICIO REBELLATO ¹
FLAVI FERREIRA LISBOA FILHO ²

INTRODUÇÃO

Falar sobre desenvolvimento sustentável é tratar de algo fundamental para a evolução da sociedade. Embora as discussões sobre a temática tenham aumentado nas últimas décadas e em várias áreas do conhecimento, propor alternativas de desenvolvimento, no entanto, é complexo, em virtude das disputas e conflitos que permeiam a dinâmica social. Se ao longo dos séculos XIX e XX, o desenvolvimento era associado apenas a ideia de progresso, enquanto conceito balizador das políticas econômicas para estimular a expansão da riqueza e da tecnologia, hoje, com a persistência da desigualdade social e econômica, emerge a necessidade de discutir a preservação dos recursos naturais necessários à manutenção da própria humanidade. Entretanto, o conceito de desenvolvimento sustentável não está vinculado somente aos dilemas econômicos e ambientais. Sua definição implica em um posicionamento ideológico, quanto ao modelo econômico que seja capaz de valorizar as dimensões humana, cultural e social e preservar o meio ambiente.

Posicionamento e temática que encontram apoio no campo de investigação dos Estudos Culturais, ao direcionar as investigações entre o sistema dos meios de comunicação e outras instituições sociais, enfocando nos processos sociais relativos à cultura. Apresentamos a seguir alguns indicadores econômicos e sociais que motivam essa busca por relacionar a comunicação ao desenvolvimento sustentável, tratando desta, para além de um viés tecnicista, mas um eixo condutor para as ações realizadas no território investigado.

A Rede Brasileira de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional, apontou que 33,1 milhões de pessoas não tinham o que comer em 2022, ano do levantamento. Em relação à falta de moradia, a população em situação de rua superou as 281 mil pessoas no Brasil em 2022, um aumento de 38% desde 2019, de acordo com o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. A falta de acesso à educação também revela abismos sociais. De acordo com o Fundo das Nações Unidas para a Infância, o UNICEF, em 2022, 2 milhões de meninas e meninos de 11 a 19 anos que ainda não haviam terminado a educação básica deixaram a escola no Brasil. Enquanto nas classes AB o percentual desse número é de 4%, nas classes DE, chegam a 17%, quatro vezes mais. Todos esses dados reforçam a desigualdade social no país, que em 2021 chegou a atingir 64,6 milhões de pessoas em situação de pobreza social, de acordo com um estudo da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS). E para agravar, essa desigualdade tem raça, gênero e endereço. O estudo revelou que os grupos mais atingidos são os negros e moradores das regiões Norte e Nordeste. Entre os brancos, a taxa de pobreza social era de 19,4% em 2021, enquanto o percentual entre os pretos, pardos e indígenas chegou a 38,9%. E se tudo isso não bastasse, o Brasil ainda figura entre os países que menos cuidam do meio ambiente. O Relatório Luz (2022), documento elaborado pelo Grupo de Trabalho da Sociedade Civil para a Agenda 2030 (GT Agenda 2030/GTSC A2030), e que analisa a implementação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) no Brasil, começa de uma forma que justifica a necessidade de voltarmos o olhar para essa temática.

¹ Doutorando em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria e Mestre pelo mesmo Programa. Especialista em Televisão e Convergência Digital pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Bacharel em Comunicação Social-Jornalismo pela Universidade de Cruz Alta. Faz parte do Grupo de Pesquisa Estudos Culturais e Audiovisualidades. E-mail: mauricio-rebellato@hotmail.com

² Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, do Programa de Pós-Graduação Profissional em Patrimônio Cultural e do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria - UFSM. Pró-Reitor de Extensão da UFSM. Bolsista de Produtividade em Pesquisa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq. Doutor em Ciências da Comunicação. Pesquisador-líder do Grupo de Pesquisa Estudos Culturais e Audiovisualidades. E-mail: flavi@ufsm.br

Num contexto de crise sanitária e climática de ordem global, o aumento da pobreza, da fome, da perda de biodiversidade e da qualidade de vida no Brasil são aqui apresentados com dados que indicam, de forma irrefutável, uma sociedade adoecida não apenas pelos efeitos devastadores da pandemia da Covid-19, mas, também, pelo crescimento das desigualdades. (RELATÓRIO LUZ, 2022, p. 4)

De acordo com o relatório, essa situação deriva de políticas governamentais, que pouco fazem para reverter o quadro atual, principalmente na gestão do Governo Bolsonaro que “[...] é publicamente contrária aos princípios da Agenda 2030 e se nega a cuidar das pessoas e do planeta através de parcerias que nos levem à paz e à prosperidade.” (RELATÓRIO LUZ, 2022, p.7). Para finalizar este panorama inicial, destacamos o dado do Relatório que aponta que avaliadas as 168 metas de desenvolvimento originalmente aplicáveis ao país, apenas uma teve progresso satisfatório; 11 (6,54%) permaneceram ou entraram em estagnação; 14 (8,33%) estão ameaçadas; 24 estão em progresso insuficiente (14,28%); e 110 (65,47%) estão em retrocesso.

No Brasil, falar de desenvolvimento sustentável é relacioná-lo às discussões de políticas públicas, programas de governo, organizações civis e movimentos sociais, respondendo ao “capitalismo predatório dos recursos naturais e das relações intersubjetivas nas sociedades”. (Peruzzo, 2014, p 171) Partindo da premissa de que os Estudos Culturais consistem em um compromisso “cívico e político de estudar o mundo de modo a poder intervir nele com mais rigor e eficácia, construindo um conhecimento com relevância social” (Baptista, 2009, p.453), acreditamos que esse debate seja necessário pelo viés comunicacional. Os Estudos Culturais nos permitem afirmar que os processos comunicativos envolvem diversas instâncias que atuam na estrutura social, na formação das representações e na construção da identidade dos sujeitos. Ao longo dos anos, os estudos culturais têm evidenciado a necessidade de se pensar a cultura como local de produção de significados, não tendo apenas o capital econômico como preponderante, mas considerando também, pela perspectiva de Bourdieu (1984), os capitais cultural, social e simbólico. Portanto, pensar na relação entre cultura e sociedade através da construção identitária dos sujeitos, é fundamental para compreendermos os impactos da comunicação e a influência do contexto sócio-econômico na vida cotidiana, bem como, possíveis caminhos para o desenvolvimento sustentável das comunidades.

No Estado da Arte realizado ao longo de 2022, identificamos 1.081 trabalhos em Bancos de Teses de Universidades Brasileiras que tratam de comunicação, desenvolvimento ou Geoparque³. De todos esses trabalhos, apenas 35 eram dedicados à temática do desenvolvimento através do viés da comunicação. Após esse levantamento, foi possível afirmar que a dimensão cultural no desenvolvimento ganha forma a partir de análises em diferentes campos do saber. Estabelecer uma relação entre os campos da cultura e do desenvolvimento, ainda que pareça complexa, pode ser possível a partir dos estudos culturais. Ainda, ficou evidente que a área da comunicação não possui o prestígio de outras áreas do saber, comumente articuladas no campo do desenvolvimento, sendo vinculada muitas vezes a estratégias tecnicistas de desenvolvimento, ou então, como forma de interpretação da função social dos meios de comunicação na sociedade. Outro fator importante a ser pensado sobre o desenvolvimento sustentável do território é o de que a comunicação tem a capacidade de estabelecer conexões e robustecer um passado partilhado entre os indivíduos (Lisboa Filho, 2022). Neste caso, não falamos daquilo que já existe no repertório comum de cada sujeito, mas do resgate de elementos que, por decorrência do tempo, talvez tenham sido negligenciados e/ou silenciados.

Assim, entendemos que falar de comunicação e cultura é problematizar sua relação com a

³ Geoparques são áreas geográficas únicas e unificadas onde os sítios e paisagens com significância internacional são geridos com um conceito holístico de proteção, educação e desenvolvimento sustentável. Possui uma abordagem “de baixo para cima” porque combina conservação com desenvolvimento sustentável e envolvimento das comunidades locais (UNESCO, 2023). Na tese de doutorado em curso, o Geoparque Mundial Unesco Quarta Colônia será nosso objeto de pesquisa enquanto um território que busca um desenvolvimento sustentável. Nesta proposta de artigo, não será abordado o conceito de Geoparque e suas características, por priorizar no texto o debate em torno dos Estudos Culturais e seu vínculo político e social com a realidade.

comunidade, e também, para além do termo comunicação pelo viés midiático, mas como aquela que pode ser a articuladora das transformações sociais que se desejam.

O artigo se organiza em três subseções. A primeira voltada aos Estudos Culturais, depois a relação entre comunicação e desenvolvimento, e na terceira, discutimos a questão da identidade em um território Geoparque, sem a pretensão de adentrar no objeto de pesquisa, mas trazendo como elemento para a discussão de como a comunicação e o desenvolvimento são percebidos neste local. Por fim, as considerações finais e as referências usadas.

OS ESTUDOS CULTURAIS

A cultura se mostra como a relação “entre elementos em um modo de vida global” (Williams, 2001, p. 63). Estudá-la é investigar a natureza dessa estrutura, o complexo das relações. O exame de obras ou instituições culturais particulares torna-se, assim, a análise das relações que essas obras ou instituições “incorporam como partes da organização em seu todo” (Williams, 2001, p. 63). Através da descoberta de padrões característicos, que a análise cultural tem início, e é por meio das relações entre esses padrões — que algumas vezes se revelam correspondências surpreendentes e outras vezes, descontinuidades ou silenciamentos inesperados. Assim, o conceito de cultura, que é tão complexo, tem como maior referência a ideia de comunidade.

Williams (2001) entende que as pessoas vivem e compartilham um certo tipo de organização, que já treinou o padrão de pensamento dos indivíduos, conformando a prática social em seu conjunto. Assim, a cultura estabelece as formas de atividade social e comunicacional humana. Neste contexto, a produção cultural sempre esteve ligada a processos sociais de produção, reprodução, controle e subordinação, cujo advento dos meios de comunicação de “massa”, contribuiu para que essa percepção se tornasse ainda mais nítida.

Os estudos culturais permitem relacionar as discussões de alteridade a sujeitos, organizações específicas, grupos sociais posicionados na diferença em termos de estratos socioeconômicos, ocupação, pertença étnica e racial, gênero, geração, entre outros marcadores sociais. Ou seja, a relevância dessa proposta está no entendimento de que não existe um conhecimento universal, e, desse modo, a produção de saber demanda colaboração intercultural e valorização de outros modos de pensar e de fazer ciência, elementos fundamentais para pensarmos em outros modelos de desenvolvimento possíveis.

O resultado de tudo isso, é um pensamento coerente, ligado às diversas injustiças sociais e estruturas de poder que contribuem para o avanço do materialismo histórico na compreensão dos problemas da comunicação e da cultura, áreas de crescente relevância política nas sociedades contemporâneas. Assim, partimos dessa discussão inicial, para avançar na discussão sobre a cultura a partir da transformação social. Entendemos aqui, que nesta perspectiva, a cultura assume três dimensões. A primeira, é política, pois é através dela que se criam condições para uma vida coletiva, portanto, funda a experiência pública. A outra, é uma dimensão social, onde a cultura é a condição de uma cidadania idealizada, como ferramenta de inclusão e pertencimento. A cultura também assume uma dimensão econômica, pois é geradora de renda, empregos, salários, tributos, etc.

Assim, cronologicamente falando, recorreremos a este campo de investigação que teve sua origem no final da década de 1950, na Inglaterra e que posteriormente ganhou outros continentes. A sua institucionalização pode situar-se a partir da criação, em 1964, na Universidade de Birmingham, do Center of Contemporary Cultural Studies - CCCS. Criado por um professor de Literatura Moderna (de língua inglesa), Richard Hoggart, o CCCS vem a registrar uma influência máxima quer em termos geográficos, quer em impacto nos meios acadêmicos e extra-acadêmicos com Stuart Hall, já nas décadas de 1970 e 80 do século XX. Em consequência deste rápido desenvolvimento, os Estudos Culturais passaram a apresentar-se como uma prática intelectual dispersa, cujo único centro talvez tenha passado a ser o de procurar articular e fazer dialogar três nós problemáticos essenciais: cultura, teoria e ação cívica.

Como aponta Baptista (2009), a atenção dos estudos culturais encontra seu cerne em objetos de estudo comuns e minoritários, como as classes trabalhadoras, culturas de juventude, das mulheres,

da feminilidade, da raça e etnicidade, das políticas culturais da língua e dos media, entre muitos outros. Objetos que procuram revelar os discursos marginais, não oficiais, ou daqueles que propriamente não têm voz. Em síntese, trata-se de estudar aspectos culturais da sociedade, isto é, de tomar a cultura como prática central da sociedade e não como elemento exógeno ou separado, ou mesmo como uma dimensão mais importante do que outras sob investigação, mas como algo que está presente em todas as práticas sociais e é ela própria o resultado dessas interações. É no ponto de convergência de seus objetos, que os “Estudos Culturais são mais inovadores e podem trazer as mais importantes contribuições para o progresso e desenvolvimento científicos.” (Baptista, 2009, p.456).

Deste modo, a partir do que destaca Baptista (2009), é preciso fazer também um esforço especial no que se refere a construir um discurso crítico perante esse campo de investigação, uma auto-reflexão que procure sempre manter a vigilância científica e epistemológica neste campo do saber. Assim, será possível “repensar mecanismos de descrição, de definição, de predição e controle das conclusões a que se chega, bem como ter um papel desmistificante em face de textos culturalmente construídos e dos mitos e ideologias que lhes subjazem” (Baptista, 2009 p.459).

Assim, é preciso ter em mente que a relação entre cultura e desenvolvimento se delineia de maneira mais explícita através da abordagem sobre o capital social, cuja premissa baseia-se na existência de redes de relações formais e informais que, pautadas na cooperação e reciprocidade, são elementos de fomento ao desenvolvimento. A capacidade da sociedade em conduzir o seu próprio desenvolvimento, condicionando-o à mobilização dos fatores produtivos localmente disponíveis em seu território traduz a forma de desenvolvimento denominado endógeno. Nesse sentido, a densidade das redes e instituições, bem como a capacidade de cooperação e ação coletiva, que são dimensões relacionadas ao capital social, constituem fatores importantes para estratégias de desenvolvimento do território.

A COMUNICAÇÃO E O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Começamos este item questionando a quem serve o desenvolvimento e o que é esse termo tão usado atualmente. Na tentativa de resposta precisamos fazer um resgate temporal, visto que ao longo dos anos, o desenvolvimento foi ganhando sentidos diferentes. Seu primeiro enfoque foi a relação direta com o crescimento econômico, uma perspectiva que segundo Carnieli e Santos (2016), se dá a partir do período pós-guerra, cuja preocupação estava em reconstruir os países devastados pelo conflito. Além disso, o olhar também se voltou para os países em desenvolvimento, ao se pensar a economia em níveis globais. Na época, o fomento à industrialização e a concessão de financiamentos buscavam reerguer os países estruturalmente e incentivar a produção interna dos países.

A reavaliação do conceito de desenvolvimento se dá a partir dos efeitos da industrialização, que acentuou a desigualdade e a distribuição de renda, “um ‘desenvolvimento’ que traga efeitos colaterais sérios não é legítimo e, portanto, não merece ser chamado como tal” (SOUZA, 2006, p.61). Assim, a partir da década de 1970, o enfoque passa a incorporar os aspectos sociais à temática do desenvolvimento. Uma das principais contribuições, vêm de Bourdieu (1980), que contribui com a discussão sobre os capitais, aqui especificamente sobre o capital social e o simbólico, em um cenário até então compreendido somente pelo viés capitalista.

O capital social pode ser definido como o conjunto de recursos ou via de acesso a recursos, inerentes às relações sociais, tais como confiança, reciprocidade, normas e relações de associação e cooperação, que facilitam a ação coletiva, de modo orientado para um propósito comum, ou que permitem obter certos benefícios econômicos, políticos e sociais. O capital social se dá através das relações sociais que podem ser convertidas em recursos de diferenciação, normalmente através do convívio com outros grupos. O capital simbólico é o que chamamos de prestígio ou honra e que permite identificar os agentes no espaço social. Diante desses capitais é possível compreender também o quanto as desigualdades sociais não se dão somente pelo capital econômico, ou seja, pela renda do indivíduo, mas também pela falta de capital cultural que permita ou que leve à aquisição de capitais simbólicos. São esses capitais que vão gerar o que Bourdieu (1980) define como distinção através da relação entre classes dominantes e dominadas. Aqui, a aplicação particular do conceito de capital social

do autor supracitado relaciona-se em compreender como os indivíduos interagem com o capital para melhorar sua posição econômica em sociedades capitalistas. De acordo com essa concepção, o capital social é constituído pelas redes de relações sociais, que permitem aos indivíduos ter acesso aos recursos dos membros do grupo ou da rede. Os ganhos obtidos pelos indivíduos em decorrência de sua participação em grupos, permite apropriar-se dos benefícios materiais e simbólicos que circulam entre os membros da própria rede (Bourdieu, 1980).

Carniello e Santos (2016) mostram que esse viés de desenvolvimento começa a aparecer nos Planos de Desenvolvimento, especialmente os voltados para os países economicamente periféricos. No Brasil, os principais exemplos, foram os planos destinados ao Nordeste brasileiro. Podemos refletir aqui, amparados nesses autores, o porquê da maioria dos planos não terem se convertido em melhorias efetivas e em uma justiça distributiva para essas populações. Ficou evidente que a participação dos contemplados na elaboração dos projetos era quase nula, aspecto vital para neste artigo, a importância da comunicação e da participação efetiva dos indivíduos na elaboração das ações.

Um terceiro momento da evolução do conceito de desenvolvimento, chega com a incorporação da questão ambiental, muito fomentado pelos discursos empresariais, de certificações e também convertido em publicidade institucional, ou seja, a temática ambiental convertida em mercadoria.

Diante de consequências ambientais decorrentes do processo acelerado de industrialização, somados às questões sociais, a ideia de sustentabilidade passa a ser associada ao conceito de desenvolvimento, difundindo a ideia de que “o desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem às suas próprias necessidades” (NOSSO FUTURO COMUM, 1991, p. 46).

Assim, busca-se uma situação de justiça social para a humanidade, a fim de uma melhoria de vida das populações sem gerar prejuízos às gerações futuras. Aqui, começamos a tratar da comunicação para o desenvolvimento, por acreditarmos que todo esse contexto evidencia a necessidade de se problematizar como a comunicação pode estabelecer aportes, sendo o eixo central, a partir da cultura, enquanto saber relacionado à ampliação da assertividade e dos estudos relacionados ao desenvolvimento. Essa proposta feita por Carniello e Santos (2016) e reforçada por nós, trata da comunicação como fator decisivo para o desenvolvimento, enquanto grande potencial para a ampliação da transparência das políticas públicas e empoderamento dos sujeitos sociais quanto à definição das condições necessárias à redução das assimetrias sociais.

Para isso é preciso partir dos estudos culturais para se compreender a relação entre cultura e desenvolvimento. Carniello e Santos (2013), afirmam que esses fluxos se dão através da informação. Mesmo que essa não seja garantia de eficácia, a disponibilização de informação para a sociedade é elemento fundamental para o desenvolvimento em sociedades democráticas. Os fluxos de comunicação não se realizam de modo abstrato, pois estão vinculados aos processos sociais que os definem. Deste modo, o acesso à informação é um critério importante para se definir como ocorre o processo de desenvolvimento de uma sociedade e sob quais características esse processo se assenta.

Outro ponto importante ao aproximarmos os estudos em comunicação da perspectiva de desenvolvimento é resgatar a premissa apontada em vários estudos contemporâneos que indicaram as práticas participativas como constitutivas do desenvolvimento de determinado local, ou seja, é construir as ações com o foco nas pessoas, fazendo com que elas também sejam protagonistas dessas escolhas. Carniello e Santos (2013), destacam como fundamental também, observar se as políticas públicas relacionadas à efetivação do desenvolvimento correlacionam-se a medidas contrárias à tendência de reprodução da desigualdade presente no capitalismo ou se de fato a combatem. E um terceiro aspecto trata da geração e disponibilização de informações à sociedade. O avanço das tecnologias da informação, é uma forma das administrações públicas oferecerem novos serviços aos cidadãos, condições para ampliação da eficiência e da eficácia dos serviços públicos, ao melhorar a qualidade dos serviços prestados e ao permitir acesso à informação e à constituição de novos padrões de relacionamento com cidadãos e novos espaços para promoção da cidadania. As mídias sociais digitais podem estreitar um possível diálogo entre sociedade e governo, o que converge com a função política. Aí se faz necessário um trabalho de mobilização social para que não esbarre em dois obstáculos

comuns às sociedades, uma alienação dos processos participativos, e o uso não democrático dos meios de comunicação, com o propósito de alienação política da população.

No contexto brasileiro, a comunicação, através dos meios chamados de tradicionais, tende a priorizar o crescimento econômico, pois é pautada em um modelo comercial de concentração de propriedade dos veículos. Devido a esse modelo, a comunicação para o desenvolvimento precisa se amparar em meios que se situem fora da lógica de mercado que rege os veículos de comunicação, são as chamadas mídias marginais, alternativas, comunitárias e periféricas. No entanto, mesmo com iniciativas locais e regionais, a macroestrutura ainda permanece como um entrave para uma política de comunicação voltada ao desenvolvimento, efetivamente. Com o desenvolvimento tecnológico da mídia, vivenciado a partir do século XX, a comunicação, com grande destaque na sociedade, deve estabelecer novas interfaces entre as ciências e a delimitação de novos temas de estudo.

Acreditar que a comunicação possa ser o eixo que conduz ao desenvolvimento é o centro do debate para fazer essa relação. London (2007) apresenta alguns caminhos de como a comunicação pode desempenhar essa função tão importante para o desenvolvimento. Entre eles destaca-se a comunicação como indispensável no processo político equitativo e inclusivo; a comunicação presente nos processos de governança nacional e internacional efetivos, responsivos e verificáveis; no apoio aos cidadãos engajados e à sociedade civil dinâmica; na geração de crescimento econômico sustentável, transparente, eficiente e equitativo; no estabelecimento e proteção de um ambiente midiático livre, plural, com diversidade de veículos de comunicação e qualidade. Ou seja, temos aqui, a comunicação presente em diversas esferas da vida social, pública e política, atuando na busca pelo desenvolvimento.

Aqui neste texto em que direcionamos essa discussão com vista ao desenvolvimento sustentável em um território Geoparque, podemos visualizar a comunicação como necessária em várias esferas da vida social. Carniello e Santos (2016) vão afirmar que a imagem de um lugar determina seu posicionamento perante o mundo, sua atratividade de investimentos e pessoas, bem como seu potencial turístico, variáveis que compõem a questão do desenvolvimento. Para além disso, está também relacionado ao sentimento de pertença e domínio de um povo sobre seu território. Há uma relação com aspectos sociais, mas também com aspectos econômicos que compõem o conceito de desenvolvimento, uma vez que o turismo é visto hoje como uma possibilidade de desenvolvimento territorial.

Neste sentido, há dois traços importantes em que a comunicação atua nessa construção. A criação de estratégias para a construção da imagem de uma localidade e a avaliação da imagem de uma região ou local, de forma a obter um diagnóstico da situação em determinado período de tempo, aspectos que podem dar suporte ao planejamento do território.

Mais uma vez observamos que os processos de comunicação e os meios de comunicação não estão alheios ao contexto político e histórico de uma sociedade. Trata-se de perceber que há o potencial para contribuição com políticas relacionadas ao desenvolvimento em sua acepção mais global e não apenas econômica.

A COMUNICAÇÃO E O DESENVOLVIMENTO EM UM TERRITÓRIO GEOPARQUE

De acordo com a UNESCO (2022), um Geoparque é um território geograficamente coeso, que contém sítios geológicos de reconhecida importância nacional e internacional, valorizados nas suas vertentes de proteção, desenvolvimento sustentável, educação e cultura. As linhas de ação fundamentais aliam-se ao desenvolvimento sustentável do território, envolvendo as comunidades locais, para que este seja um projeto de todos e para todos. Atualmente, existem 195 Geoparques Mundiais UNESCO em 49 países. De acordo com a UNESCO (2022, on-line) “através de uma maior conscientização da importância do patrimônio geológico da região na história e na sociedade”, um Geoparque Mundial concede aos seus habitantes um “sentimento de orgulho na sua região e fortalece a sua identificação com o território.”

As características de um território, se bem articuladas, podem permitir que essas comunidades possam legar às próximas gerações, um futuro em que a qualidade de vida esteja em sintonia com a conservação da sua cultura e com a sua herança geopatrimonial, permitindo ainda, melhores condições

de fixação das novas gerações nestes locais.

A intenção da iniciativa é implementar e coordenar uma proposta com novas alternativas para a economia regional, de forma sustentável, por meio da conservação do patrimônio natural e cultural, da educação para o meio ambiente, incentivo à geração de renda através de empreendimentos públicos e privados, bem como ao turismo local. Tudo isso, através da apropriação do conhecimento, da capacitação da comunidade, da formação acadêmica, da pesquisa, da extensão, da intervenção e da articulação junto ao poder público local, entidades e sociedade civil organizada.

Quando pensamos em estratégias de gestão territorial e de desenvolvimento, existe a necessidade de considerar os aspectos relacionados à percepção e à subjetividade das comunidades envolvidas. Adota-se a premissa de que a cultura se faz presente e é transmitida através da comunicação e junto com ela, mobiliza significados e sentidos sobre aquilo que somos e o que vivenciamos. Assim, se faz importante atrelar a ela estratégias de reconhecimento identitário e de valorização patrimonial.

A conservação das características naturais da paisagem, assim como a conservação da forma de vida específica dos moradores locais, é fundamental para a reprodução dessa identidade. É neste conjunto que se ancora o aspecto patrimonial das paisagens, como afirma Figueiró (2021) “seja no patrimônio natural (as heranças atuais de processos e ambientes pretéritos), seja no patrimônio cultural (as permanências culturais que favorecem um certo respeito pela memória do passado e pela identidade, e que frequentemente entram em conflito com os imperativos econômicos do tempo presente).” (FIGUEIRÓ, 2021, p. 105)

Desse modo, o planejamento, a gestão e a proteção dos recursos paisagísticos naturais e construídos, envolve essencialmente a inter-relação entre os seres humanos e suas paisagens fundamentados em aspectos concernentes às experiências e vivências ambientais, atitudes, condutas e valorações relativas às dimensões objetivas e subjetivas, tangíveis ou não, porém intrínsecas à dinâmica de vida das diferentes populações e de suas respectivas culturas.

A identidade construída coletivamente pelos sujeitos locais significa uma forma de politicamente potencializar as ações e os recursos para o desenvolvimento territorial sustentável. E a sustentabilidade aqui não se refere somente à esfera ambiental, mas também territorial, ou seja, respeitando a capacidade do sistema sociocultural reproduzir na transformação da identidade (SAQUET, 2006).

Castells (1999) afirma que as identidades de um território, são construídas culturalmente, isto é, organizadas em torno de um conjunto específico de valores cujo significado e uso compartilhado são marcados por códigos específicos de alta identificação. A constituição dessas comunas culturais não é arbitrária, mas depende da forma de trabalhar, da matéria-prima fornecida pela história, geografia, língua e ambiente construídas em torno de reações e projetos determinados por fatores históricos e geográficos. Para Bourdieu (1984), essa mobilização se dá através da luta pela manutenção e reconhecimento de uma determinada posição, ou então, para a conquista de novos espaços em relação a outros grupos.

Em um território, a construção da identidade está ligada a diversos fatores, como os capitais (econômico, social, cultural e simbólico) e, ainda, às instituições, pelas quais perpassam as mediações. Essas condições são definidas através de propriedades que pertencem à posição no sistema das condições que é, para Bourdieu (2007, p.164), “um sistema de diferenças, de posições diferenciais, ou seja, por tudo que a distingue de tudo o que ela não é, em particular, de tudo o que lhe é oposto: a identidade social define-se e afirma-se na diferença”.

Aliar os Geoparques à comunicação, entendendo-os como importantes locais de reconhecimento e preservação da identidade, torna possível a identificação das raízes históricas e culturais daquela comunidade, unindo os indivíduos através de um passado comum e da recuperação de um repertório cultural. O reconhecimento público do patrimônio cultural significa lutar pela resistência da própria identidade, desta forma, podemos dizer que a implementação dos Geoparques é também um modo de assegurar a preservação das identidades culturais. Além de permitir com que a comunicação aporte a um modelo de desenvolvimento mais equilibrado, ou seja, considerando sua

dimensão econômica, mas cotejada aos seus aspectos humano, social e ambiental.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Falar sobre comunicação associada ao desenvolvimento sustentável, é percebê-la como fundamental na construção e no fortalecimento da densidade das redes e das instituições presentes em um território. É entender que a comunicação e a cultura possuem a capacidade de fomentar a cooperação e a ação coletiva dos indivíduos, dimensões relacionadas ao capital social. Essas são estratégias importantes para o desenvolvimento sustentável em um território Geoparque.

Superar os desafios apontados por autores que pesquisam a temática e que aproximam a discussão sobre comunicação e desenvolvimento, passa pela construção de uma sinergia entre poder público e a sociedade, de forma a construir a valorização do patrimônio e do capital social como estratégia endógena de desenvolvimento. Para Peruzzo (2014), as teorias do desenvolvimento e, conseqüentemente, as da comunicação para o desenvolvimento são historicamente inter-relacionadas com os interesses políticos e econômicos das classes no exercício do poder. As propostas que tratam de uma visão holística de desenvolvimento, ainda dependem de sua adoção concreta enquanto política de Estado, mas esbarra na força do “modelo” desenvolvimentista ainda em vigor.

É a comunicação, aquela que tem a capacidade de estabelecer conexões e robustecer um passado partilhado entre os indivíduos. Neste caso, não falamos daquilo que já existe no repertório comum de cada sujeito, mas do resgate de elementos que, por decorrência do tempo, talvez tenham sido apagados e/ou silenciados. Atuar nas interfaces da comunicação com o patrimônio cultural, pelas vias da identidade e do desenvolvimento sustentável, sob a égide democrática, é essencial para que exista um outro modo de ver e identificar suas próprias raízes. O principal ponto talvez esteja na identificação do que é encarado como um passado comum, e, por conseguinte, na celebração da diversidade e das características únicas de cada povo, além da recuperação de seu próprio repertório cultural. Estas ações reafirmam o que seria a cultura popular e desconstróem a visão hegemônica, que muitas vezes é excludente, estimulando a valorização cultural e a diversidade étnica, possibilitando que os indivíduos se reconheçam entre si e explorem elementos até mesmo desconhecidos para eles, gerando novos saberes e incentivando a preservação e o resgate da identidade e da cidadania.

A busca por uma sociedade melhor e com justiça social passa pelas pessoas. É preciso agir com a consciência de que essa construção se dá pelas relações sociais e a criação de espaços que permitam que as pessoas tenham a garantia de seus direitos. E a criação desses espaços passa pela comunicação. O cidadão precisa ter acesso à informação pública, uma condição para a ampliação de seus direitos. Claro que a falta de democratização da mídia, a face industrial da produção da notícia e o alcance limitado da comunicação popular devem ser considerados, mas isso não deve impedir que se trabalhe em prol do direito à informação e contra as estruturas limitantes.

Por fim, salientamos que sob esse prisma, falar de desenvolvimento em uma sociedade como a nossa, é tratar de justiça social. É buscar compreender como as comunidades podem amenizar ou superar estatísticas que expõem a miséria e as dificuldades básicas de sobrevivência. Mas, sobretudo, falar da possibilidade de uma vida digna para todos, onde não tenhamos invisibilizados e apenas poucos beneficiados pelas estratégias econômicas pensadas de forma hegemônica, para o desenvolvimento.

REFERÊNCIAS

- BAPTISTA, M. M. Estudos culturais: o quê e o como da investigação, *Carnets, Cultures littéraires: nouvelles performances et développement*, nº spécial, automne / hiver, p. 451-461, 2009.
- BOURDIEU, P. (1980). O capital social – notas provisórias. In: NOGUEIRA, M. A.; CATANI, A. (org.). *Escritos de educação*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- BOURDIEU, P. A distinção: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 1984.
- CARNIELLO, M. F., & SANTOS, M. J. dos. (2013). Comunicação e desenvolvimento regional. *Revista Brasileira De Gestão E Desenvolvimento Regional*, 9(2). <https://doi.org/10.54399/rbgdr.v9i2.1032>
- CARNIELLO, M. F.; SANTOS, M. J. dos; GALVÃO JUNIOR, L. da C.; OLIVEIRA, E. A. Q. Comunicação para o desenvolvimento: considerações para uma construção de interfaces temáticas. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*. v. 12, n. 4 (número especial), p. 3-30, dez/2016, Taubaté, São Paulo.
- CASTELLS, M. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- FIGUEIRÓ, A. S. et al. Quarta Colônia aspiring geopark: territory and heritage. Santa Maria, RS: UFSM, Pró-Reitoria de Extensão, 2021.
- LISBÔA FILHO, F. F. Extensão Universitária: gestão, comunicação e desenvolvimento regional. Santa Maria, RS: Facos - UFSM, 2022.
- PANOS LONDON. The case for communication in sustainable development. London: Panos London, 2007. Disponível em: <<http://panoslondon.panosnetwork.org/wp-content/files/2007/09/The-Case-for-Communication-in-Sustainable-Development.pdf>>.
- PERUZZO, C. Comunicação para o desenvolvimento, comunicação para a transformação social. In: MONTEIRO NETO, Aristides (Org.). *Sociedade, política e desenvolvimento*. Brasília: Ipea, 2014.
- SANTAELLA, L. Comunicação e pesquisa. São Paulo, Hacker, 2001.
- SOUZA, M. L. Mudar a cidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006.
- UNESCO. Geociências e Geoparques Mundiais da UNESCO. On-line. <<https://pt.unesco.org/fieldoffice/brasil/expertise/earth-science-geoparks>> Acesso em 12/02/2023.
- WILLIAMS, R. The long revolution. Peterborough: Ont. Broadview Press, 2001. p. 1-119.

COMUNICAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO NA MATRIZ TEÓRICA DOS ESTUDOS CULTURAIS

MARIA SALETT TAUK SANTOS¹

INTRODUÇÃO

O objetivo deste texto é analisar os itinerários da Pesquisa em Comunicação para o Desenvolvimento na perspectiva paradigmática dos estudos culturais. Especificamente a pesquisa volta-se à análise de como os estudos culturais foram sendo apropriados para explicar e interpretar objetos de estudo, concernentes à comunicação e às culturas populares. Tendo por base os marcos teóricos e empíricos prevaescentes em diferentes épocas.

Nesse sentido, tomando como referência três estudos de caso, demonstraremos exemplos de diferentes formas assumidas pela pesquisa empírica, no marco teórico dos estudos culturais, para dar conta das imbricadas relações entre a Comunicação para o Desenvolvimento e as Culturas Populares. A perspectiva dos estudos culturais aplicados à Comunicação para o Desenvolvimento nasce da ruptura com as ideias funcionalistas predominantes em seus estudos e práticas. Nesse contexto, o pensamento de Antonio Gramsci foi fundamental, pois possibilitou deslocar a interpretação dos fenômenos da Comunicação Popular para o campo da Cultura.

As consequências deste deslocamento é que as análises dos processos de comunicação entre culturas passaram a incorporar o conceito de hegemonia, elaborado por Gramsci. Hegemonia compreendida como a capacidade que tem as classes dominantes de liderar, através do consenso a vida social, intelectual e cultural da sociedade, mantendo-se assim no poder (MENDONÇA, 2006). O conceito Gramsciano trouxe duas compreensões fundamentais aos estudos das culturas populares no capitalismo. A primeira é que a direção da sociedade pela via do consenso favorece a negociação com as classes subalternas, possibilitando-as a se transformarem em atores sociais (MENDONÇA, 2006).

A segunda compreensão considera a existência das culturas populares como “apropriação desigual do capital cultural e de bens econômicos por parte dos setores subalternos de uma nação as quais realizam uma elaboração específica das suas condições de vida através de uma interação conflitiva com os setores hegemônicos” (CANCLINI, 1981, p.43). Nesse sentido, a desigualdade constitui a característica marcante da forma das culturas populares atuarem no mundo. Apesar da desigualdade, e como consequência das mudanças sócio-culturais decorrentes dos processos de globalização, as culturas populares contemporâneas se reformulam “como uma posição, representativa de correntes culturais diversas que reivindicam uma intercomunicação massiva permanente” (ESCOSTEGUY, 2001, p.117).

ESTUDOS CULTURAIS

Os estudos culturais surgem na Inglaterra como movimento teórico-político. Teórico, pois tinham a intenção de construir um novo campo de estudo, propondo a interdisciplinaridade. Político, pela intenção de atuar como política cultural dos movimentos sociais da época. O campo de estudo é fundado em 1964, por Richard Hoggart, no âmbito do Centre for Contemporary Cultural Studies,

¹ Professora Titular da Universidade Federal Rural de Pernambuco, e-mail: mstauk@hotmail.com

ligado ao Departamento de Língua Inglesa da Universidade de Birmingham, constituindo um centro de pesquisa de pós-graduação da instituição, cujo eixo principal de pesquisa era “As relações entre a cultura contemporânea e a sociedade, isto é, suas formas culturais, instituições, e práticas culturais, assim como suas relações com a sociedade e as mudanças sociais” (ESCOTEGUY, 2006, p. 138-139).

Tendo como marco teórico inicial o marxismo, a história desse campo de estudos caracterizava-se por ser um movimento intelectual de esquerda, que defendia, por meio de militância, um compromisso com mudanças sociais radicais. Considerando a cultura como práticas sociais, os estudos culturais preocuparam-se com os produtos da cultura popular e dos mass media que expressavam os rumos da cultura contemporânea (ESCOTEGUY, 2006). Podemos considerar as principais características dos estudos culturais ao longo do tempo: a ruptura com o funcionalismo estrutural norte-americano, por não ter capacidade de interpretar as temáticas propostas por esses estudos, o deslocamento do sentido tradicional de cultura para as práticas cotidianas e a prática do estudo etnográfico para ressaltar a importância dos modos como os atores sociais expressam as condições concretas em que vivem (HALL, 1980 apud ESCOTEGUY, 2006, p.143).

A matriz teórica gramsciana dá origem a uma constelação de conceitos que vão sendo incorporados aos estudos culturais. Nessa perspectiva, apresentaremos uma síntese de três estudos realizados em programas de pós-graduação tendo como matriz paradigmática os estudos culturais. A intenção é realçar a pertinência desses estudos, quando combinados a abordagens teóricas diversas, para explicar fenômenos que envolvam a comunicação para o desenvolvimento e as culturas populares.

ESTUDOS CULTURAIS: MESCLAS COM O CONSUMO²

Comunicação, estudos culturais e consumo: espaço das mediações da cultura transnacional e das culturas populares

Nos anos 1980, com a flexibilização do sistema político no Brasil, proliferaram-se iniciativas de organização populares capitaneadas pelas Organizações não Governamentais no sentido de incentivar e desenvolver formas de organização autênticas dos agricultores a partir das suas necessidades concretas dentro de uma dinâmica de comunicação dialógica, participativa. Entre essas ONGs está o Serviços de Tecnologias Alternativas (Serta) criado em 1989.

Propondo uma metodologia de comunicação dialógica, o Serta alia ao esforço de conscientização dos camponeses uma proposta na área da produção agrícola (cf SANTOS, 1992, 1994). Esta proposta apresenta duas inovações em relação às propostas modernizadoras dos serviços de extensão rural governamentais:

1- O uso de tecnologias alternativas, assim chamadas por se constituírem em uma alternativa ao modelo modernizador da agricultura, adaptadas às condições de pobreza do pequeno produtor.

2- A preocupação ecológica. O programa se baseia no uso de técnicas biológicas de produção, desde a conservação do solo ao controle das pragas; da adubação do plantio ao manejo dos animais, que não requerem a utilização de agrotóxicos.

É oportuno assinalar que a partir de meados dos anos 2000 o termo tecnologias alternativas vem sendo substituído, no âmbito do trabalho do Serta, por uma compreensão baseada na Agroecologia, um novo enfoque científico capaz de dar suporte a uma transição a estilos de agriculturas sustentáveis que possam contribuir para o estabelecimento de processos de desenvolvimento rural sustentável. (Caporal; Costabeber, 2007).

Na Agroecologia é central o conceito de transição agroecológica, um processo gradual e multilinear de mudança nas formas de manejo dos agroecossistemas que na agricultura tem como

² TAUKE SANTOS, M. S.. Comunicação e Consumo: espaço das mediações da cultura transnacional e das culturas populares In: CALLOU, A. B. F. e TAUKE SANTOS, M. S.. Extensão Rural – Extensão Pesqueira: estratégias de comunicação para o desenvolvimento. Recife: FASA, 2014, p.221-235

o meta a passagem de um modelo agroquímico de produção a estilos de agriculturas que incorporem princípios e tecnologias de base ecológica. Trata-se de um processo de evolução contínua no tempo sem ter, entretanto, um momento final determinado. Por se tratar de um processo social, que depende da intervenção humana, a transição agroecológica requer não apenas a busca de uma maior racionalização econômico-produtiva, com base nas especificidades de cada agroecossistema, mas inclui uma mudança nas atitudes e valores dos atores sociais em relação ao manejo e conservação dos recursos naturais. (Caporal; Costabeber, 2007).

Voltando à dinâmica do trabalho do Sertão nos primórdios com os pequenos produtores rurais, todo o esforço era voltado para favorecer a prática da agricultura alternativa e à participação, na luta por políticas favoráveis à pequena produção. O saber do agricultor é valorizado. Ele aprende e ensina as técnicas alternativas aos outros agricultores.

Apesar das características de organicidade do Programa das Tecnologias Alternativas e contrariando a noção de que a comunicação dialógica favorece necessariamente à participação popular, entretanto, os pequenos produtores rurais se mostram reticentes na adesão às propostas do Programa. A participação deles, se considerarmos o incipiente avanço das lutas do programa TAs, é lenta.

Na busca de uma explicação para o comportamento dos agricultores, face ao Programa de Tecnologias Alternativas, realizamos um estudo de caso da participação dos pequenos produtores no âmbito do programa Sertão, no Estado de Pernambuco, Brasil. A pesquisa se desenvolveu dentro da abordagem teórica dos estudos culturais, considerando as culturas populares de forma relacional à cultura “hegemônica” transnacional.

O consumo foi o espaço escolhido para a observação da participação dos pequenos produtores rurais do Programa, por ser considerado o espaço chave onde se manifesta a cultura no cotidiano. É nesse contexto que se dá a recepção das mensagens da cultura alternativa, propondo uma tecnologia adaptada às condições de pobreza dos camponeses, ao mesmo tempo em que estão expostos às mensagens da cultura hegemônica massiva, propondo tecnologias e hábitos de consumo considerados modernos, como saída para o desenvolvimento do campo.

A participação do pequeno produtor do Programa se dá, portanto, dentro de um espaço conflituoso. Concomitantemente às mensagens do Programa TAs, esses agricultores acham-se historicamente expostos às mensagens da cultura transnacional, via serviços de Extensão Rural, a mídia e outros meios que defendem a modernização como saída para o desenvolvimento do setor agrícola. Modernizar-se significa, antes de tudo, consumir e incorporar hábitos de consumo, não apenas no que se refere à produção na agricultura, mas em relação aos demais domínios da vida e atividades humanas. É aí que opera o segundo nível do consumo: o simbólico. No caso específico dos pequenos produtores rurais, modernizar-se quer dizer incorporar as inovações modernas à sua produção, o que significa consumo de insumos, implementos, maquinarias agrícolas. O apelo ao consumo de bens modernos, entretanto, extrapola a esfera estrita da produção agrícola, invade todos os domínios, do vestuário ao conforto doméstico, do trabalho ao lazer, se constituindo num estilo de vida. Numa forma de integração a um padrão de vida de uma classe social considerada superior, que se distingue pelo consumo de bens simbolicamente modernos.

No movimento ambivalente de distinguir e ao mesmo tempo padronizar e integrar, o consumo se mostrou uma variável importante para explicar a participação reticente dos pequenos produtores rurais face ao Programa das Tecnologias Alternativas do Sertão. Do ponto de vista das condições reais de vida, os pequenos produtores rurais, pesquisados, negam o consumo. O que demonstra a proximidade e pertinência das propostas do Programa TAs para esta população produzir “preferencialmente pra matar a fome”, a partir dos limitados recursos existentes. Entretanto, no domínio do simbólico, das suas aspirações, eles afirmam o consumo.

A condição de trabalhar apenas para sobreviver é algo que na avaliação dos agricultores entrevistados é inadmissível, sobretudo para os mais jovens. Eles querem dinheiro que lhes permitam consumir não apenas o que precisam, mas o que aspiram, o que desejam. É nesse sentido que o velho e sábio Emiliano avalia: “Eu tenho que plantar sem dinheiro mesmo. Só vou ter dinheiro no fim do ano. O jovem hoje quer isso? Viver sem dinheiro, só com a comida? Nunca!”

ESTUDOS CULTURAIS: MESCLAS COM A HIBRIDIZAÇÃO CULTURAL³

Comunicação e culturas híbridas: as reconversões culturais na cerâmica figurativa popular

O objetivo do estudo é analisar o processo de hibridização cultural na cerâmica figurativa do Alto do Moura, em Caruaru, Pernambuco. Buscou-se considerar as peças figurativas de cerâmica como sistema de comunicação de uma cultura popular, observando as estratégias de reconversão cultural que os artistas promovem para sobreviver em seu relacionamento com a cultura massiva contemporânea.

Para Canclini (1996), o termo hibridização é o que melhor abrange as diversas mesclas interculturais que marcam a contemporaneidade. Ele toma emprestado o termo das ciências biológicas para dar conta dos entrelaçamentos entre o tradicional e o moderno; entre o culto, o popular e o massivo. A hibridização funde estruturas ou práticas sociais discretas para gerar novas práticas através da reconversão. Ela pode acontecer de forma espontânea, quando “ocorre de modo não planejado ou é resultado imprevisto de processos migratórios, turísticos, e de intercâmbio econômico ou comunicacional.” (CANCLINI, 1996, p. XXII). E de forma intencional, “quando busca-se reconverter um patrimônio (uma fábrica, uma capacitação profissional, um conjunto de saberes e técnicas) para reinseri-lo em novas condições de produção e mercado” (CANCLINI, 1996, p. XXII).

Tauk Santos (2001) assinala que nas culturas populares, o processo de hibridização não se trata de simples incorporação das propostas da cultura massiva, mas sim de estratégias de reconversão econômica e simbólica intencionais, para se inserir nas condições do mercado massivo. A reconversão cultural é uma forma de hibridização que envolve processos que “se constroem na relação da cultura massiva e das culturas populares através do consumo” (TAUK SANTOS, 2001, p.253).

HIBRIDIZAÇÃO NAS PEÇAS, NO TRABALHO E NOS USOS DAS MÍDIAS

Analisando a produção de Manuel Eudócio, artista-artesão discípulo de Vitalino, pode-se observar um retorno ao passado, ao cotidiano rural, aos temas folclóricos e residuais, que não acontecem mais da forma como é representado. Ele mergulha na memória e no imaginário em busca de temas que agradem o seu público, seu consumidor, seu cliente. O rural de Manuel Eudócio é revisitado e alegorizado pelas cores fortes e pelo imaginário que permeiam as peças. As cores saturadas dão um sentido estilizado para agradar o colecionador ou ao turista que busca algo diferente, étnico e inédito. A reconversão está nessas formas de representar, nas misturas alegóricas, que são fruto da mescla de códigos simbólicos (os retirantes como fruto de um período histórico-cultural que caracterizou o povo Nordeste) e estéticos (cores saturadas, riqueza de detalhes e proporção) e transformado em produto da cultura de massa, que será consumido por um colecionador.

O mercado está sempre exigindo novidade, diferencial, ou seja, fuga do lugar comum, dos clichês. E a cerâmica figurativa do Alto do Moura não foge dessa lógica, pois buscando suprir encomendas, é a forma de sobreviver do barro. No cotidiano do trabalho dos artistas-artesãos do Alto do Moura, as reconversões intencionais acontecem desde o primeiro momento da produção que é a coleta ou aquisição da matéria-prima. O barro, que pode ser comprado já pronto por quilo, por carrada ou por frações de carrada, vem tratado, pisado, peneirado, amassado e empacotado, pronto para o uso. A divisão de trabalho é outra reconversão cultural que envolve as produções artísticas no centro de produção de cerâmica figurativa. O processo de criação, desde a coleta do barro à peça pronta e no mostruário, está cada vez mais voltado ao massivo, às necessidades do consumo e às leis da oferta e da procura.

O trabalho é dividido entre os membros da família, às vezes algumas partes das peças são

³ SILVA, J. C. de M. e TAUK SANTOS, M. S. Comunicação e Culturas Híbridas as reconversões culturais na cerâmica figurativa popular In: TAUK SANTOS, M. S. e CALLOU, A. B. F. Travessias acadêmicas das tecnologias de comunicação para o desenvolvimento. Recife: FASA, 2019. PP. 481-493

encomendadas a terceiros que fabricam em um torno. É assim com a produção de negas malucas de Evandro. Cada um tem sua função na confecção das bonecas em grandes encomendas. É uma reconversão baseada na ideia de reprodutibilidade que a indústria em série sugere.

A reconversão do local de trabalho e de morada em *trade* turístico e centro de visitação também é evidente. São os *showrooms* montados nos ateliês, nos quais se disponibilizam peças dos mais diversos temas, cores e formatos.

Manuel Eudócio já se tem apropriado de práticas que são utilizadas pelo mercado como o uso dos catálogos, o cartão de visitas com número do ateliê e do celular, a decoração com fotos e cartazes que ilustram e registram momentos marcantes na vida dele como artista popular, o que denota uma reconversão com o sistema econômico vigente.

ESTUDOS CULTURAIS: MESCLAS COM A CIBERCULTURA⁴

Inclusão Digital, Inclusão Social? Usos das tecnologias da informação e comunicação nas culturas populares

Em 1985, Pierre Lévy proclamava, com entusiasmo e, por que não dizer, um pouco de lirismo, que estávamos entrando na área das pós-mídias e na era do ciberespaço. A consequência formidável desse novo cenário é que ele permitiria reinventar as relações sociais, possibilitando, como enfatiza Lévy, a aprendizagem recíproca, a sinergia das competências, a imaginação e a inteligência coletiva. O resultado desse processo seria, no sentido macro, o exercício da democracia direta em grandes comunidades em situação de mudança e desterritorialização; e, em nível mais local, a participação do povo na mídia da cidade (LÉVY apud DROUIN, 1995).

Começa assim, na década de 1990, a corrida mundial para tornar real a democracia virtual ou a ciberdemocracia. Os países com tecnologia mais desenvolvida, como a França, o Canadá, a Inglaterra ou a Nova Zelândia iniciam os projetos de governo em linha, no sentido de facilitar e aprofundar a participação dos cidadãos no processo de gestão democrática governamental. O acesso à rede mundial de computadores e a navegação no ciberespaço tornaram-se, portanto, uma questão de cidadania. Recorrendo metaforicamente à classificação de Norbert Elias (2000) surge uma nova forma de classificar os indivíduos em sociedade em incluídos, os que acessam a rede de computadores; e outsiders, os que não têm acesso.

No cenário da panaceia gerada pela euforia da sociedade cibernética, e suas possibilidades para a inclusão social e o exercício da democracia, abre-se um grande debate sobre os paradoxos que emergem como resultados das novas tecnologias da informação e da comunicação. Para Néstor Garcia Canclini, a passagem da primeira modernidade, liberal e democrática, a uma modernização, seletiva e abertamente excludente, em escala global nos coloca diante de um novo horizonte no qual “as diferenças e desigualdades deixam de serem fraturas a superar, como pretendia com a ingenuidade que conhecemos, o humanismo moderno” (CANCLINI, 2004, p.73). Neste sentido, para o autor, na sociedade contemporânea, relativamente globalizada, os termos diferença e desigualdade foram substituídos por inclusão e exclusão. O significado dessa mudança, ele explica:

A sociedade, concebida antes em termos de extratos e níveis, ou distinguindo-se segundo identidades étnicas ou nacionais, é pensada agora sob a metáfora da rede. Os incluídos são os que estão conectados, os outros são os excluídos sem conexão (CANCLINI, 2004, p.73).

⁴ TAUKE SANTOS, M. S. Inclusão Digital, Inclusão Social? Usos das tecnologias da informação e comunicação nas culturas populares. Recife: Bagaço, 2009.

A luta contra o apartheid tecnológico e pelo enfrentamento da pobreza e exclusão social conduziu amplos setores governamentais e da sociedade civil brasileiros a implementar centenas de programas de inclusão digital no Brasil. Entre as experiências mais expressivas, estão o Programa Gesac, que possibilita a conexão em banda larga à internet através da criação de telecentros em comunidades de baixa renda em todo o País; as Escolas de Informática e Cidadania (EIC), criadas pelo Comitê para Democratização da Informática (CDI), que têm como objetivo a inclusão digital e social, por meio da utilização de tecnologias da informação e da comunicação em comunidades de baixa renda. O CDI foi criado no Rio de Janeiro e hoje atua em 20 estados brasileiros, com escolas funcionando em assentamentos, comunidades quilombolas, aldeias indígenas, penitenciárias, entre outros.

Para Ismar de Oliveira Soares, do Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo, os grupos que promovem a inclusão digital com foco da cidadania ainda são minoria. Para ele:

Os grupos que estão fazendo isso estão superando a fragmentação que muitos tecnólogos trouxeram, ao fazer um discurso laudatório da tecnologia sem compromisso social (SOARES apud BARBOSA, 2005).

Em relação à inclusão digital nas escolas públicas, prevista pela Lei de Diretrizes e Bases de 1996, Neide Noffs, da Faculdade de Educação da PUC de São Paulo, afirma que não basta instalar computadores na escola, “é preciso primeiro quebrar a barreira do acesso. Depois, é preciso manter o acesso” (NOFFS apud CUNHA, 2003) Nessa mesma direção, Graciela Selaimen e Paulo Lima, da Rede de Informações para o Terceiro Setor, afirmam que:

[...] Projetos em infoinclusão não devem ser pensados como pacotes prontos de soluções tecnológicas para comunidades economicamente desfavorecidas, mas sim como iniciativas estratégicas para a promoção da inclusão social e não apenas digital. (SELAIMEN; LIMA apud CUNHA, 2003).

Dos pressupostos teóricos que tratam da importância do letramento digital e da dialética que se estabeleceu entre acesso à tecnologia digital versus acesso à cidadania para inclusão social, no século XXI, derivou o problema da pesquisa “Inclusão Digital, Inclusão Social?” a partir da seguinte interrogação: as experiências de inclusão digital governamentais e não governamentais no Brasil contribuem para a inclusão social das populações de contextos populares? A inclusão social compreendida, para os objetivos da pesquisa, como o acesso e o exercício dos direitos civis (direito de ter um nome, acesso à justiça, a uma identidade de referência); direitos políticos (acesso à informação, à liberdade de expressão e de organização para uma participação consequente); direitos socioeconômicos (acesso a trabalho digno, à saúde e à educação); direito à ecologia e à diversidade cultural (acesso a um meio ambiente livre de discriminações, desigualdades sociais e acesso ao reconhecimento das diferenças e à produção e fruição cultural) (SCHERER-WARREN, 2006).

Trata-se de um estudo de multicasos de recepção das propostas de programas de inclusão digital em Pernambuco por jovens de contextos populares. A preocupação foi a de incluir, entre os casos analisados experiências significativas do ponto de vista da população envolvida e representativas do conjunto de organizações, governamentais, não governamentais e da iniciativa privada, que trabalham com inclusão digital em contextos populares no Estado de Pernambuco.

Os relatos dessas experiências encontram-se nos textos produzidos em parceria com os alunos no âmbito da disciplina Comunicação e Culturas Populares, do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local- POSMEX, da Universidade Federal Rural de Pernambuco. Textos posteriormente publicados em 2009 no livro *Inclusão Digital, Inclusão Social? Usos das tecnologias da informação e comunicação nas culturas populares*.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O itinerário teórico-metodológico dos Estudos Culturais nas atualizações do pensamento gramsciano, via aportes de Jesús Martín-Barbero (1997) e Néstor García-Canclini (1988), se mostrou ao longo do tempo uma perspectiva teórica fértil para explicar os diversos objetos de estudo envolvendo

as culturas populares, com os quais vimos trabalhando há mais de vinte anos, no campo da comunicação para o desenvolvimento.

Os Estudos Culturais nos impelem a eleger o espaço da cultura para compreender os sentidos da experiência humana nos contextos populares. Significa interpretar o lugar onde esses sentidos podem ser apreendidos: no espaço da vida cotidiana, onde, como nos ensina Agnes Heller (1972), se dão as práticas sociais e culturais, por onde se ressignifica a vida, onde se situam as matrizes dos sentidos atribuídos à vida individual e coletiva e se dá a significação política desse espaço na vida social.

A cultura segue, portanto, sendo considerada como o espaço privilegiado para compreender as práticas sociais. Entretanto, pensando nos estudos culturais na atualidade García Canclini nos interpela: Como pensar, com base naquilo que sabemos sobre indústrias culturais e cultura popular, as exclusões crescentes, a grave exploração econômica e a descrença nos políticos? O que vínhamos descobrindo nos estudos sobre cultura parece equivocado ou insuficiente diante do avanço da informalidade, destruição de direitos com a colaboração dos governos, a cumplicidade dos partidos e a impotência da chamada sociedade civil.(García Canclini, 2016, p.13).

Para Canclini (2016) é incomodo aceitar que o que acreditávamos saber já não tem capacidade explicativa e que nesse sentido é preciso se ocupar da incerteza. O que significa que precisamos refazer as perguntas, muito mais do que juntar saberes. Para ele constitui um erro pensar a história da cultura, como fizemos até aqui, como substituição de uma tecnologia por outra. E deixa a provocação: “não seria mais astuto diante das telas digitais nas quais se lê e escreve diariamente transferir a indagação sobre como e quanto se lê para os cruzamentos entre suportes, formatos e linguagens?”(CANCLINI, 2016, p.16). E afirma que o dilema não está entre livros de papel ou textos digitais, entre o divórcio entre o impresso e o audiovisual. O que podemos inferir, a partir do que propõe Canclini, é que os estudos culturais devem se voltar muito mais do que respostas, para formular perguntas.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, B. Maioria dos projetos de inclusão digital ignora inclusão social. São Paulo: Agência Carta Maior, 2005. Disponível em: <http://www.adur-rj.org.br/5com/pop-up/inclusao_digital_ignora_social.htm>. Acesso em 15 abr,2006.

CAPORAL, F.R.; COSTABEBER, J.A. Agroecologia: alguns conceitos e princípios. Brasília: MDA/SAF/DATER-IICA, 2007.

CUNHA, R. Informatização nas escolas ainda é pequena. 2003. Disponível em <<http://www.comciencia.br/especial/inclusao/inc01.shtml>> Acesso em 10 de abril de 2006.

DROUIN, P. L'ère post-médias: les "infos-routes" pourraient conduire à une démocratie en temps réel? Paris: Le Monde Rádio-Télévision, Dimanche, 8- lundi 9 janvier 1995, p.38.

ELIAS, N.; SCOTSON, J. L. Os estabelecidos e os outsiders: sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 2000.

ESCOSTEGUY, A.C.; Estudos culturais: uma introdução. In: JOHNSON, R.; ESCOSTEGUY, A.C. e SCHULMAN, N. O que é, afinal, estudos culturais? – Org e Trad. Tomaz Tadeu da Silva. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. p. 135-166.

ESCOSTEGUY, A.C. Cartografias dos estudos culturais: uma versão latino-americana. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

GARCÍA CANCLINI, N. O mundo ineiro como lugar estranho; tradução de Larissa Fostinone Locoselli. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2016.

_____. Diferentes, desiguales y desconectados: Mapas da interculturalidad. Barcelona: Gediza Editorial, 2004.

_____. Culturas híbridas: estrategias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Universidade de São Paulo, 1996.

_____. Cultura transnacional y culturas populares, bases teoricas metodologicas para la investigación. In: CANCLINI, N.G.; RONCAGLIOLO, R. (ed.) Cultura transnacional y culturas populares. Lima: IPAL, 1988, p.18-76.

_____. As culturas populares no capitalismo. São Paulo: Brasiliense, 1981.

HELLER, A. Cotidiano e História. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1972.

MARTIN-BARBERO, J. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: EDUF RJ, 1997.

MENDONÇA, M.L. Comunicação e Cultura: um novo olhar. In: SOUSA, M.W. (Org) Recepção Midiática e Espaço Público. São Paulo: Paulinas, 2006. P.27-38.

SCHERER-WARREN, I. Inclusão Social e Cidadania: A perspectiva das organizações, redes e movimentos. In: AMARAL JR, A.; BURITY, J. Inclusão Social: Identidade e Diferença. São Paulo: Annablume, 2006, p.125-138.

SILVA, J. C. M. e TAUKE SANTOS, M. S. Comunicação e Culturas Híbridas as reconversões culturais na cerâmica figurativa popular In: TAUKE SANTOS, M.S. e CALLOU, A.B.F. Travessias acadêmicas das tecnologias de comunicação para o desenvolvimento. Recife: FASA, 2019. P. 481-493.

TAUKE SANTOS, M. S. Comunicação e Consumo: espaço das mediações da cultura transnacional e das culturas populares In: CALLOU, A. B. F. e TAUKE SANTOS, M. S. Extensão Rural – Extensão Pesqueira: estratégias de comunicação para o desenvolvimento. Recife: FASA, 2014, p.221-235

TAUKE SANTOS, M. S. Inclusão Digital, Inclusão Social? Uso das tecnologias da informação e comunicação nas culturas populares. Recife: Bagaço, 2009.

TAUKE SANTOS, M. S. O consumo de bens culturais nas culturas populares: identidade reconvertida ou diversidade refuncionalizada? In: PERUZZO, C.M.K e PINHO, J.B. (org.) Comunicação e Multiculturalismo. São Paulo: Intercom; Manaus: UFAM, 2001. P. 253-275.

A COMUNICAÇÃO E A EDUCAÇÃO COMO PILARES DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL EM GEOPARQUES MUNDIAIS DA UNESCO

ARTUR A. SÁ¹ | EMMALINE ROSADO-GONZÁLES² | NUNO MONTEIRO VAZ³
JOSÉ MARTINZ LOURENÇO⁴ | ELIZABETH SILVA⁵ | JESÚS ENRIQUE MARTÍNEZ-MARTÍN⁶

INTRODUÇÃO

Os Geoparques Mundiais da UNESCO (UNESCO Global Geoparks - UGGps) são territórios cuja missão se baseia em promover o desenvolvimento sustentável local, e desde 2015, quando foi adotada a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas (ONU), se comprometeram a trabalhar para contribuir para esse desígnio universal. Nesse sentido, os UGGps têm desenvolvido e demonstrado, por meio de diferentes ações e estratégias, uma contribuição para múltiplas das metas da Agenda 2030. Este plano de ação, adotado em 2015 por 193 Estados-Membros da ONU, sendo o maior compromisso da humanidade para com a manutenção do status quo planetário, propôs-se dar continuidade, maior ambição e amplitude aos Objetivos de Desenvolvimento do Milénio. A Agenda 2030 é, portanto, para as pessoas, para o planeta e para a prosperidade, e um meio de contribuir para fortalecimento da paz universal, por meio de parcerias e networking, sendo composta por 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

Atualmente, a Rede Global de Geoparques é composta por 213 territórios distribuídos por 48 países, promovendo a conservação, a gestão e a comunicação à sociedade sobre a importância das geociências, enquanto parte integrante do património natural e cultural mundial. Os UGGps são, assim, ferramentas de gestão territorial que permitem conservar e valorizar áreas de importância geológica, incluindo paisagens e formações geológicas, correspondentes a capítulos-chave da história da Terra e da evolução da vida. Para tal, a interpretação e a comunicação desempenham um papel fundamental na concretização destes objetivos. Por exemplo, na atualidade enfrentamos vários desafios globais como o aumento de eventos meteorológicos extremos, o aumento das emissões de gases de efeito estufa, o uso excessivo de fertilizantes e pesticidas, o desmatamento crescente e o aumento de resíduos sólidos, entre muitos outros. Nesse contexto, é importante destacar que uma boa interpretação na difusão do conhecimento, por meio da educação e da capacitação, é essencial. Assim, os UGGps assumem-se como laboratórios que, por meio da educação ambiental, podem contribuir para a ciência cidadã e para uma gestão territorial eficiente, contribuindo para a mitigação desses problemas.

É neste enquadramento que os UGGps têm vindo a ganhar um elevado grau de importância devido às suas ofertas de ensino complementares em educação formal, não formal ou informal (Henriques et al., 2012; Brilha, 2018; Catana & Brilha, 2019; Fernández-Álvarez, 2020; Martínez-Martín et al., 2023a; Coratza et al., 2023; Pérez-Romero et al., 2023).

Perante esta realidade, os UGGps assumem-se como territórios de educação e comunicação para a promoção territorial e o desenvolvimento sustentável, assumindo-se como autênticos ‘laboratórios vivos’ para o desenvolvimento e implementação de estruturas de capacitação

¹ Cátedra UNESCO em “Geoparques, Desenvolvimento Regional Sustentado e Estilos de Vida Saudáveis”, Centro de Geociências da Universidade de Coimbra (Cgeo), Portugal. Departamento de Geologia, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal. E-mail: asa@utad.pt

² Cátedra UNESCO em “Geoparques, Desenvolvimento Regional Sustentado e Estilos de Vida Saudáveis”, Centro de Geociências da Universidade de Coimbra (Cgeo), Portugal. Instituto de Geografia, Universidade Nacional Autónoma de México, México. E-mail: emma.rozg@gmail.com

³ Cátedra UNESCO em “Geoparques, Desenvolvimento Regional Sustentado e Estilos de Vida Saudáveis”, Centro de Geociências da Universidade de Coimbra (Cgeo), Portugal. Departamento de Geologia, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal. E-mail: nunovaz@utad.pt

⁴ Cátedra UNESCO em “Geoparques, Desenvolvimento Regional Sustentado e Estilos de Vida Saudáveis”, Centro de Geociências da Universidade de Coimbra (Cgeo), Portugal. Departamento de Geologia, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal. E-mail: martinho@utad.pt

⁵ Cátedra UNESCO em “Geoparques, Desenvolvimento Regional Sustentado e Estilos de Vida Saudáveis”, Centro de Geociências da Universidade de Coimbra (Cgeo), Portugal. E-mail: elizabethsilva.m@gmail.com

⁶ Cátedra UNESCO em “Geoparques, Desenvolvimento Regional Sustentado e Estilos de Vida Saudáveis”, Centro de Geociências da Universidade de Coimbra (Cgeo), Portugal. Universidad Internacional de la Rioja, Logroño, Espanha. E-mail: jesusenmm@gmail.com

socioeconómica, de criação de emprego, de consciencialização ambiental e de cooperação sinérgica entre instituições.

COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO NOS UGGps

Os UGGps, enquanto territórios de desenvolvimento local sustentável alicerçados no conhecimento e na educação, devem possuir programas bem gerenciados de interpretação e comunicação, baseados em estratégias e métodos desenvolvidos com o intuito de alcançarem todos os públicos e envolver ativamente as comunidades locais.

A educação, como conceito, evolui constantemente e de forma paralela às tendências sociais vigentes. O aumento da consciência ambiental, das competências digitais ou as mudanças nos padrões aplicados aos planos educativos, criam novos caminhos, metodologias e ferramentas que acabam por ser indispensáveis no dia-a-dia da didática multinível e das dinâmicas de ensino-aprendizagem. Neste contexto, os UGGps destacam-se como referências educacionais. A sua abordagem, baseada nas geociências e dedicada ao ensino multidisciplinar focado no território, tem-se revelado uma das iniciativas mais relevantes e de maior êxito no âmbito do desenvolvimento territorial sustentável. As suas contribuições para os ODS da Agenda 2030 e a qualidade dos seus planos de ensino representam um exemplo de excelência, à escala global, para o desenvolvimento de planos estratégicos que visam a procura de um futuro melhor para todos (Martínez-Martín, 2023; Martínez-Martín et al., 2023; 2023a).

Tendo em conta a perspetiva pedagógica e os métodos de campo para aprender e ensinar sobre Geociências, Khoshraftar (2013) apresentou um modelo que se baseia no triângulo de propósitos (Geoconservação, Geoturismo e Difusão das Geociências) em que os UGGps focam a sua atuação e que é extremamente interessante na compreensão do panorama atual e da importância desses territórios na perspetiva da educação (Fig.1). Nesse diagrama, a geoconservação, a comunicação e popularização das geociências, e o geoturismo são colocados nos vértices, definindo assim os pontos importantes que permitem o correto funcionamento de um UGGp, destacando a sua base didática, uma vez que estão relacionados diretamente com a educação e o ensino (Wang et al., 2023).

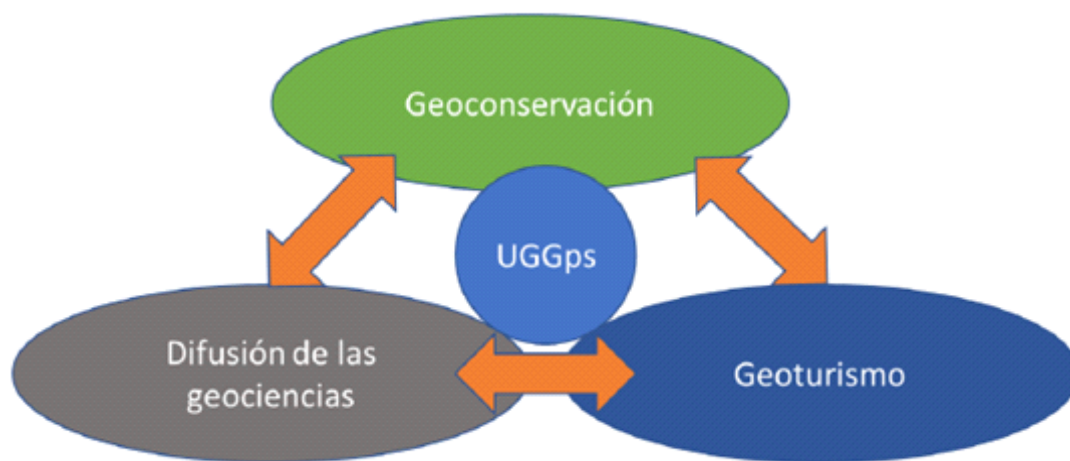


Figura 1. Principais enfoques dos Geoparques Mundiais da UNESCO

O trabalho educativo dos UGGps é hoje reconhecido internacionalmente como positivo para a sociedade e para o desenvolvimento destes territórios. Os seus esforços para contribuir para uma educação de qualidade e para o cumprimento dos ODS da Agenda 2030 são um exemplo a nível mundial (Zouros, 2005; Pásková, 2018; Rosado-González et al., 2020; Silva, 2021; UNESCO, 2023).

Nesse contexto, os ODS propõem um futuro em que a sociedade, a economia e o meio ambiente

se articulam de forma sinérgica e estável, em que todos coexistam naturalmente sem nunca conflituarem. É neste enquadramento que se articulam os 17 ODS e assentam as bases das atividades com as quais se almeja obter uma contribuição efetiva da sociedade para a criação de um futuro melhor para todos.

Cientes da contribuição dos UGGps para o ODS 4 “Educação de Qualidade - Garantir o acesso à educação inclusiva, de qualidade e equitativa, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos”, estes territórios contribuem efetivamente para a totalidade dos 17 ODS (Silva, 2021). Neste sentido, é importante mencionar que existem sinergias entre os ODS que garantem um retorno mútuo, permitindo contribuir em simultâneo para diversos objetivos. A título de exemplo, refira-se a problemática associada às questões de inclusão social, que tem indicadores e metas definidos tanto no ODS 4 como no ODS 10 (Reduzir as desigualdades) (Hák et al., 2016; Fleming, 2017; Kwon, 2017; Pradhan et al., 2017; Saito et al., 2017; Silva, 2021).

EXEMPLOS DOS GEOPARQUES MUNDIAIS DA UNESCO

Arouca UGGp, Portugal

O Arouca UGGp, reconhecido em 2009, é um território montanhoso, esculpido por vales encaixados, que inclui a totalidade do concelho de Arouca, com uma área de 328 km², no norte de Portugal. Os seus fósseis de trilobites gigantes do Ordovícico Médio, cuja relevância internacional foi reconhecida pela União Internacional das Ciências Geológicas (Sá, 2022), os diferentes elementos geomorfológicos e os vestígios da actividade humana existentes no território, que relacionam diretamente a geologia e a sociedade, são objeto de estudo e fruição de milhares de pessoas que, todos os anos, visitam este UGGp (Fig. 2). É um território ideal para descobrir, aprender e até para praticar desportos de aventura. Atualmente, este UGGp conta com 41 Sítios de Património Geológico inventariados e diferenciados entre si, todos eles se destacando pela sua importância científica, educativa e turística (Sá et al., 2008a; 2008b; 2012; Henriques et al., 2012).

Neste território estão definidos e implementados 14 percursos que abrangem vários dos Sítios de Património Geológico e que definem uma rede que o visitante pode utilizar para conhecer locais, patrimónios e gentes, numa experiência singular e imersiva.

Todos eles estão sinalizados e incluem locais como o Centro de Interpretação Geológica de Canelas, a aldeia da Castanheira e as suas “Pedras Parideiras”, ou a queda de água da Frecha da Mizarela. Grande parte do território está incluído na Rede Natura 2000, que contém Zonas Especiais de Conservação e contribui para a proteção de espécies e habitats na União Europeia, sendo um relevante instrumento de conservação da natureza. Além disso, a implementação e sinalização da “Rota dos Geossítios” no território permite aos visitantes aceder, através de quatro itinerários diferentes, à maioria dos Sítios de Património Geológico (Rocha, 2016).

Todo este património natural abiótico e biótico, em conjugação com o património natural tangível e intangível, faz deste território um autêntico ‘laboratório vivo’ para exploração e aprendizagem em todos os níveis académicos (Sá et al., 2008a; Sá et al., 2008b; 2012; Rocha et al., 2010; Henriques et al., 2012).



Figura 2. Atrações do Arouca UGGp. Trilobite gigante de Canelas (esquerda) e rafting nas águas bravas do rio Paiva (direita).

Costa Basca UGGp, Espanha

O Costa Basca UGGp localiza-se num território que compreende os municípios de Deba, Mutriku e Zumaia, no País Basco espanhol (UGGp Costa Vasca, 2023). Graças à sua localização geográfica particular, aqui ocorrem relevos montanhosos e costeiros, o que confere a este território uma significativa diversidade geológica. Desde falésias, zonas entremarés ou estuários, até carvalhais e matas atlânticas, tudo isto está perfeitamente representado num território de aproximadamente 88 km² (Fig. 3).

Corresponde uma área muito diversificada geologicamente, com vegetação abundante, que avança desde o litoral em direcção ao interior, com as suas típicas pastagens e florestas (UGGp Costa Basca, 2024). O clima do norte de Espanha é muito particular, predominantemente oceânico, com humidade constante e temperaturas moderadas, que fomenta paisagens e ambientes muito distintos e com características próprias.

Neste contexto, o interesse deste UGGp reside no seu rico património geológico, evidenciando alguns dos episódios mais impressionantes da história do nosso Planeta. O flysch de Zumaia é a principal atração do UGGp Costa Basca (Fig. 4), sendo considerado uma referência reconhecida internacionalmente (Caballero et al., 2010). Esta formação rochosa originou-se em resultado do choque ocorrido entre a Península Ibérica e a Europa, durante a Orogenia Alpina, há mais de 33 milhões de anos. Esta colisão produziu o levantamento de parte dos sedimentos marinhos encontrados no interior do Golfo da Biscaia (ou Golfo da Gasconha), criando assim uma paisagem única, segmentada em finos estratos repletos de organismos fósseis. Esta estratificação, formada por camadas de calcário, arenito e ardósia alternam com camadas menos espessas de marga e argila (Fernández y Urrutia, 2007, González, 2006, Baceta et al., 2012, Orue-Etxebarria et al., 2011; Hilario-Orús y Carcavilla-Urquí, 2020; Valencia et al., 2019), facto que é a razão desta morfologia particular, que permite estudar a história geológica desse tempo geológico, como se de um livro aberto se tratasse, página por página, camada por camada (Caballero et al., 2010).

A permanente demanda educativa e científica deste território, associada à sua oferta geoturística singular, que inclui passeios de barco com vista privilegiada para as cénicas escarpas costeiras, cujos estratos estão dispostos verticalmente, fazem deste território um laboratório vibrante de aprendizagem relacionada com as geociências.

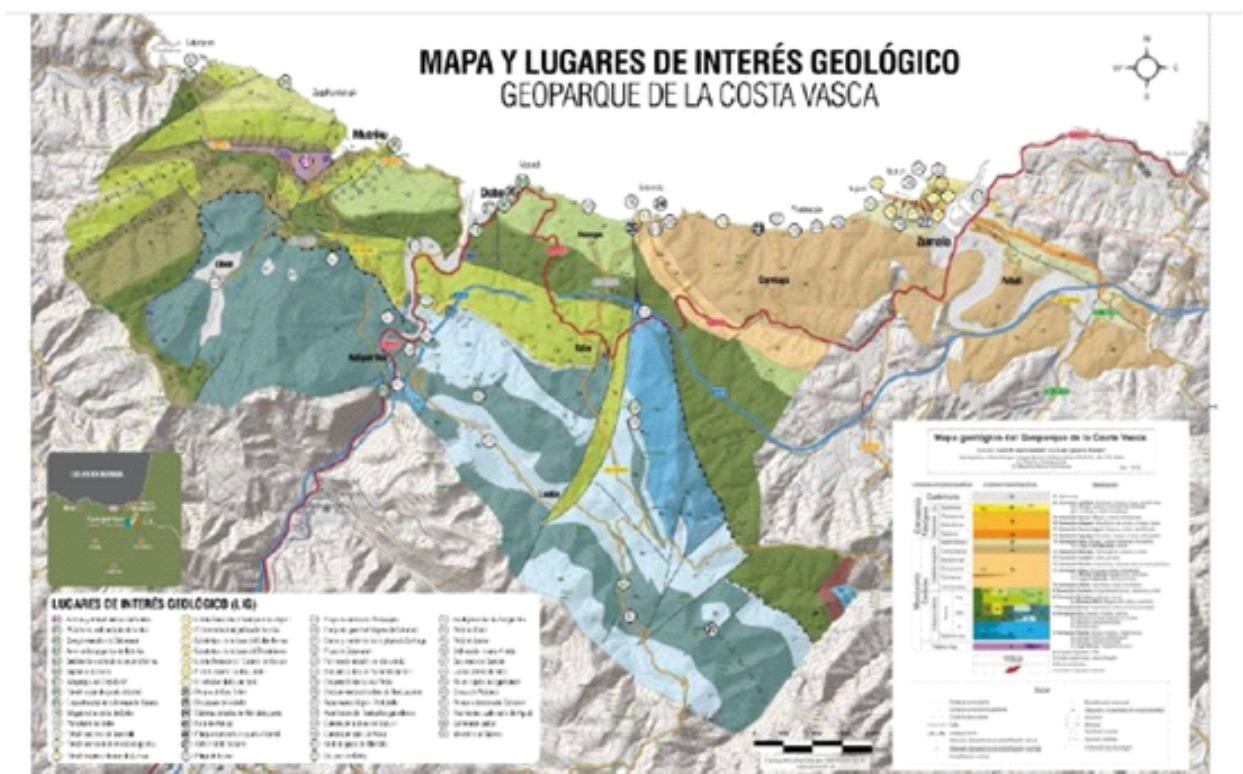


Figura 3. Mapa geológico do Costa Basca UGGp



Figura 4. Afloramento da sequência de flysch em Deba, no Costa Basca UGGp.

Lanzarote y Archipiélago Chinijo UGGp, Espanha

Este UGGp insere-se num território complexo, formado por ilhas vulcânicas oceânicas, onde a geologia e o registo que delas emerge permitem compreender os processos derivados das atividades vulcânica, sedimentar e erosiva, que aqui decorrem há aproximadamente 15 milhões de anos. O Arquipélago de Lanzarote y Archipiélago Chinijo UGGp foi criado em 2013, numa iniciativa do Cabildo de Lanzarote.

Os seus valores educativo e turístico, associados à conservação do património nas suas múltiplas vertentes, e a importância e relevância internacional do seu património geológico, têm sido fatores influentes na crescente popularidade deste UGGp, e têm sido utilizadas com o objetivo de ensinar, compreender e estudar a dinâmica do nosso Planeta (UGGp Lanzarote e Archipiélago Chinijo, 2024). O território possui 13 áreas protegidas que ocupam 14% da superfície do UGGp, o que se traduz num espetáculo natural e numa imensa oportunidade para atividades educativas e para aprendizagens relacionadas com a sustentabilidade.

Desde o início do seu projeto de candidatura, este território tem focado o seu plano de ação em três pilares fundamentais, visando uma ótima experiência de aprendizagem: um património geológico de carácter excecional, os locais turísticos, enquanto foco para o desenvolvimento das suas atividades, e o valor educativo e informativo que lhe está associado, incluindo aspetos inovadores e vanguardistas, devido ao facto de ser considerado um análogo planetário e laboratório natural para a exploração da Lua e de Marte, integrando aspetos educacionais para todos os níveis de ensino (Martínez-Frías & Mateo, 2019).

O espaço principal e autêntico coração deste UGGp está localizado nos Centros de Arte, Cultura e Turismo do Cabildo de Lanzarote, concebidos com a ideia de proteger e valorizar o património geológico da ilha através da união entre arte, cultura e turismo. Estes locais estão localizados em pontos geológicos de grande relevância educativa e foram adaptados como centros de ensino para que os visitantes compreendam a mensagem associada à paisagem e desfrutem de forma sustentável de um ambiente particular e único (UGGp Lanzarote e Archipiélago Chinijo, 2024). Um exemplo claro desta realidade e da grande relevância e importância do geoturismo é a gruta vulcânica e o lago adjacente Jameos del Agua (Fig. 5). Desenhados pelo grande artista lanzarotenho César Manrique, trata-se uma adaptação efetuada sobre os restos do colapso de um dos tubos vulcânicos mais emblemáticos da ilha – o tubo vulcânico Corona, para oferecer uma experiência sensorial que convida à “introspecção, reflexão e sonho”. No lago é possível encontrar os *Munidopsis polymorpha*, caranguejos cegos ou Jameítos, uma espécie endémica da ilha, símbolo do local e apenas observável em condições muito particulares. Além disso, existe também um auditório único, possuidor de condições acústicas singulares proporcionadas pela geologia, assim como o museu Casa de los Volcanes e a entrada do Túnel Atlântida, que representa

a continuação do tubo de lava Corona, entrando no Oceano Atlântico e constituindo o mais longo tubo vulcânico subaquático do mundo.

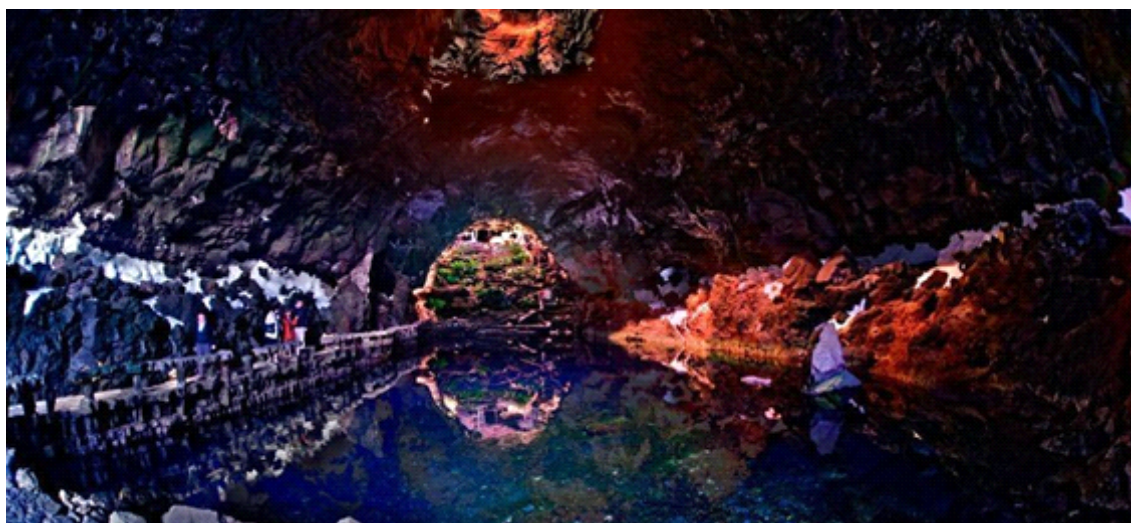


Figura 5. Jameos del Agua no Lanzarote y Archipiélago Chinijo UGGp

Mixteca Alta UGGp, México

O Mixteca Alta UGGp, designado pela UNESCO em maio de 2017, está localizado no sul do México, sendo um território composto por nove municípios do Estado de Oaxaca, com uma área total de 415 km². O Mixteca Alta UGGp tem vindo a desenvolver diversas iniciativas para melhorar a imagem e a comunicação do território, com o objetivo de envolver e amplificar o sentido de orgulho territorial dos seus habitantes, promovendo sempre uma comunicação consciente de inclusão e respeito social. Neste âmbito, a comunicação no Mixteca Alta UGGp tem sido fonte de fortalecimento das parcerias de trabalho entre a gestão da estrutura do território e as comunidades locais, onde se destacam as comunidades indígenas.

Os projetos de comunicação têm-se desenvolvido graças a diversas parcerias estratégicas e a trabalhos voluntários desenvolvidos junto com as instituições académicas e educativas parceiras do Mixteca Alta UGGp.

Estas estratégias têm sido expandidas com o objetivo de fazer chegar o conhecimento científico a todos os públicos, principalmente em projetos educativos relacionados com a gestão territorial, agrobiodiversidade, atividades económicas, integração arte e ciência ou na gestão de resíduos, entre outros (Rosado-González et al., 2021; Ramírez-Miguel et al., 2022).

Considerando que a comunicação visual e a imagem da Mixteca Alta UGGp evoluíram significativamente desde o início do projeto, é importante notar que o progresso e a melhoria da realidade atual impactaram positivamente e resultaram em maiores sinergias intra e intercomunitárias (Fig. 6).

É neste contexto que o Mixteca Alta UGGp tem vindo continuamente a apostar em criar formas de comunicação inovadoras para a promoção do território através da educação e da conservação do património local (Rosado-González et al., 2020; 2021; 2022).

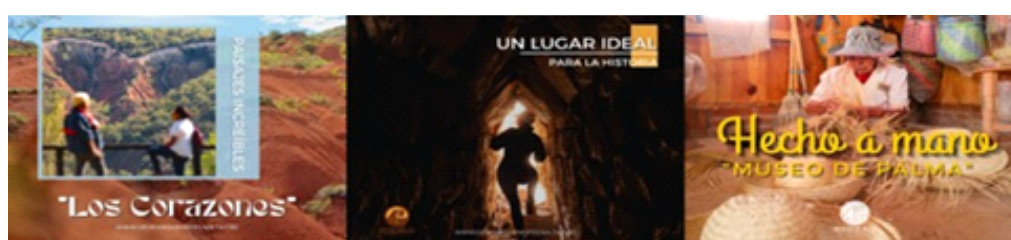


Figura 6. Exemplos da comunicação gráfica no Mixteca Alta UGGp.

Villuercas Ibores-Jara UGGp, Espanha

O Villuercas-Ibores-Jara UGGp localiza-se na província de Cáceres (oeste de Espanha), entre as bacias hidrográficas do Tejo e do Guadiana. Abrangendo uma área de 2.544 km², a partir dos pontos mais elevados do território podemos avistar as suas escarpas, vales e as principais cidades e monumentos, num conjunto patrimonial reconhecidamente identitário.

Geologicamente este UGGp destaca-se por estar inserido numa área montanhosa entrecortada por vales alinhados, que originam um típico relevo apalachiano. A sua formação está associada à deformação produzida há cerca de 300 milhões de anos, durante a Orogenia Varisca, que afetou os materiais da região, formando uma macrodobra com morfologia de sinclínório. Esta formação tem vindo a ser aplanada, devido à erosão, desde o Mesozoico e foi fraturada pelas inúmeras tensões ocorridas durante a Orogenia Alpina. Por fim, a rede fluvial modificou a paisagem, dando origem à paisagem atual.

Dentro deste UGGp podemos encontrar 45 Sítios de Património Geológico perfeitamente catalogados e diferenciados por enquadramento geológico (falhas, sítios paleontológicos, geomorfologias específicas, vales, etc.) (Fig. 7). Entre eles, destacam-se como essenciais o Risco de la Villuerca, o Estrecho de la Peña Amarilla, a Mina Costanaza e o Sinclinal de Santa Lucía (Fernández-Álvarez, 2020; Martínez-Martín y Mariñoso 2023).

O valor educativo e cultural associado a diversos destes Sítios de Património Geológico é importante e relevante para qualquer visita, sendo que muitas das paragens obrigatórias representam um fragmento não só da história do Planeta mas também da história da evolução humana, como as pinturas ou os abrigos rupestres, castelos árabes ou fortes celtas (UGGp Villuercas-Ibores-Jara, 2024). Um destaque é devido para o Real Mosteiro de Guadalupe, declarado Sítio Património Mundial, e para a arquitetura tradicional e mudéjar, os castelos, as igrejas de Berzocana e Alía, e as festas tradicionais das cidades, como o Carnaval de Ánimas em Villar del Pedroso. Um conjunto de singularidades geológicas podem ser apreciadas na gruta Castañar de Ibor, cavidade cárstica onde se podem observar inúmeras formações como estalactites exóticas formadas por frágeis cristais de aragonite.

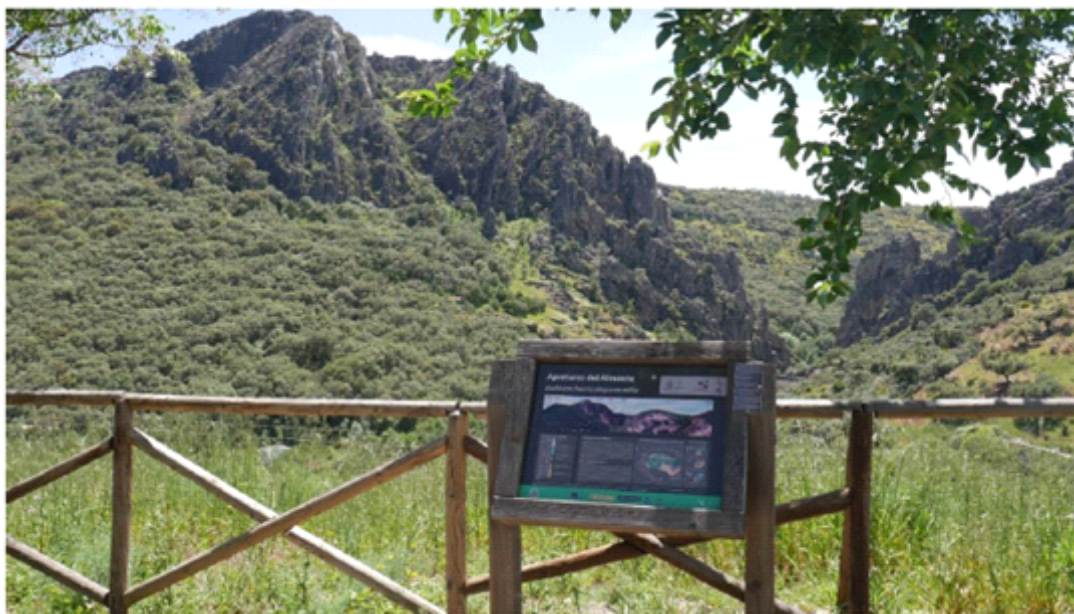


Figura 7. Panorâmica de paisagem que mostra os elementos didáticos de um Sítio de Património Geológico com o seu respetivo painel interpretativo.

DISCUSSÃO E CONCLUSÕES

Do ponto de vista comunicativo e educacional, os UGGps têm demonstrado, ao longo dos últimos 20 anos da Rede Global de Geoparques, ter o potencial necessário para ser uma das melhores alternativas didáticas para a aprendizagem em Geociências, com particular destaque para as

especificidades de cada território. Em virtude de os UGGps se afirmarem como laboratórios educativos ao ar livre, onde se mostram, relacionam e interpretam conceitos geológicos e as suas interações diretas e indiretas com temas tão diversos como história, gastronomia, biologia ou arquitetura, facilitam a sua compreensão e promovem a motivação dos visitantes na hora de aprender mais sobre a evolução e história do nosso Planeta.

Por outro lado, os seus Sítios de Património Geológico e os diversificados centros de interpretação associados assumem-se como espaços de educação formal, não-formal e informal, onde são facultados programas educativos de complemento, com a disponibilização de atividades educativas cujo objetivo é transmitir informação e conhecimento de forma acessível, adaptada, divertida e em contexto, para estudantes de todos os níveis de ensino.

Considerando os Sítios de Património Geológico como pontos-chave para o desenvolvimento das atividades nos UGGps, tem-se verificado que as aprendizagens resultantes das atividades e estratégias educativas desenvolvidas são, muito vezes, mais eficazes no processo de aprendizagem do que aquelas implementadas em sala de aula (Martínez-Martín et al., 2023; 2023^a). Com efeito, é comum verificar-se que nestas atividades os participantes quebram a rotina e, com isso, processam as informações de forma diferente, o que contribui para um maior grau de compreensão e apreensão dos conceitos.

Esta realidade, aliada a uma informação específica e complementar, concisa e direta, potenciada por painéis interpretativos, livros-guias, brochuras e/ou atividades orientadas por formadores, facilita a aprendizagem e simultaneamente promove competências básicas como o trabalho em equipa, a resolução de problemas ou a capacidade de observação e concentração. É por isso que o uso de Sítios de Património Geológico como recurso educativo transforma os UGGps em espaços únicos de aprendizagem em Geociências.

No que respeita aos ODS, as tarefas e atividades desenvolvidas nos UGGps, dados como exemplo neste trabalho, centram-se nas atividades desenvolvidas no âmbito da educação, proteção ambiental, investigação, divulgação e na união da natureza com a sociedade e cultura popular dos territórios em questão. Dessa forma, a sua contribuição para os ODS vai muito além da educação ambiental, uma vez que trabalham diariamente para contribuir para uma educação de qualidade, acessível e sustentável. É neste enquadramento que é possível verificar que os UGGps centram os seus esforços educativos no património natural e cultural como um todo, contribuindo ativamente para a reconexão da sociedade humana a todos os níveis com o Planeta, a que todos chamamos casa, e aprender com uma longa história de 4.600 milhões de anos que moldou e marcará a nossa existência.

REFERÊNCIAS

- BACETA, J. I., ORUE-ETXEBARRIA URKITZA, X., APELLANIZ, E., MARTÍN RUBIO, M. y BERNAOLA, G. (2012). El flysch del litoral Deba-Zumaia: una “ventana” a los secretos de nuestro pasado geológico. UPV/EHU
- BRILHA, J. (2018). Geoheritage and geoparks. In: E Reynard & J. Brilha (Eds), *Geoheritage. Assessment, Protection, and Management* (pp 323–335). Elsevier, Amsterdam, 323-335.
- CABALLERO, J. I. B., ORUE-ETXEBARRIA, X. y INGUNZA, E. A. (2010). El flysch entre Deba y Zumaia. *Enseñanza de las Ciencias de la Tierra*, 18(3), 269.
- CATANA, M. M. y BRILHA, J. (2019). UNESCO Global Geoparks and Formal Education: What is being done? In *Book of Abstracts of the 15th European Geoparks Conference. Geoparks: memory of Earth, future for People* (p. 52).
- CORATZA, P., VANDELLI, V. y GHINOI, A. (2023). Increasing geoheritage awareness through non-formal learning. *Sustainability*, 15(1), 868.
- FERNÁNDEZ-ÁLVAREZ, R. (2020). Geoparks and Education: UNESCO Global Geopark Villuercas-Ibores-Jara as a Case Study in Spain. *Geosciences*, 10(1), 27.
- FERNÁNDEZ, V. S. N. y URRUTIA, C. D. (2007). Costa Guipuzcoana: El «Flysch». Análisis orgánico y caracterización mineralógica de los sedimentos. *Geogaceta*, 41, 195-198.
- FLEMING, A., WISE, R. M., HANSEN, H. y SAMS, L. (2017). The sustainable development goals: A case study. *Marine Policy*, 86, 94–103.
- GONZÁLEZ, L. (2006). El litoral de Zumaia-Deba, que incluye el flysch, será declarado biotipo protegido. *Sustrai: revista agropesquera*, 77, p. 27.
- HÁK, T., JANOUŠKOVÁ, S. y MOLDAN, B. (2016). Sustainable Development Goals: A need for relevant indicators. *Ecological Indicators*, 60, 565–573.
- HENRIQUES, M. H., TOMAZ, C. y SÁ, A. A. (2012). The Arouca Geopark (Portugal) as an educational resource: a case study. *Episodes*, 35(4), 481–488.
- HILARIO-ORÚS, A. y CARCAVILLA-URQUÍ, L. (2020). Twenty years of Spanish geoparks: analysis and future prospects. *Geoheritage*, 12(4), 87.
- KHOSHRAFTAR, R. (2013). Geoparks: Research and pedagogical values. In *The 1 symposium on Iran geoheritage*, 23, (pp. 1-11).
- KWON, H. (2017). Implications of the Sustainable Development Goals for global social policy. *Global Social Policy*, 17(2), 206–209.
- MARTÍNEZ-FRÍAS, J. y MATEO, E. (2019). Lanzarote: mars on earth. Lanzarote and Chinijo Islands Geopark: From Earth to Space, 143-148.
- MARTÍNEZ-MARTÍN, J. E. (2023). *Conceptos y Metodologías de Educación en Geoparques: Aplicación a los Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Tesis Doctoral n. publ. Universidad Camilo José Cela, Madrid, 199 pp.

- MARTÍNEZ-MARTÍN, J. E. y MARIÑOSO, P. E. (2023). Minerals as key factors for sustainability education: the Costanaza mine model. *Episodes Journal of International Geoscience*, 46(1), 63-68.
- MARTÍNEZ-MARTÍN, J.E.; MARIÑOSO, P.E.; ROSADO-GONZÁLEZ, E.M.; SÁ, A.A. (2023) UNESCO Global Geoparks vs. Education: a 10-Year Bibliometric Analysis. *Geoheritage* 15, 34 (2023). <https://doi.org/10.1007/s12371-023-00802-3>
- MARTÍNEZ-MARTÍN, J.E.; MARIÑOSO, P.E.; ROSADO-GONZÁLEZ, E.M.; SÁ, A.A. (2023a) Prospective Study on Geosciences On-Line Education: UNESCO Global Geoparks in Spain and Portugal. *Geosciences* 2023, 13, 22. <https://doi.org/10.3390/geosciences13020022>
- ORUE-ETXEBARRIA X., BACETA J.L. y APELLANIZ E. (2011). 145 años de Investigaciones Geológicas en el Flysch Deba-Zumaia. *Euskonews, Media*, 568, 1-4.
- PÁSKOVÁ, M. (2018). Indigenous knowledge contribution to the Geopark Sustainability Management. In *Book of Abstracts of the 8th International Conference on UNESCO Global Geoparks. Geoparks and Sustainable Development*. Adamello Brenta UGGp (p. 233).
- PÉREZ-ROMERO, ME., ÁLVAREZ-GARCÍA, J., FLORES-ROMERO, M.B. y JIMÉNEZ-ISLAS, D. (2023) UNESCO Global Geoparks 22 Years after Their Creation: Analysis of Scientific Production. *Land*, 12(3), p. 671.
- PRADHAN, P., COSTA, L., RYBSKI, D., LUCHT, W. y KROPP, J. P. (2017). A systematic study of Sustainable Development Goal (SDG) interactions. *Earth's Future*, 5(11), 1169–1179.
- RAMÍREZ-MIGUEL, X.; PALACIO-PRIETO, J.L.; CRAM-HEYDRICH, S.; ORTEGA-DIAZ, B.; OROPEZA-OROZCO, O.; FERNÁNDEZ-LOMELIN, P.; ZARAGOZA, S.; PÉREZ, C. & ROSADO-GONZÁLEZ, E. (2022) Estratégias de Educação Ambiental no Mixteca Alta UNESCO Global Geopark. Em: Oosterbeek L., Gomes, H. (ed., 2022). *Ciências da Sustentabilidade em Língua Portuguesa ...por mares nunca dantes navegados... Livro de resumos do XXIII Encontro de Estudos Ambientais dos Países de Língua Portuguesa*. Mação: Instituto Terra e Memória, série AREA DOMENIU, vol. 15. 242-247. ISBN: 978-989-53070-6-7
- ROCHA, D. (2016) Rota dos geossítios do Arouca Geopark. AGA - Associação Geoparque Arouca, Arouca, 159 p. ISBN 978-989-99633-1-3
- ROCHA, D., SÁ, A. A., PAZ, A. y DUARTE, A. C. (2010). Geoparque Arouca: a Geologia em prol do desenvolvimento territorial. *Revista Captar: Ciência e Ambiente Para Todos*, 2(3), 55–67.
- ROSADO-GONZÁLEZ, E.M., FERRARO, F.; PALACIO-PRIETO, J.L. & SÁ, A.A. (2022). La Investigación-Acción Participativa como estrategia clave en la consolidación y gestión de los Geoparques Mundiales de la UNESCO: los casos del Mixteca Alta Geoparque Mundial del UNESCO (México) y del Minero Litoral del Biobío Geoparque Aspirante (Chile). *Dossie MAST, UFRJ. Brasil*
- ROSADO-GONZÁLEZ, E.M., SÁ, A.A. y PALACIO-PRIETO, J.L. (2020) UNESCO Global Geoparks in Latin America and the Caribbean, and their contribution to agenda 2030 Sustainable Development Goals. *Geoheritage*, 12, 1-15.
- ROSADO-GONZÁLEZ, E.M., PALACIO-PRIETO, J.L. & SÁ, A.A. (2021). Ações sustentáveis de gestão ambiental nos geoparques mundiais da UNESCO na América Latina e no Caribe no contexto da Agenda 2030. In: Souza-Fernandes, L.C., Aragão, A. & Sá, A.A. (Eds). *Novos rumos do Direito Ambiental - um olhar para a Geodiversidade*. 275-292. Editora da UNICAMP, Campinas, Brasil, (ISBN 9786586253870).

SÁ, A. A. (2012). Arouca Geopark (Portugal): from giant trilobites to regional sustainable development and national recognition. In: Bedjanic, M., Štrucl, S.F. y Rojs, L. (Eds.) *Emerging new Geoparks in Europe – sharing knowledge & good examples*, Geopark Karavanke/Karawanken, Mežica, Slovenija, 28-29.

SÁ, A.A., BRILHA, J., ROCHA, D., COUTO, H., RÁBANO, I., MEDINA, J., GUTIÉRREZ-MARCO, J.C., CACHÃO, M. y VALÉRIO, M. (2008a). *Geoparque Arouca: Geologia e Património Geológico*. Câmara Municipal de Arouca (Ed.), Arouca, Portugal, 127 pp.

SÁ, A.A., GUTIÉRREZ-MARCO, J.C., ROCHA, D., RÁBANO, I., PIÇARRA, J.M., BRILHA, J., SARMIENTO, G.N. y VALÉRIO, M. (2008b). El patrimonio geológico del Ordovícico y Silúrico de la región de Arouca (Portugal). *Geogaceta*, 44, 95-98.

SÁ, A.A. (2022). Middle Ordovician Giant Trilobites of Canelas Quarry (Portugal). In A. Hilario, A. Asfawossen, B. Vries, D. Mogk, G. Lozano Otero, J. Zhang, J. Brilha, J. Vegas, K. Lemon, L. Carcavilla & S. Finney. *The First 100 IUGS Geological Heritage Sites*. IUGS, Spain, 90-91 (ISBN 978-1-7923-9975-6)

SAITO, O., MANAGI, S., KANIE, N., KAUFFMAN, J. y TAKEUCHI, K. (2017). Sustainability science and implementing the sustainable development goals. *Sustainability Science*, 12(6), 907–910.

SILVA, E. (2021) The contribution of the European UNESCO Global Geoparks for the Agenda 2030 for Sustainable Development-a study a study based on several data sources. <https://core.ac.uk/download/pdf/395729215.pdf>.

UGGp Costa Basca (2024). <https://geoparkea.eus/es/> (accedido em 9 abril 2024)

UGGp Lanzarote y Archipiélago Chinijo (2024). <https://geoparquelandzarote.org/> (accedido em 9 de abril de 2024)

UGGp Villuercas-Ibores-Jara (2024). <https://geoparquevilluercas.es/> (accedido em 9 de abril de 2024)

UNESCO (2023). UNESCO Global Geoparks. Acedido em 16 de abril de 2023 de <http://www.unesco.org/new/en/natural-sciences/environment/earthsciences/unesco-global-geoparks/>

VALENCIA, P. L., ZABALLOS, I. L. y RODRÍGUEZ, G. M. (2019). El geoparque de la costa vasca: El Flysch de Zumaia-Deba. *Cuadernos de Ordenación del Territorio*, 7, 53-75.

WANG, M., TAN, K., LI, Y., XIE, Y., XIAO, W., XU, Y. y TIAN, Y. (2023) Study on the Sustainable Development of Popular Science Tourism Based on the SWOT Analysis for the Xiangxi UNESCO Global Geopark. *Sustainability*, 15(1), p. 122.

ZOUROS, N. (2005). Assessment, protection, and promotion of geomorphological and geological sites in the Aegean area, Greece. *Géomorphologie: Relief, Processus, Environnement*, 11(3), 227–234.

DESENVOLVIMENTO REGIONAL SUSTENTÁVEL: O PAPEL DA GESTÃO DE PÚBLICOS E GOVERNANÇA DO GEOPARQUE QUARTA COLÔNIA¹

ANDERSON LOVATO²
LUCIOMAR DE CARVALHO³

INTRODUÇÃO

O desenvolvimento regional sustentável é um tema de crescente relevância no cenário global, à medida que as comunidades em todo o mundo buscam equilibrar o crescimento econômico com a preservação ambiental e a promoção do bem-estar social. Nesse sentido surge o problema da pesquisa em compreender como a gestão dos públicos pode contribuir para a valorização da identidade regional e a governança do Geoparque da Quarta Colônia?

O objetivo central deste trabalho é analisar os *stakeholders* do Geoparque da Quarta Colônia, buscando identificar suas interações, necessidades e expectativas. A proposta é fornecer subsídios para a construção de estratégias que possam não apenas consolidar a governança do geoparque, mas também fortalecer a participação ativa, a cooperação e promover um desenvolvimento regional sustentável para as comunidades locais e demais partes interessadas. Como metodologia será realizado o Levantamento e análise de literatura especializada em desenvolvimento regional sustentável, gestão de públicos, governança de geoparques e práticas sustentáveis.

A seção inicial aborda o Geoparque Quarta Colônia e seus públicos, destacando a diversidade de atores envolvidos e suas interações. Em seguida, a segunda seção explora os Estudos Culturais como elemento essencial para o Desenvolvimento Regional Sustentável, realçando a importância das práticas culturais na identidade e no crescimento das regiões. Por fim, a terceira seção se concentra nos desafios e oportunidades na implementação de práticas de ESG (*Environmental, Social and Governance*), visando identificar como esses princípios podem ser aplicados de forma eficaz no contexto do geoparque, promovendo práticas ambientalmente conscientes, equidade social e uma gestão eficaz.

Este estudo visa contribuir significativamente para a compreensão e fortalecimento da gestão dos públicos no Geoparque da Quarta Colônia, fornecendo *insights* valiosos para a criação de estratégias que visem aprimorar a governança, a valorização da identidade regional e o desenvolvimento sustentável das comunidades envolvidas.

GEOPARQUE DA QUARTA COLÔNIA E SEUS PÚBLICOS

De acordo com a UNESCO os Geoparques são áreas geográficas unificadas, onde sítios e paisagens de relevância geológica internacional são administrados com base em um conceito holístico de proteção, educação e desenvolvimento sustentável. Sua abordagem ascendente que combina a conservação com desenvolvimento sustentável e que, ao mesmo tempo, envolve as comunidades locais, está se tornando cada vez mais popular (UNESCO, 2023).

O Geoparque Mundial UNESCO Quarta Colônia é uma iniciativa do Consórcio de Desenvolvimento Sustentável da Quarta Colônia (Condesus) e da Pró-Reitoria de Extensão da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Está localizado no sul do Brasil, na transição entre os biomas Pampa e Mata Atlântica, o território é formado por nove municípios da região central do Rio

¹ Pesquisa realizada junto ao Grupo de Pesquisa Estudos Culturais e Audiovisualidades, sob orientação do Professor Flavi Ferreira Lisboa Filho.

² Doutorando em Comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria - UFSM (POSCOM), anderson.lovato@acad.ufsm.br

³ Pós-doutorando em Comunicação no Programa de Pós-graduação em Comunicação na Universidade Federal de Santa Maria - UFSM; Doutor em Comunicação pela mesma Universidade. E-mail: luciomar.carvalho@ufsm.br

Grande do Sul (Brasil): Agudo, Dona Francisca, Faxinal do Soturno, Ivorá, Nova Palma, Pinhal Grande, Restinga Sêca, São João do Polêsine e Silveira Martins.

Cerca de 57.642 habitantes vivem neste território (IBGE 2022), com uma das maiores diversidades culturais da região central do Rio Grande do Sul, incluindo as culturas italiana, alemã, portuguesa, quilombola, nativa e entre outras. Os costumes e traços culturais dessas diferentes etnias se perpetuam até os dias de hoje nas mais diversas manifestações, como gastronomia, música, dança e artesanato. A região da Quarta Colônia possui uma área de 2.923 km² e apresenta uma densidade demográfica de 19,71 habitantes por quilômetro quadrado (IBGE 2022).

Essa população representa 0,5% do total do estado do Rio Grande do Sul e apenas 0,027% de todo o território brasileiro. Nessa região do Rio Grande do Sul, a população rural predomina em relação à população urbana, com exceção de três municípios: Faxinal do Soturno, Restinga Seca e São João do Polêsine, que apresentam taxas de urbanização de 53%, 62,6% e 51,4%, respectivamente. No entanto, é importante ressaltar que mesmo esses municípios permanecem abaixo da taxa estadual de urbanização, que é de 85,10% (IBGE 2022).

Essa informação está diretamente relacionada às principais atividades econômicas dos municípios da região, que são predominantemente baseadas no setor primário. A agricultura tem papel central nessas atividades, com destaque para o cultivo de arroz, fumo, milho, soja, feijão e frutas. É importante notar que a agricultura praticada na região é de caráter subsistente e familiar.

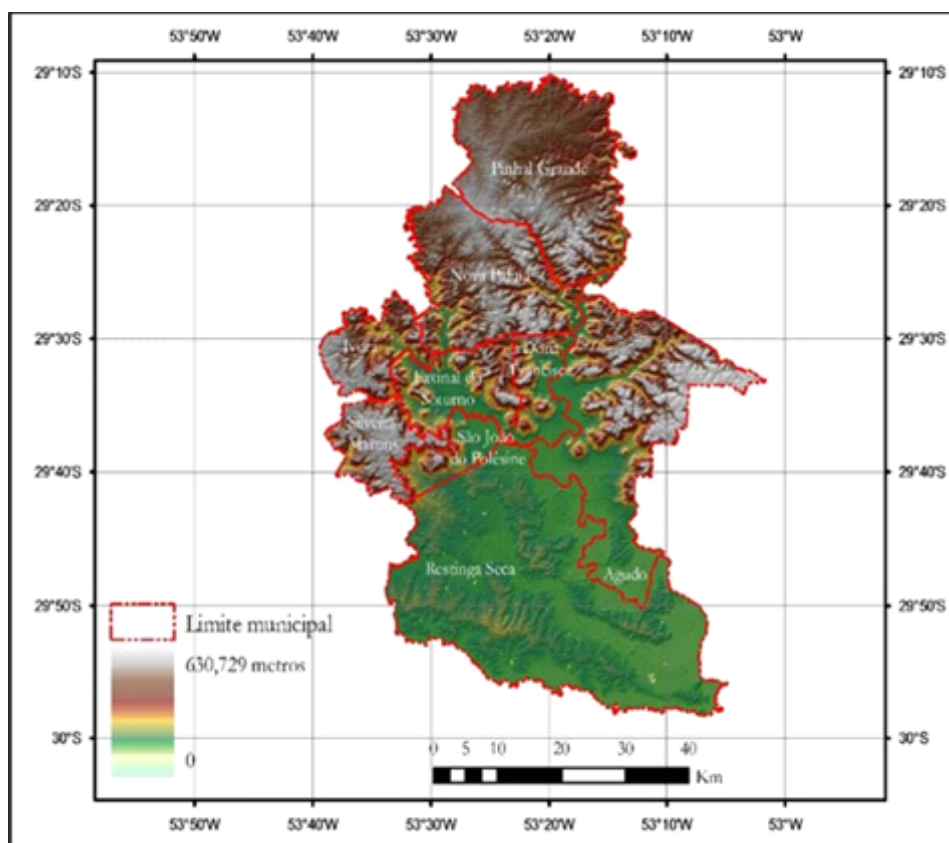


Figura 1: Modelo digital do terreno e limites municipais da região da Quarta Colônia no Rio Grande do Sul.
Fonte: Godoy et al., (2012).

Conforme apontado pela UNESCO (2023), o território em questão apresenta um patrimônio paleontológico de caráter singular em escala internacional, com registros da emergência de um dos grupos animais mais emblemáticos da Paleontologia: os dinossauros. As rochas sedimentares que compõem a paisagem dessa região, datam de 233 e 225 milhões de anos atrás, durante o Período Triássico, detêm evidências notavelmente preservadas de um momento crucial na história, incluindo espécies como o *Buriolestes Schultzi*, o *Bagualosaurus Acuensis* e o *Macrocollum itaquii*, até então

exclusivos da Quarta Colônia.

As descobertas paleontológicas são amplamente favorecidas pela localização do Geoparque Mundial da UNESCO Quarta Colônia, conferindo a essa área um patrimônio paisagístico singular, caracterizado por uma formação montanhosa delimitada por escarpas de arenito-basáltico, que se encontram abrigadas por vastas áreas de Mata Atlântica ainda em ótimo estado de preservação. No meio dessa paisagem, observa-se uma grande quantidade de vales profundos, moldados ao longo de milênios pela energia de uma extensa rede hidrográfica, responsável por proporcionar ao Geoparque Mundial da UNESCO Quarta Colônia a presença de cachoeiras, praias fluviais e cursos de rios navegáveis.

O Geoparque possui uma abordagem multidisciplinar e atrai diferentes públicos, cada um com interesses e objetivos distintos. Em uma visão inicial, podemos dizer que os principais públicos que se relacionam com o Geoparque incluem:

Público	Relação
Turistas e visitantes	Os Geoparques são destinos turísticos atraentes para pessoas interessadas em paleontologia, geologia, paisagens naturais, ecoturismo e aventura. Turistas vêm para apreciar a beleza das formações geológicas, explorar locais, fazer trilhas e conhecer a história geológica, paleontológica e o patrimônio cultural da região.
Comunidades locais	As populações que vivem nas proximidades dos Geoparques são um público essencial. O envolvimento das comunidades locais é fundamental para o sucesso do Geoparque, pois eles são guardiões da cultura, das tradições e da história da área. O Geoparque pode trazer benefícios econômicos, sociais e culturais para essas comunidades, promovendo o desenvolvimento sustentável.
Universidades, educadores e estudantes	Geoparques oferecem oportunidades de aprendizado para professores e estudantes. Eles são ótimos lugares para estudos de campo, pesquisas e atividades educacionais que abrangem temas relacionados à paleontologia, geologia, ecologia, cultura, biodiversidade, história e entre outros.
Cientistas, geólogos e paleontólogos.	Geoparques são locais de interesse para a comunidade científica. Pesquisadores frequentemente visitam essas áreas para estudar a geologia, a paleontologia e os processos geológicos em curso, contribuindo para o conhecimento científico e a conservação do patrimônio geológico.
Empresas e empreendedores locais	O turismo associado aos Geoparques pode criar oportunidades de negócios para empreendedores locais, como hotéis, restaurantes, guias turísticos, artesanato e outros serviços relacionados.
Órgãos governamentais e agências de conservação	Agências governamentais e organizações de conservação têm papel fundamental no apoio à gestão, preservação e desenvolvimento sustentável dos Geoparques.
ONGs	As ONGs podem desempenhar um papel ativo no suporte à conservação ambiental, educação e conscientização pública sobre a importância dos Geoparques.
Mídia	Jornalistas e comunicadores têm interesse em relatar as histórias, os eventos e as descobertas relacionadas aos Geoparques, disseminando informações sobre sua importância e atrativos.

Quadro 1: Ideia inicial de possíveis públicos que se relacionam com o Geoparque da Quarta Colônia.

Fonte: Elaborado pelos autores

Um dos principais objetivos estratégicos de um Geoparque é impulsionar a atividade econômica dentro dos princípios do desenvolvimento sustentável. Ao lado da preservação geológica e paleontológica, a geração de crescimento econômico sustentável é um dos alicerces essenciais para o progresso de um Geoparque integrado na Rede Global de Geoparques da UNESCO. Todos os Geoparques têm, assim, o propósito, com o respaldo da UNESCO, de fomentar o desenvolvimento socioeconômico que seja sustentável do ponto de vista cultural e ambiental (GEOPARK MANAGEMENT TOOLKI, 2023).

O desenvolvimento regional sustentável causa um impacto positivo direto no território do Geoparque, aprimorando as condições de vida humana e o ambiente tanto rural quanto urbano. Ele fortalece o vínculo da comunidade com sua região, incentivando o senso de pertencimento e o desenvolvimento cultural, o que, por sua vez, estimula a apreciação e a preservação direta do patrimônio geológico e paleontológico. Um geoparque requer a participação das autoridades públicas, comunidades locais, setores privados e instituições de pesquisa e educação na sua concepção, gestão, planejamento e atividades para o desenvolvimento econômico e cultural regional, essa colaboração promoverá o diálogo e incentivará parcerias entre os diversos grupos envolvidos na região, motivando e mobilizando tanto as autoridades locais quanto a população residente (GEOPARK MANAGEMENT TOOLKI, 2023).

O êxito do turismo sustentável e outras atividades econômicas em um geoparque está intimamente ligado à colaboração com as comunidades locais. As atividades turísticas devem ser especialmente adaptadas para se alinharem com as características naturais, culturais e contextuais de uma determinada área, respeitando integralmente as necessidades e tradições dos habitantes locais. O reconhecimento, estímulo e salvaguarda dos valores culturais locais representam uma parte essencial do esforço em prol do desenvolvimento sustentável, em várias regiões e países, é crucial envolver a população indígena local na criação e estabelecimento de um Geoparque.

ESTUDOS CULTURAIS E O DESENVOLVIMENTO REGIONAL SUSTENTÁVEL

Os estudos culturais podem ser caracterizados como um domínio de pesquisa interdisciplinar, cujo foco está na análise da cultura. Este campo acadêmico se consolidou a partir de trabalhos que reuniram pensadores de diferentes departamentos e universidades. Ao traçar um panorama dos estudos culturais, Escosteguy (2010, p. 17) observa que "existem diversos movimentos que adotam a perspectiva dos estudos culturais, sem mencionar a ambiguidade das definições que circulam sobre eles e a presença de uma vasta bibliografia, sobretudo em língua inglesa, sobre o assunto".

Os pioneiros dos estudos culturais incluem Richard Hoggart, que se dedicou ao estudo do cotidiano da classe trabalhadora, Raymond Williams e E. P. Thompson, cujas pesquisas se concentraram na história material da cultura, situadas no contexto da Inglaterra pós-Segunda Guerra Mundial. Esses autores buscaram abordar a cultura em um sentido mais amplo, onde a identidade nacional britânica passou a ser confrontada com a cultura de grupos sociais, especialmente da classe média. Em relação aos "fundadores", Escosteguy (2010, p. 31) destaca que, "apesar de não terem coordenado suas intervenções, compartilham um conjunto comum de preocupações que abrangem as relações entre cultura, história e sociedade".

Cabe evidenciar que a questão cultural no âmbito do desenvolvimento regional pode ser interpretada de acordo com as diferentes perspectivas temáticas que caracterizam essas áreas. De certa forma, reconhece-se que a cultura e o desenvolvimento regional são termos profundamente relacionados. A cidade, a região e o estado-nação constituem-se a partir de expressões e condições culturais, entendendo-se cultura como práticas de significação, permeadas por relações de poder. As questões que dizem respeito à dimensão cultural do desenvolvimento regional são complexas e manifestam-se de diferentes formas nos territórios (FELIPPI; BRANDT, 2020, p.358).

Os Estudos Culturais se manifestam como uma prática intelectual difusa, cujo principal objetivo

parece ser a articulação e o diálogo entre três elementos problemáticos fundamentais: cultura, teoria e ação cívica. Apesar desse aspecto fragmentado e diversificado, ao longo do tempo, os Estudos Culturais evoluíram para se tornar uma área mais delimitada e institucionalizada, ganhando reconhecimento acadêmico em um número limitado, porém crescente, de países. Voltando às suas origens, é importante destacar que, inicialmente, o Centro de Estudos Culturais Contemporâneos (CCCS) tinha como principal missão promover a cooperação entre diversas disciplinas acadêmicas, incentivando a pesquisa interdisciplinar e enfatizando a relevância de abordar questões contemporâneas. Além disso, o centro se concentrava principalmente no estudo das classes trabalhadoras, culturas juvenis, questões de gênero, feminilidade, raça, etnicidade, políticas culturais relacionadas à língua e mídia, entre outros temas. "Em síntese, as questões próprias da investigação em Estudos Culturais multiplicam-se e constituem focos problemáticos de luta intelectual contínua, que têm apenas como ponto unificador o conceito, equívoco e problemático, de Cultura" (BAPTISTA, 2009, p.458). O que todos esses objetos de pesquisa têm em comum é o objetivo de revelar discursos marginais, não oficiais e dar voz àqueles que normalmente não a têm. "A teoria ocupa um lugar central e determinante nos Estudos Culturais, pois proporciona os instrumentos lógicos para pensar o mundo de um modo mais profundo, crítico e rigoroso" (BAPTISTA, 2009, p.458).

Em resumo, os Estudos Culturais têm como objetivo analisar os aspectos culturais da sociedade, considerando a cultura como uma prática central e intrínseca à sociedade, em vez de vê-la como algo externo ou separado, ou como uma dimensão mais relevante do que outras áreas de estudo. A cultura é vista como algo presente em todas as práticas sociais e resultante das interações entre elas, BAPTISTA (2009).

Nos territórios, é onde as particularidades culturais de um grupo específico se manifestam fisicamente. Ao estabelecer limites de escala, é viável reconhecer como as pessoas se relacionam com seus ambientes, permitindo a observação das identidades que se desenvolvem em nível regional. As pesquisas no campo dos Estudos Culturais têm proporcionado uma abordagem que permite analisar a cultura, incluindo a comunicação, como processos dinâmicos e práticas sociais. Isso envolve a consideração abrangente de todo o ciclo de produção de bens culturais e comunicacionais, bem como as interações com fatores econômicos, políticos, sociais e outros.

Williams (2003) preconiza que, primeiro de tudo tentar entender o que é a cultura, como se dá a vida real que é expressa dentro de um conjunto de organização, para isso ele entende que para pensar sobre cultura, deve-se passar por três pontos fundamentais, ou seja, três níveis de cultura: 1) a cultura vivida em um determinado período e lugar, que apenas se encontra totalmente acessível para aqueles que vivem ou viveram em tal espaço-tempo, considerar o recorte temporal, ou seja período e lugar que essa cultura está acontecendo, toda cultura acontece dentro de um tempo, e se faz necessário entender qual esse tempo e onde se localiza esse tempo para ser possível entender os significados e sentidos que ocorrem dentro desse processo. 2) a cultura registrada, desde a arte até os fatos mais cotidianos, isto é, a cultura documentada de um período, e 3) a cultura da tradição seletiva, fator vinculante entre a cultura vivida e os registros da cultura em distintos períodos.

Passando por esses três níveis é possível classificar e considerar como está acontecendo a experiência daquele processo.

Algumas considerações devem ser feitas, reconhecendo os traços delicados presentes e entendendo que existem aspectos residuais, ou seja, esses processos e práticas sociais estão enraizados em resquícios de modelos anteriores. Dessa forma, eles carregam consigo heranças de outras gerações ou culturas já vivenciadas, o que indica a presença de elementos residuais. Isso também implica em afastar a ideia de neutralidade, pois esses objetos culturais trazem consigo resíduos de outras culturas ou períodos temporais, mesmo quando existe um recorte temporal específico. Além disso, é importante compreender a perspectiva dominante, o que é considerado hegemônico e comum a todos.

Um Geoparque Global da UNESCO utiliza seu patrimônio geológico e/ou paleontológico em conexão com todos os outros aspectos do patrimônio natural e cultural da área para aumentar a conscientização e compreensão de questões-chave que afetam a sociedade, como o uso sustentável dos recursos da Terra, a mitigação dos efeitos das mudanças climáticas e a redução do impacto de

desastres naturais. Ao destacar a importância do patrimônio geológico da área na história e na sociedade atual, os Geoparques Globais da UNESCO proporcionam às pessoas locais um sentimento de orgulho em sua região e fortalecem sua identificação com a área. A criação de empresas locais inovadoras, novos empregos e cursos de treinamento de alta qualidade é estimulada à medida que novas fontes de receita são geradas por meio do geoturismo, enquanto os recursos geológicos da área são protegidos (UNESCO, 2023).

DESAFIOS E OPORTUNIDADES NA IMPLEMENTAÇÃO DE PRÁTICAS DE *ENVIRONMENTAL, SOCIAL, GOVERNANCE* (ESG).

O mundo está passando por significativas mudanças, de forma acelerada, em virtude da revolução tecnológica, impulsionando a uma reflexão do real papel de líderes, educadores e pensadores na construção de organizações prósperas e sustentáveis (HARRACA, 2022, p.1).

De acordo com o Geopark Management Toolkit (2023), um dos principais objetivos estratégicos de um Geoparque é impulsionar a atividade econômica dentro dos princípios do desenvolvimento sustentável. Ao lado da preservação geológica, a geração de crescimento econômico sustentável é um dos alicerces essenciais para o progresso de um Geoparque integrado na Rede Global de Geoparques da UNESCO. Todos os Geoparques têm, assim, o propósito, com o respaldo da UNESCO, de fomentar o desenvolvimento socioeconômico que seja sustentável do ponto de vista cultural e ambiental.

A definição de sustentabilidade, conforme estabelecida pela Comissão Brundtland das Nações Unidas em 20 de março de 1987, refere-se à busca pelo desenvolvimento que atenda às necessidades da atual geração sem prejudicar a habilidade das gerações futuras em suprir suas próprias demandas. De maneira geral, a sustentabilidade é considerada como uma junção de práticas ambientais, sociais e econômicas (Figura 2).



Figura 2: Relação das preocupações ambientais, sociais e econômicas no desenvolvimento sustentável
Fonte: Kurry (2011).

O Desenvolvimento Econômico Sustentável causa um impacto positivo direto no território do Geoparque, aprimorando as condições de vida humana e o ambiente tanto rural quanto urbano. Ele fortalece o vínculo da comunidade com sua região, incentivando o senso de pertencimento e o desenvolvimento cultural, o que, por sua vez, estimula a apreciação e a preservação direta do patrimônio geológico.

A qualidade da governança desempenha um papel fundamental na determinação do sucesso econômico e social de uma região, por outro lado, a busca por um desenvolvimento regional equitativo e sustentável é uma prioridade global, neste contexto, os princípios ESG têm emergido como uma nova dimensão da governança, incorporando preocupações ambientais, sociais e de governança nas

decisões. A governança, tradicionalmente definida como a forma como as instituições públicas e privadas exercem autoridade e controlam recursos, tem um impacto direto no desenvolvimento regional, uma governança deficiente pode levar à má alocação de recursos, corrupção e falta de confiança na administração pública, criando obstáculos para o desenvolvimento regional, por outro lado uma governança eficaz, pode criar um ambiente favorável aos investimentos, estimular o empreendedorismo e promover a inclusão social (KURRY, 2011).

Os critérios ESG representam um conjunto de princípios que visam promover práticas empresariais socialmente responsáveis e sustentáveis, a incorporação dos princípios ESG na governança corporativa pode levar a uma maior transparência, responsabilidade e ética nos negócios. A sigla ESG (environmental, social e governance) começou a ser globalmente abordado e discutido a partir do relatório Who Cares Wins (2004), e foi assim que nasceu de uma iniciativa conjunta entre a organização das Nações Unidas (ONU) e instituições financeiras, e foi nomeada como uma espécie de pacto global, que tinha como propósito desenvolver diretrizes e recomendações sobre como melhor integrar e debater as questões ambientais, sociais e de governança corporativa. Neste contexto, a ESG pode ser caracterizado como fatores ambientais, sociais e de governança usados para avaliar o desempenho sustentável das instituições (VOLTOLINI, 2021, p.37)

Segundo Nardone (2021, p.2), a adoção de práticas ESG tornou-se um diferencial no meio econômico e corporativo, criando oportunidades relevantes e mudanças no padrão de consumo. Do mercado privado à gestão pública, trouxe novos conceitos como as cidades sustentáveis e o Estado verde. Estas questões são perseguidas pelos gestores públicos, uma vez que o cidadão/cliente dos serviços públicos também se posiciona a favor da valorização de ações sustentáveis.

Nesse sentido, é possível considerar que a adoção dos critérios ESG pode impactar positivamente a governança e, por consequência, o desenvolvimento regional de forma sustentável, organizações que incorporam práticas ESG tendem a ser mais respeitosas com o meio ambiente, mais engajadas na comunidade e mais transparentes em suas operações, podendo assim atrair investimentos, gerar empregos e estimular o crescimento econômico sustentável nas regiões. Apesar dos benefícios potenciais, a incorporação dos critérios ESG na governança regional não está isenta de desafios, a falta de regulamentação e padronização dos critérios ESG, bem como a necessidade de capacitação e conscientização, são obstáculos a serem superados, no entanto, esses desafios podem ser vistos como oportunidades para aprimorar a governança e promover um desenvolvimento regional mais sustentável (NARDONE, 2021).

Monzoni e Carreira (2022), refletem como a lente ESG deveria abordar os complexos desafios socioambientais dos tempos atuais: a partir de uma economia ecológica ou de uma sustentabilidade forte. Isso significa que os limites à sociedade e, em última instância, à economia, são dados pelo meio ambiente, e não o contrário, como prevê a Economia Clássica (Figura 3).

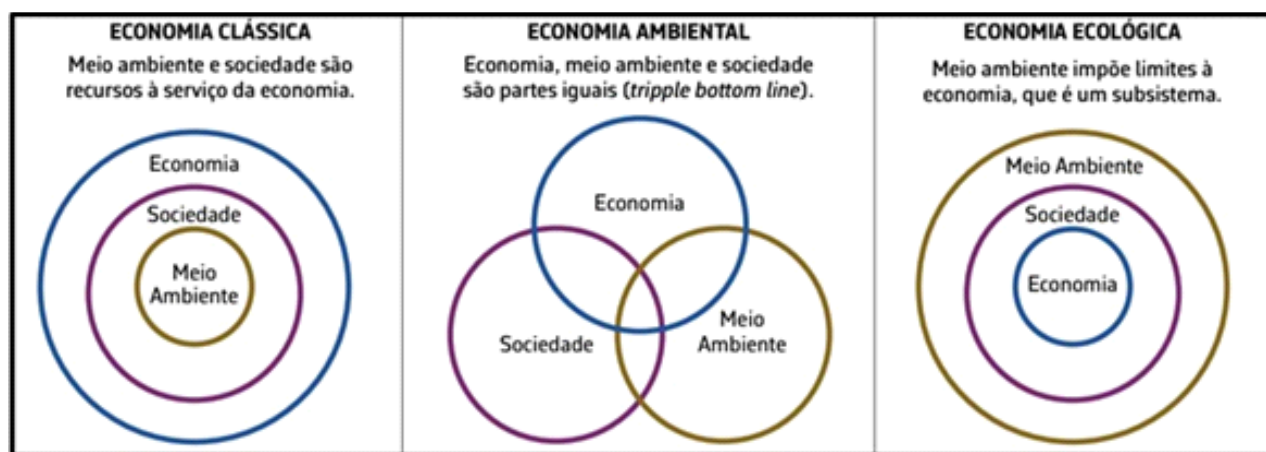


Figura 3: Economia ecológica: Um ESG ancorado na realidade.
Fonte: Monzoni e Carreira (2022).

A economia ecológica difere substancialmente das visões clássica e ambiental, pois desafia o pressuposto de que o crescimento econômico contínuo é possível em um planeta finito, ela enfatiza a interdependência entre a economia e os sistemas ecológicos, reconhecendo os limites físicos e biológicos do planeta Terra. A economia ecológica considera que a economia está inserida em um sistema maior, onde recursos são finitos e não substituíveis, propondo uma abordagem holística que valoriza a sustentabilidade, a resiliência e a equidade, buscando um equilíbrio entre o bem-estar humano e a saúde dos ecossistemas. Como um valor de desenvolvimento sustentável e coordenado que leva em conta os benefícios econômicos, ambientais, sociais e de governança, o ESG é uma filosofia de investimentos que busca o crescimento de valor a longo prazo, e é um método de governança abrangente, concreta e realista (LI et al., 2021).

O desenvolvimento sustentável não é algo simples de ser aplicado na sociedade atual nem é um estado permanente de harmonia, onde tudo ficará bem e sem problemas, e sim um processo de transformação, que passa por alterações e mudanças constantes, pois envolvem os passos que devem ser seguidos para suprir as necessidades das gerações atuais, de tal maneira que não comprometa os anseios das gerações futuras (COSTA, 2021).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Baseado nas análises conduzidas nas seções anteriores, é evidente que o Geoparque da Quarta Colônia se apresenta como um espaço de significativa relevância, não apenas por seu valor geológico e paleontológico, mas também por sua interação com as comunidades locais e seus desafios para promover um desenvolvimento regional sustentável. Este estudo se propôs a analisar os stakeholders envolvidos nesse cenário complexo, identificando suas interações, necessidades e expectativas. O enfoque nos Estudos Culturais foi essencial para compreender a profundidade das relações entre a identidade regional, o patrimônio geológico e/ou paleontológico e o desenvolvimento sustentável. Os Estudos Culturais permitem uma visão holística, considerando não apenas as práticas tangíveis, mas também os valores, tradições e estruturas sociais que moldam as interações entre os diversos atores envolvidos.

Ademais, a abordagem dos princípios ESG (Environmental, Social and Governance) revela-se como um caminho promissor para aprimorar a governança do Geoparque, integrando preocupações ambientais, sociais e de governança nas decisões estratégicas. A incorporação desses critérios na gestão regional não apenas promove a transparência e a responsabilidade, mas também oferece oportunidades para um desenvolvimento mais sustentável, atraindo investimentos, gerando empregos e estimulando o crescimento econômico.

No entanto, é importante ressaltar que a implementação bem-sucedida desses princípios enfrenta desafios, como a falta de regulamentação e padronização dos critérios ESG, juntamente com a necessidade de conscientização e capacitação. Superar esses desafios exigirá colaboração entre os diversos atores, incluindo autoridades públicas, organizações locais, comunidades, instituições de pesquisa e empresas, visando estabelecer diretrizes claras e estratégias eficazes para promover um desenvolvimento regional equitativo e sustentável.

Portanto, este estudo contribui de maneira significativa para a compreensão e fortalecimento da gestão dos públicos no Geoparque da Quarta Colônia. Fornecendo informações importantes, propondo a criação de estratégias que visem não somente a consolidação da governança do geoparque, mas também o fortalecimento da identidade regional, a valorização das comunidades locais e o estabelecimento de práticas que promovam um desenvolvimento sustentável e inclusivo para todas as partes interessadas envolvidas.

REFERÊNCIAS

BAPTISTA, M. M. Estudos culturais: o quê e o como da investigação, Carnets, Cultures littéraires: nouvelles performances et développement, nº spécial, automne / hiver, p. 451-461, 2009.

COMPACT GLOBAL. Who Cares Win: Connecting Financial Markets to a Changing World. 2004. Disponível em:

https://www.unepfi.org/fileadmin/events/2004/stocks/who_cares_wins_global_compact_2004.pdf. Acesso em: 28 out. 2023.

COSTA, Edwaldo e FERREZIN, Nataly Bueno. ESG (Environmental, social and corporate governance) e a comunicação: o tripé da sustentabilidade aplicado às organizações globalizadas. RevistaAlteior, v.2, ed. 24, 2021.

FELIPPI, A. C. T.; BRANDT, G. B. Aproximações entre estudos culturais e desenvolvimento regional: uma proposta teórico-metodológica para estudar a comunicação na interdisciplinaridade. In: SOUSA, C. M. et al. (Org.). Celso Furtado: a esperança militante (Desafios): vol. 3 [online]. Campina Grande: EDUEPB, 2020. p. 355-374.

GEOPARK MANAGEMENT TOOLKIT. Sustainable Economic Development. Disponível em: <https://www.geoparktoolkit.org/sustainable-economic-development/>. Acesso em: 5 nov. 2023.

HARRACA, P. O Poder Transformador do ESG: Como Alinhar Lucros e Propósitos. São Paulo: Editora Planeta do Brasil LTDA, 2022.

IBGE. Prévia da população calculada com base nos resultados do Censo Demográfico 2022 até 25 de dezembro de 2022. Disponível em:

https://ftp.ibge.gov.br/Censos/Censo_Demografico_2022/Previa_da_Populacao/RS_POP2022.pdf. Acesso em: 28 out. 2023.

KURRY, A. Sustainable Development. 2011. Disponível em:

<https://eportfolios.macaulay.cuny.edu/akurry/2011/12/21/sustainable-development/>. Acesso em: 15 nov. 2023.

LI, T.-T.; WANG, K., SUEYOSHI, T.; WANG, D. D. ESG: Research progress and future prospects. Sustainability (Switzerland), v. 13, Issue 21). MDPI, 2021.

MONZONI, M., & CARREIRA. O Metaverso do ESG. GV Executivo, 1–3, 2022.

NARDONE, J. As Práticas ESG e a Gestão Pública. São Paulo: Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, 2021.

UNESCO. UNESCO Global Geoparks. Disponível em:

<https://www.unesco.org/en/igpp/geoparks/about>. Acesso em: 28 out. 2023.

VOLTOLINI, R. Vamos falar de ESG?: Provocações de um pioneiro em Sustentabilidade Empresarial. São Paulo: Editora Voo, 2021.

WILLIAMS, R. La larga revolución. Buenos Aires: Nueva Visión, 2003.

UFSM E DISTRITO CRIATIVO CENTRO-GARE: CONTRIBUIÇÕES DOS PROJETOS DE EXTENSÃO AO DESENVOLVIMENTO DO TERRITÓRIO¹

VICTOR CESAR RODRIGUES CARVALHO²

ELISA LUBECK³

INTRODUÇÃO

Santa Maria, cidade situada no centro do Rio Grande do Sul (RS), é conhecida por ser uma das cinco cidades mais populosas do estado, destacando-se não apenas por seus serviços públicos, mas também por ser a sede da primeira Universidade Federal do interior, Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Entre as riquezas culturais da cidade, percebemos uma interconexão entre diferentes atividades.

Fomentando o desenvolvimento, Santa Maria inaugurou seu primeiro Distrito Criativo (DC), denominado Distrito Criativo Centro-Gare, em abril de 2022. Essa iniciativa foi realizada a partir dos movimentos coletivos entre diversos atores, bem como instituições e a comunidade, fixando-se na região central da cidade, devido às suas características históricas. Com o propósito de transformar o território por meio do estímulo à economia criativa, o Distrito Criativo Centro-Gare de Santa Maria tem promovido diversas ações focadas na economia criativa, tais como: cultura, artesanato, música, moda, design, tecnologia e inovação.

De acordo com a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento - UNCTAD (2010), a economia criativa está baseada em ativos criativos que potencialmente geram crescimento e desenvolvimento econômico, podendo estimular a geração de emprego e renda, ao mesmo tempo em que promovem a inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano. Para a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura - UNESCO (2009) os setores criativos estão divididos em: audiovisual e mídia interativa; artes performáticas (teatro, música, feiras); patrimônio cultural e natural (eventos, gastronomia, rituais e práticas sociais); literatura e edição (feiras literárias, bibliotecas); artesanato e artes visuais; design e serviços criativos (incluindo moda, arquitetura, publicidade e propaganda); atividades transversais ao turismo (atividades turísticas, locais históricos, museus, etc.). Gomez e Oliveira (2016) destacam que a Economia Criativa tem como principal característica alcançar resultados por meio de uma cultura colaborativa, buscando o envolvimento do público de forma ativa na criação ou melhoria de bens e processos gerando troca de valor e diferentes experiências.

A Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) compõe parte dos atores que acreditam no potencial de desenvolvimento do território por meio do Distrito Criativo Centro-Gare - DC e da economia criativa. Sua participação ativa na construção e dinamização do DC se dá através de ações de extensão, envolvendo docentes, estudantes e técnicos administrativos em educação.

Neste cenário, esta pesquisa colabora com o mapeamento da realidade do Distrito Criativo a partir do olhar para os diferentes projetos de extensão da UFSM vinculados ao território, dando visibilidade às iniciativas da Universidade para o desenvolvimento da cidade. A problemática central deste trabalho aborda as ações de extensão realizadas nos projetos da UFSM no Distrito Criativo Centro-Gare, dada a relevância desses projetos de extensão para a cultura, política e economia locais, na perspectiva de fomentar o desenvolvimento sustentável. O entrelaçamento entre

¹ Pesquisa realizada junto ao Grupo de Pesquisa "Estudos Culturais e Audiovisualidades" da Universidade Federal de Santa Maria, sob a orientação do Prof. Dr. Flavi Ferreira Lisboa Filho.

² Doutorando do Programa de Pós-graduação em Comunicação, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) - Linha de Pesquisa: Mídias e Identidades Contemporâneas; Mestre em Comunicação Midiática pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM); Especialista em Educação Digital pela Universidade Estadual da Bahia (UNEB); Graduado em Administração pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail: victor.rodrigues@acad.ufsm.br

³ Professora Adjunta do Curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Pampa (Unipampa). Pós-doutoranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail: elisalubeck@gmail.com

comunicação e cultura serve como guia para a análise das vivências sociais no Distrito Criativo Centro-Gare, permitindo a identificação de ações que contribuem para alicerçar o desenvolvimento territorial sustentável. A justificativa da proposta se articula pela ótica dos Estudos Culturais conforme esforços para atender às demandas sociais, especialmente aquelas em conjunturas periféricas das minorias, alinhadas à preocupação ambiental, reforçando a relevância do Distrito Criativo nas dinâmicas culturais, políticas e econômicas, validando, assim, os preceitos da Agenda 2030 da ONU.

O objetivo do artigo é identificar, nos projetos direcionados ao Distrito Criativo, como a extensão, em especial pela via da comunicação pode contribuir para o desenvolvimento sustentável, recorrendo aos fatores da construção identitária da sociedade. De maneira abrangente, o artigo busca abordar as ações atualmente empreendidas, provocando a reflexão sobre as ações realizadas na região do Distrito Centro-Gare.

A pesquisa, por sua natureza exploratória, iniciou-se com a avaliação dos portais oficiais do Distrito Criativo Centro-Gare e Prefeitura Municipal de Santa Maria, centrando-se na busca por dados socioeconômicos, culturais e políticos. A partir disso, foram realizadas buscas em duas bases de indexadores consideradas referências pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes): Directory of Open Access Journals (DOAJ) e Scientific Electronic Library Online (SciELO).

Os objetivos da pesquisa estão pautados na articulação entre Comunicação e Cultura no contexto do Distrito Criativo, sendo que cada busca foi realizada combinando termos "Comunicação", "Distrito Criativo", "Identidade", "Desenvolvimento Sustentável" e "Estudos Culturais" com "Distrito Criativo". Além de mapear e analisar a relação entre as ações de extensão, fomentadas pela Pró-Reitoria de Extensão da UFSM, em edital dirigido ao território do Distrito Criativo Centro-Gare, com os ODS.

Esta pesquisa integra as investigações realizadas no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (POSCOM) da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), pela linha de pesquisa "Mídias e Identidades Contemporâneas", também vinculada ao grupo de pesquisa "Estudos Culturais e Audiovisualidades", registrado no CNPq, com foco em trabalhos de iniciação científica, conclusão de curso, dissertações e teses do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Patrimônio Cultural, que tem como pesquisador-líder o prof. Flavi Ferreira Lisboa Filho.

DISTRITO CRIATIVO

Um Distrito Criativo é uma região geograficamente delimitada com objetivo de promover e potencializar atividades relacionadas à economia criativa, cultura, inovação e empreendedorismo, focadas no criativo. Essa região é concebida para promover a colaboração entre diferentes setores, como artes, design, tecnologia, mídia e outras indústrias criativas, fomentando o desenvolvimento local, estimulando a criatividade, e contribuindo para a revitalização urbana.

Esses espaços normalmente abrigam uma variedade de organizações, empresas, instituições educacionais e artistas, já que propiciam um ambiente próprio para troca de ideias, inovação e produção cultural. Além disso, os distritos criativos buscam integrar a cultura ao desenvolvimento econômico, social e ambiental, muitas vezes focando em princípios de sustentabilidade.

A criação de um distrito criativo é dada a partir do envolvimento de diversos atores, podendo ser entre o setor público, privado e acadêmico. Em alguns casos, vemos o setor privado liderando as ações e, em outros, o setor público, porém sempre com a participação de diversos atores compondo um movimento atento ao desenvolvimento sustentável.

Auxiliando esse entendimento, Teixeira et al. (2022) compreende o Distrito Criativo como um composto de organizações em rede que promovem o desenvolvimento da economia criativa através de um processo orgânico ou planejado, transformando o local em um ambiente atrativo e de inovação. Esse local, que compõe os habitats de inovação, concentra atividades e negócios criativos, além do compartilhamento de experiências e conhecimentos criativos, evidenciando um desenvolvimento sustentável da região onde a cultura se destaca como potencial desse desenvolvimento.

A Organização das Nações Unidas (ONU) criou uma Rede de Cidades Criativas⁴ que reconhece cidades criativas de todo o mundo. Reis (2012) entende as Cidades Criativas, intermediada pelos conceitos de indústria cultural e indústria criativa, como ambientes urbanos onde a integração eficaz entre atividades sociais e artísticas, setores culturais e de governança são capazes de gerar uma dinâmica cultural que impulsiona o desenvolvimento, atrai e retém talentos, fomenta a diversidade social, amplia a oferta de empregos, promove maior conhecimento entre os cidadãos, potencializa a criatividade de empresas e instituições, atrai visitantes turísticos e, dessa forma, contribui de maneira significativa para a economia da cidade e a qualidade de vida da população. Ainda, destacamos os sete campos criativos reconhecidos pela UNESCO: Artesanato e Artes Populares, Artes Midiáticas, Filme, Design, Gastronomia, Literatura e Música.

Atualmente, doze cidades brasileiras possuem o título de cidade criativa reconhecido pela UNESCO: Belém (PA), Belo Horizonte (MG), Florianópolis (SC) e Paraty (RJ), no campo da gastronomia; Brasília (DF), Curitiba (PR) e Fortaleza (CE), na temática de design; Salvador (BA) e Recife (PE), na categoria de música; João Pessoa (PB), no grupo de artesanato e artes populares; Santos (SP), no tema de filme; e Campina Grande (PB), no seguimento das artes midiáticas. Já, na instância dos Distritos Criativos, apesar de poucos registros⁵ brasileiros, existem dois no Rio Grande do Sul: Porto Alegre e Santa Maria.

Com o olhar para Santa Maria, através do Distrito Criativo Centro-Gare, encaminhamos nossas reflexões acerca do contexto histórico da cidade, como território de seu primeiro Distrito Criativo. Merece destaque a parceria da Universidade Federal de Santa Maria para criação e crescimento do Distrito Criativo Centro-Gare, como elemento potencializador das ações de desenvolvimento.

DISTRITO CRIATIVO CENTRO-GARE: 1º DISTRITO CRIATIVO DE SANTA MARIA

Santa Maria é uma cidade na região central do Rio Grande do Sul, distante aproximadamente 290 km da capital Porto Alegre. Sua posição estratégica faz da cidade um ponto central de conexões com todas as regiões. A cidade é famosa pela sua diversidade cultural, potencialidades turísticas, pólo educativo, além de agregar uma multiplicidade de povos.

Segundo dados históricos disponibilizados pela Prefeitura Municipal de Santa Maria (PMSM, 2022; 2023), a origem de Santa Maria está associada à formação de um acampamento militar da Comissão Demarcadora de Terras, que foi encarregada de traçar as fronteiras de acordo com o Tratado de Santo Ildefonso, assinado entre Portugal e Espanha, em 1777. Em 1819, Santa Maria tornou-se o 4º Distrito da Vila Nova de São João da Cachoeira e, em 1858, tornou-se uma cidade independente de Cachoeira do Sul.

A chegada da ferrovia em 1885 estimulou o crescimento da cidade e contribuiu significativamente para o seu desenvolvimento social, econômico e demográfico. A localização estratégica da cidade a transformou em um importante entroncamento ferroviário da região Sul do Brasil e foi escolhida como sede da Diretoria da Compagnie Auxiliare de Chemins de Fer au Brésil, empresa belga responsável pela concessão da ferrovia. Na mesma época, a cultura de Santa Maria começou a ganhar forma, com exibições teatrais e a inauguração de vários cinemas na cidade. Essas tradições culturais ainda são lembradas pela população e deixaram o legado de “cidade cultura” para a Santa Maria.

Rodeada por morros e paisagens naturais, Santa Maria oferece oportunidades para o turismo rural, além da diversidade e rota gastronômica. A cidade também se destaca como a cidade do xis⁶, uma culinária popular especialmente apreciada entre os estudantes.

⁴ Informações disponíveis na Plataforma oficial da UNESCO. Acessível em: <<https://www.unesco.org/pt>>. Acesso em 10 de novembro de 2023.

⁵ Conforme informações apresentadas pelo mapa de distritos criativos do mundo, fornecido pela Via. Em destaque, salientamos que outros distritos criativos brasileiros já encontram-se em processo de planejamento e maturação. Acessível em: <<https://via.ufsc.br/quer-dar-uma-volta-ao-mundo-conheca-os-distritos-criativos/>>. Acesso em 10 de novembro de 2023.

⁶ Ideia iniciada com o Decreto Municipal 053/2011. Em 2023, o presidente da Câmara de Vereadores, Givago Ribeiro (PSDB), protocolou o Projeto de Lei 9715/2023, que denomina Santa Maria como “Cidade do Xis”. Acessível em: <<https://cmsantamaria.cittatec.com.br/portal-legislativo/proposicoes/texto-original/150031>>. Acesso em 15 de novembro de 2023. Nos dias 17, 18 e 19 de novembro de 2023 foi realizado na Vila Belga o primeiro Festival do Xis.

Focada no desenvolvimento, a cidade vem realizando reformas, desde 2013, a partir de um plano de desenvolvimento por meio do Instituto de Planejamento - IPLAN⁷ com a responsabilidade do planejamento urbano de Santa Maria e o crescimento ordenado do município e seus distritos. Em harmonia com o desenvolvimento econômico, ambiental e social, a cidade criou sua primeira região focada no desenvolvimento com olhar para o criativo, nomeada como Distrito Criativo Centro-Gare.

O Distrito Criativo Centro-Gare foi oficializado em abril de 2022 e é resultado da cooperação de algumas instituições, organizações e atores sociais, com a finalidade de promover o desenvolvimento da economia criativa em Santa Maria/RS. O trabalho para a criação do Distrito Criativo foi orientado pelo grupo VIA Estação Conhecimento⁸, uma organização vinculada à Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC. Essa criação tem por objetivo, dentre outros, promover a revitalização do Centro Histórico da cidade, a fim de transformá-lo num espaço público, popular e de convivência, pautado nos ideais do desenvolvimento sustentável.

Estruturalmente, o Distrito Criativo Centro-Gare foi planejado com a missão de “aproximar e potencializar atores de diferentes esferas para atuar coletivamente na geração de valor para o território garantindo coesão e continuidade nas ações para o Distrito Criativo” (PMSM, 2022). Sua visão é a de “transformar o território do Distrito Criativo Centro-Gare em um ambiente de convivência entre pessoas, de vivência da memória da cidade e de desenvolvimento econômico sustentável, dando condições para o florescimento do potencial criativo e inovador das pessoas que ali vivem, trabalham e visitam” (PMSM, 2022). Já seus valores são a sustentabilidade econômica, social e ambiental; respeito à memória ferroviária; colaboração; inclusão; e, por fim, inovação com e para as pessoas.

De acordo com a Prefeitura Municipal de Santa Maria (2022), o Distrito Centro-Gare corresponde as avenidas Rio Branco e Itaimbé⁹. Sua região é delimitada por algumas referências, como a estação ferroviária da Gare ao norte, ruas Ângelo Uglione, a Praça Saldanha Marinho, o Calçadão Salvador Isaia e a Rua Dr. Bozano, ao sul, o Parque Itaimbé ao leste e as ruas Serafim Valandro, Amélia Rodrigues, Ernesto Beck e Floriano Peixoto, com o Complexo da Antiga Reitoria da UFSM, ao oeste.

A governança do Distrito Criativo Centro-Gare é composta pelo poder público, universidades, entidades, sindicatos e sociedade civil, todos em colaboração. O modelo de governança está organizado em três níveis: a instância máxima (assembleia colegiada composta por um representante de cada organização participe da iniciativa, todos com direito a voto); o nível estratégico (Comitê Gestor e Coordenação Executiva); nível executivo (Comitê Executivo que se divide em um comitê por dimensão: Ambiente Natural e Construído; Governança e Políticas Públicas; Economia Criativa e Identidade e Recursos Culturais).

O Comitê de Ambiente Natural e Construído engloba os espaços naturais e sua preservação, espaços multifuncionais, boemia e ambiente favorável à criatividade, patrimônio histórico e fomento. Contempla ações relacionadas à manutenção das vias urbanas, revitalização do patrimônio, criação de espaços verdes, iluminação de qualidade, entre outros.

O Comitê de Governança e Políticas Públicas possui diversas ações que preveem a participação pública em diferentes setores, o compartilhamento de conhecimento, um ambiente democrático e participativo, o acesso à informação e a alocação de recursos para ideias inovadoras e criativas.

O Comitê de Economia Criativa busca estimular o empreendedorismo, a empregabilidade e o desenvolvimento econômico e sustentável. Entre os objetivos estão previstos o aumento da movimentação cultural criativa, formar e reter talentos empreendedores e alavancar o turismo no território.

O Comitê de Identidade e Recursos Culturais preocupa-se com a inclusão social e diversidade,

⁷ O IPLAN é uma autarquia municipal responsável pelo planejamento urbano de Santa Maria e o crescimento ordenado do município e seus distritos, vinculada à Prefeitura Municipal de Santa Maria. Tem como normativa fundamental a harmonia de suas ações com o desenvolvimento econômico, ambiental e social. Informações disponibilizadas em: <https://iplan.santamaria.rs.gov.br/lista_historico>. Acesso em 10 de novembro de 2023.

⁸ A VIA Estação Conhecimento é uma organização vinculada ao Grupo de Pesquisa Habitats de Inovação e Empreendedorismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

⁹ Conforme informações coletadas a partir da plataforma institucional do Distrito Criativo Centro Gare. Estão disponibilizadas na aba “Distrito Centro-Gare”, seguida por “Nosso território”. Disponível em: <<http://www.districtocentrogare.com.br/index.php/pt/distrito/dados>>. Acesso em: 19 de novembro de 2023.

com a manutenção e criação de espaços artísticos e culturais, com a valorização da memória e cultura locais.

CONTRIBUIÇÕES DO PROJETOS DE EXTENSÃO DA UFSM PARA O DESENVOLVIMENTO DO DISTRITO CRIATIVO CENTRO-GARE

Esta investigação se deu a partir de uma pesquisa bibliométrica (SILVEIRA; CÓRDOVA, 2009), que consiste na busca de estudos relacionados ao tema elencando quantitativamente seu acervo. Em seguida, realizamos uma pesquisa exploratória e documental (SAMPIERI, 2013; SILVEIRA; CÓRDOVA, 2009), que objetiva a exploração de um assunto, problema ou fenômeno, a fim de aproximação, onde foi aplicada aos projetos de extensão vinculados aos editais destinados ao Distrito Criativo Centro-Gare, da UFSM. Enquanto método, utilizamos a análise documental para organizar e avaliar a coletânea de dados obtidos através da pesquisa exploratória.

A pesquisa bibliométrica foi aplicada partir de consulta em duas bases de indexadores consideradas referências na área de Comunicação e Informação pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes): Scielo - Scientific Electronic Library Online e Doaj – Directory of Open Access Journals. A busca ocorreu em três etapas, utilizando como conjuntos de palavras-chave: “Comunicação”, “Distrito Criativo”, “Identidade”, “Desenvolvimento Sustentável” e “Estudos Culturais”. A palavra-chave “Distrito Criativo”, apresentou sete resultados no Scielo e dez no Doaj, enquanto esse valor reduziu para, respectivamente, dois e um resultado quando relacionado à palavra-chave “Comunicação” (Figura 01).



Figura 01: Resultados da Pesquisa Bibliométrica.

Fonte: Elaborado pelos autores.

A partir deste cenário de pouca literatura envolvendo o Distrito Criativo e nenhuma publicação voltada às questões de identidade, estudos culturais e desenvolvimento sustentável nas bases de dados DOAJ e Scielo, buscamos os projetos de extensão vinculados ao edital de “Chamada para Fomento de Ações de Extensão da UFSM no Território do Distrito Criativo Centro-Gare”, representados pelos editais 053/2022/PRE/UFSM¹⁰ e 034/2023/PRE/PROINOVA/UFSM. Os referidos editais já

¹⁰ Edital disponível no link: <<https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/346/2022/07/Edital-053-2022-Fomento-Distrito-Criativo-ASSINADO.pdf>>. Acesso em 12 de novembro de 2023.

orientam que as ações propostas devem estar alinhadas com uma das quatro dimensões do Distrito Criativo: Ambiente Natural e Construído; Governança e Políticas Públicas; Economia Criativa e Identidade e Recursos Culturais.

Buscando organizar esse mapeamento, classificamos os dados coletados por tópicos: ano do edital, número do projeto, nome do projeto, coordenador responsável, novo/reenvio, situação atual do projeto, foco, palavras-chaves, objetivos, resultados esperados, dimensão vinculada ao Distrito Criativo e, por fim, qual o Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS)¹¹ contemplado no projeto. Sendo assim, foram contabilizados um total de 31 projetos de extensão aprovados, onde 14 deles estavam vinculados ao edital 053/2022/PRE/UFSM e 17 vinculados ao 034/2023/PRE/PROINOVA/UFSM.

Compondo o Edital de 2022, encontramos os seguintes projetos: “Proposta de requalificação urbana em termos de mobilidade e acessibilidade urbana para o distrito criativo centro-gare”; “Subsídios arquivísticos para as comemorações dos 150 anos da loja maçônica luz e trabalho – fase 1: digitalização de documentos”; “Laudos paleontológicos e ações de proteção e valorização do patrimônio fossilífero”; “Apropriação da identidade cultural do distrito histórico de santa maria por meio de um boardgame híbrido”; “Etnodesenvolvimento: assessoria para controle social de políticas públicas de coesão territorial”; “Brincar de viver”; “Consultoria, assessoria e serviços técnicos para a comunidade e organizações”; “Empresa júnior de comunicação mercadológica: nuvem jr”; “Núcleo de implementação da excelência esportiva e manutenção da saúde – Nieems”; “PE.COM UFSM: editora experimental do curso de comunicação social - produção editorial _fase 2”; “Dança e patrimônio cultural”; “Santa Maria, cidade cultura no coração do Rio Grande: economia criativa e as dinâmicas de desenvolvimento local”; “TURISMAPP: aplicativo de turismo de Santa Maria, RS”; e “Programa de desenvolvimento do turismo no distrito criativo centro-gare de santa maria/rs”.

Já, no Edital 2023, encontramos os seguintes projetos: “Ateliê de tecelagem”; “Preservação e comunicação no museu educativo Gama D'Eça”; “Proposta de requalificação urbana em termos de mobilidade e acessibilidade urbana para o distrito criativo centro-gare”; “Design, identidade e território: promovendo a valorização de identidades territoriais”; “Arte, cinema e audiovisual 2023”; “Lazer, memória e tecnologia: identificação de espaços de identidade cultural no distrito criativo centro-gare”; “Diplomacia universitária: casa das nações”; “F5 | Junior - consultoria internacional”; “Na bagagem: conhecendo Santa Maria”; “Programa de interações academia e mercado pelo viés do marketing, marketing digital, comunicação, design e produção artístico-cultural”; “PE.COM UFSM: editora experimental do curso de comunicação social - produção editorial _fase 2”; “‘Santa [?]’ - uma montagem teatral”; “Programa de extensão observatório do turismo “caminhos do sul”; “Dança e patrimônio cultural”; “Santa Maria, cidade cultura no coração do Rio Grande: economia criativa e as dinâmicas de desenvolvimento local”; “TURISMAPP: aplicativo de turismo de Santa Maria, RS”; “Programa de desenvolvimento do turismo no distrito criativo centro-gare de Santa Maria/RS”.

Vale ressaltar que, dentro desses 31 projetos, 80% compuseram-se de projetos novos e 20% de reenvios a fim dar continuidade às suas ações planejadas, em relação ao primeiro edital.

Ao olharmos os projetos de extensão, percebemos uma multiplicidade de direcionamentos, públicos, objetivos, ações e resultados esperados. Entre os direcionamentos, fica evidente um destaque para a cidade de Santa Maria, seja para com o patrimônio cultural da cidade ou de uma determinada região, além de alguns enfoques em elementos pertencentes ao território do Distrito Criativo Centro-Gare, como a Vila Belga, o Museu Gama D'Eça, o fomento ao turismo e o apoio aos diversos empreendimentos ao redor.

¹¹ Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) são parte da Agenda 2030 firmada através de um pacto global da ONU em 2015. O plano de ação prevê a erradicação da pobreza e o desenvolvimento sustentável. A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável, resultou na criação de 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS): (01) Erradicação da pobreza, (2) Fome zero e agricultura sustentável, (3) Saúde e bem-estar, (4) Educação de qualidade, (5) Igualdade de gênero, (6) Água potável e saneamento, (7) Energia limpa e acessível, (8) Trabalho decente e crescimento econômico, (9) Indústria, Inovação e Infraestrutura, (10) Redução das desigualdades, (11) Cidades e comunidades sustentáveis, (12) Consumo e produção responsáveis, (13) Ação contra a mudança global do clima, (14) Vida na água, (15) Vida terrestre, (16) Paz, justiça e instituições eficazes e (17) Parcerias e meios de implementação. Disponível em: <<https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>>. Acesso em 15 de novembro de 2023.

Quanto aos públicos encontrados, temos docentes e discentes de múltiplas áreas e cursos da UFSM, tais como: teatro, arquitetura, relações públicas, produção editorial, dança, terapia ocupacional, psicologia, gerontologia e artes cênicas, entre outros. Com relação aos objetivos dos diferentes projetos, destacamos a preocupação com o desenvolvimento sustentável, do fomento à saúde, cultura e do conhecimento da cidade enquanto identidade territorial, além de fomentar espaços para a prática discente, projetando caminhos para múltiplas ações e resultados possíveis.

A palavra “desenvolvimento” foi evidenciada em 44% dos projetos avaliados de forma direta, já o “desenvolvimento sustentável”, ou a menção aos ODS, estiveram presentes em 12% dos projetos. De acordo com a ficha de inscrição dos projetos nos editais todos deveriam elencar se os projetos atendiam de forma mais específica algum dos ODS.

Sendo assim, identificamos a menção aos seguintes ODS dentro dos projetos: 3-Saúde e bem-estar; 4-Educação de qualidade; 5-Igualdade de gênero; 8-Trabalho decente e crescimento econômico; 9-Indústria, Inovação e Infraestrutura; 10-Redução das desigualdades; 11-Cidades e comunidades sustentáveis; 12-Consumo e produção responsáveis; 16-Paz, justiça e instituições eficazes; 17-Parcerias e meio de implementação. Percebemos que, do total de projetos, 35% se direcionaram ao ODS 4, 35% ao ODS 11, 16% ao ODS 3, 12% ao ODS 8, 29% ao ODS 9, 10% ao ODS 16, 6% ao ODS 12, 3% ao ODS 5, 3% ao ODS 10, 3% ao ODS 17, tendo projetos contemplando mais de um objetivo sustentável (Figura 02).

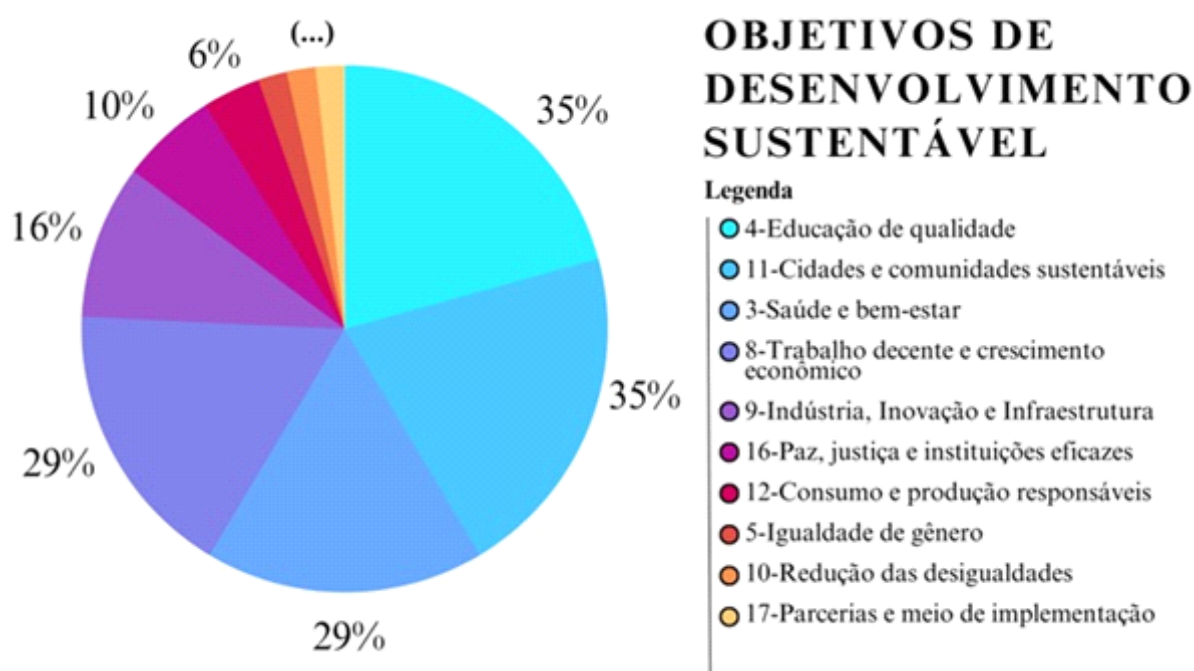


Figura 02: ODS contempladas nos projetos de extensão UFSM
Fonte: Elaborado pelos autores.

Logo, houve um destaque para os ODS 4 (Educação de qualidade) e 11 (Cidades e comunidades sustentáveis), seguidos pelos ODS 8 (Trabalho decente e crescimento econômico) e 9 (Indústria, Inovação e Infraestrutura). Se olharmos especificamente o ano de 2022, estiveram presentes os ODS 3, 4, 5, 8, 9, 11 e 16. Em 2023, mantiveram-se os ODS porém houve um aumento com o acréscimo dos ODS 10, 12 e 17, indicando uma preocupação com a redução das desigualdades no território do Distrito Criativo e também com o consumo e a produção responsáveis, além da importância de parcerias para a efetivação do DC.

Posteriormente, direcionamos nosso olhar para as dimensões integrantes do Distrito Criativo e percebemos que todas as dimensões foram contempladas nos projetos de extensão, ou seja,

“Ambiente Natural e Construído”, “Governança e Políticas Públicas”, “Economia Criativa” e “Identidade e Recursos Culturais”. Notamos que houve um maior número de projetos dentro da dimensão “Identidade e Recursos Culturais”, com 7 menções no edital de 2022 e 11 no de 2023, totalizando 18 menções, seguida pela dimensão “Economia Criativa” com 6 menções em 2022 e 2023. Já os projetos que atendem as dimensões de “Governança e Políticas Públicas” e “Ambiente Natural e Construído” tiveram 4 menções em 2022 e 3 em 2023 (Figura 03).

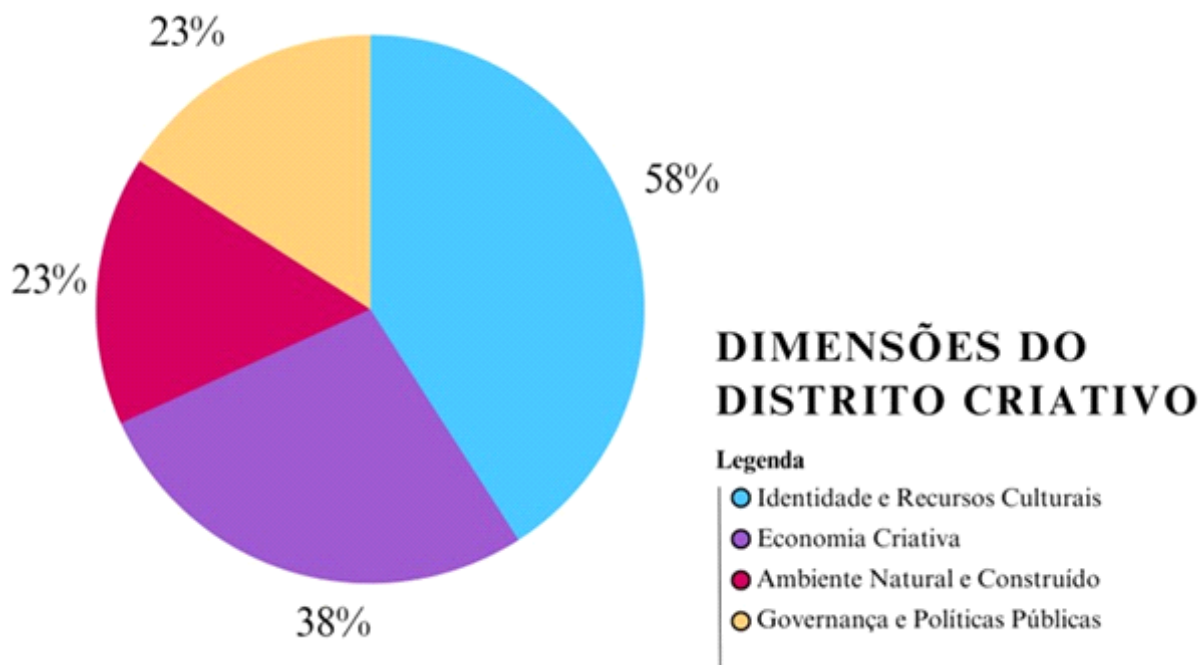


Figura 03: Dimensões do Distrito Criativo contempladas nos projetos de extensão
Fonte: Elaborado pelos autores.

Dessa forma, uma questão importantíssima observada nos projetos é que somente um projeto em 2022 preocupou-se com as questões de igualdade de gênero e atendeu ao ODS 5 (Igualdade de gênero). Em 2023, observamos que a preocupação em atender os ODS dentro dos projetos foi ampliada, em especial, no que se refere ao apoio a sistemas sustentáveis de governança para a cultura, ou seja, a preocupação com a produção, criação e distribuição de atividades, bens e serviços culturais, e o fomento de sistemas mais colaborativos de governança para a cultura, conforme observamos a incidência dos ODS 4 (Educação de Qualidade), 8 (Trabalho Decente e Crescimento Econômico), 16 (Paz, Justiça e Instituições Eficazes) e 17 (Parcerias e Meios de Implementação). Além de evidenciar a cultura como elemento do desenvolvimento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto, é possível observar que Santa Maria vem buscando um desenvolvimento sustentável por meio da implementação do Distrito Criativo Centro-Gare, lançado em abril de 2022. A criação do Distrito Criativo é uma iniciativa conjunta de instituições, organizações e atores sociais e tem como missão promover a colaboração entre diferentes esferas, gerar valor para o território e garantir coesão e continuidade nas ações. Sua visão busca transformar o território em um ambiente de convivência, memória da cidade e desenvolvimento econômico sustentável, cuidando do econômico, do social e do ambiental.

A pesquisa em questão, desenvolvida dentro do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (POSCOM) da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e vinculada ao grupo de pesquisa “Estudos Culturais e Audiovisualidades”, buscou mapear a realidade do Distrito Criativo a partir de projetos de

extensão vinculados à UFSM, a fim de verificar as principais contribuições dos projetos para o desenvolvimento do Distrito Criativo Centro-Gare e de Santa Maria.

Foi adotada uma abordagem exploratória e documental, utilizando métodos como a análise documental para avaliar os projetos de extensão da UFSM direcionados aos editais de fomento ao Distrito Criativo Centro-Gare. Os resultados indicaram um incremento de, aproximadamente, 21% no número de projetos da UFSM com foco no Distrito Criativo em 2023. Também observamos uma diversidade de direcionamentos, públicos, objetivos e ações de extensão, evidenciando a preocupação com o desenvolvimento sustentável, bem como com a preservação do patrimônio cultural da cidade. Logo, entendemos que os projetos desenvolvidos pela Universidade Federal de Santa Maria impactam positivamente no desenvolvimento do território, estabelecendo um compromisso direto com o desenvolvimento sustentável.

De acordo com o Índice de Desenvolvimento Sustentável das Cidades – Brasil (IDSC-BR)¹², para atingir as metas e objetivos da Agenda 2030 nos 5.570 municípios brasileiros, Santa Maria-RS apresenta um nível geral de desenvolvimento médio (de 50 a 59,99), ocupando a classificação geral na posição 1435 de 5570.

Outra questão importante refere-se ao fomento dos ODS da Agenda 2030 no Brasil, recebendo um aumento de 44% no ano de 2022. Os dados são resultado da parceria realizada entre o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) e a Associação Brasileira de Desenvolvimento (ABDE) e apresentados na publicação “Metodologia ABDE-PNUD de Alinhamento do Sistema Nacional de Fomento (SNF) aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável”¹³ que buscaram mapear e classificar os recursos destinados pelo SNF aos 17 ODS. Entre os anos de 2020 a 2022, foram direcionados R\$ 652,5 bilhões aos ODS. De acordo com o estudo, os ODS 2 (Fome Zero e Agricultura Sustentável), 8 (Crescimento Econômico) e 9 (Indústria, Inovação e Infraestrutura) concentraram 58% do total de investimentos. Os ODS 11 (Cidades e Comunidades Sustentáveis), 7 (Energia Limpa e Acessível) e 10 (Redução das Desigualdades) receberam 26% do total. Especificamente sobre o valor do desembolso do Sistema Nacional de Fomento no ODS 11, por ano, encontramos os seguintes valores em milhões: 16.783 (2020); 19.272 (2021) e 25.810 (2022) (ABDE/PNUD, 2023).

Vale lembrar que a análise dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) atendidos pelos projetos de extensão da UFSM evidencia uma preocupação crescente com metas fundamentais, sobretudo aquelas voltadas para a educação de qualidade, cidades sustentáveis, trabalho decente e crescimento econômico. O destaque dado a esses objetivos reforça o compromisso com a construção de uma sociedade mais igualitária, promovendo, assim, práticas inclusivas e colaborativas. Também ressalta a pouca preocupação com as questões de gênero que deveriam estar presentes nos projetos vinculados à dimensão de Identidade e Recursos Culturais.

Portanto, esta pesquisa entende que a comunicação pode consolidar a conscientização e o desenvolvimento sustentável no contexto do Distrito Criativo Centro-Gare, além de destacar a importância de projetos vinculados à UFSM para promover estratégias de desenvolvimento que respeitem as identidades locais, garantindo a cidadania e o sentimento de pertencimento das pessoas em Santa Maria. O entrelaçamento entre comunicação e cultura é apontado como um norteador essencial para analisar as vivências sociais no Distrito Criativo, contribuindo para a concretização da democracia e alinhando-se aos preceitos da Agenda 2030 da ONU.

Ao contemplar todas as dimensões propostas para o Distrito Criativo e sua conexão com os ODS, observamos uma integração consistente com as diretrizes propostas, ademais de um olhar cada vez mais abrangente e inclusivo para com as demandas sociais e culturais da região. Esses projetos de extensão refletem o compromisso da UFSM com o desenvolvimento sustentável e sua capacidade de mobilizar a comunidade acadêmica em prol de ações transformadoras e socialmente relevantes comprometidas com o território.

¹² Índice de Desenvolvimento Sustentável das Cidades – Brasil (IDSC-BR). Disponível em: <<https://idsc.cidadessustentaveis.org.br/profiles/4316907/>>. Acesso em 20 de agosto de 2023.

¹³ Metodologia ABDE-PNUD de Alinhamento do Sistema Nacional de Fomento (SNF) aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Disponível em: <https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2023-09/metodologia_abde_pnud_de_alinhamento_do_sistema_nacional_3.pdf>. Acesso em 21 de agosto de 2023.

REFERÊNCIAS

GOMEZ, L. S. R. OLIVEIRA, A. L. F. Centro Sapiens: Revitalização do Centro Histórico de Florianópolis Através do Incentivo à Economia Criativa. In: Via Revista. Ano 1 - N°1 - set 2016. Disponível em: <<https://via.ufsc.br/wp-content/uploads/2016/10/revistaVIA-1ed.pdf>>. Acesso em: 04 mai. 23.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. IBGE. 2022. Disponível em:<<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/rs/santa-maria.html?>>. Acesso em: 13 mai. 23.

PMSM, PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTA MARIA. Distrito Criativo Centro-Gare, 2022. Disponível em: <http://www.districtocentrogare.com.br/index.php/pt/>. Acesso em: 25 jul. 2023.

PMSM, PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTA MARIA. Santa Maria + Turismo, 2023. Disponível em: <http://www.santamariaturismo.com.br/index.php/pt/>. Acesso em: 25 jul. 2023.

PNUD/ABDE. Metodologia ABDE-PNUD de Alinhamento do Sistema Nacional de Fomento aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. 2023. Disponível em: https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2023-09/metodologia_abde_pnud_de_alinhamento_do_sistema_nacional_3.pdf>. Acesso em 21 set. 2023.

REIS, A. C. F. Cidades criativas: da teoria à prática. São Paulo: SESI-SP editora, 2012.

RELATÓRIO DE ECONOMIA CRIATIVA 2010. Economia criativa uma opção de desenvolvimento. Brasília : Secretaria da Economia Criativa/Minc ; São Paulo : Itaú Cultural, 424 p, 2012.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, M. P. B. Metodologia de Pesquisa. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2013. [E-book]. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788565848367/>. Acesso em: 08 nov. 2023.

SILVEIRA, D. T.; CÓRDOVA; F. P. A pesquisa científica. In: GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. (orgs.). Métodos de pesquisa. Plageder, Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

TEIXEIRA, C.; PIQUÉ, J.; FERREIRA, J. D. Volta ao mundo por meio dos Distritos Criativos. São Paulo: Perse, 2022.

UNCTAD. Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento. Relatório de Economia Criativa 2010. 2010. Disponível em:<<https://unctad.org/topic/trade-analysis/creative-economy-programme>>. Acesso em 10 de outubro de 2023.

UNESCO, Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais, 2005. Paris. Disponível em:<<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000149742>>. Acesso em 20 outubro 2023.

_____. Declaração Universal sobre Diversidade Cultural. Paris, 02 nov 2001. Disponível em: <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000127160>>. Acesso em 20 outubro 2023.

OS PROFISSIONAIS DA COMUNICAÇÃO NA INDÚSTRIA CRIATIVA DE SANTA MARIA–RS

TIAGO COSTA MARTINS¹
VICTOR DA SILVA OLIVEIRA²

INTRODUÇÃO

O campo da comunicação, composto por um conjunto de profissões estabelecidas no trabalho formal, desempenha um papel preponderante na economia criativa e, conseqüentemente, no desenvolvimento local e regional. Jornalistas, publicitários e relações públicas podem ser vistos como criadores de conteúdo ou provedores de serviços criativos. Em qualquer das situações, tais profissionais estão inseridos num sistema produtivo que pode ter protagonismo no desenvolvimento dos territórios: a Indústria Criativa.

O posicionamento dessas ocupações no setor criativo ocorre, em primeiro lugar, pelo fato de a propriedade intelectual ser o insumo básico de sua atuação e existência. Segundo, pela forma como o processo de tomada de decisão criativa orienta a produção criativa, visando à maximização do valor econômico. Em outras palavras, “quase todos os aspectos da qualidade do produto são principalmente determinados pelas condições econômicas em que é produzido, ou seja, o potencial de renda do trabalho” (Throsby, 2001, p. 115). A criatividade tem uma finalidade que, em última instância é gerar algum valor econômico.

Nessa ordem, há de se reconhecer que a atuação das profissões da comunicação tem um papel muito importante no desenvolvimento econômico da Indústria Criativa, impulsionando processos de produção, empregos e geração de renda. Mas como é possível perceber efetivamente a atuação das profissões da comunicação no desenvolvimento da Indústria Criativa? É possível ter uma dimensão de onde essas profissões atuam nos territórios?

Essas questões são diretrizes para o presente estudo, desenvolvido com a iniciativa do Distrito Criativo Centro-Gare, tendo como foco territorial o município de Santa Maria, Rio Grande do Sul. O objetivo do estudo é identificar a atuação dos profissionais da comunicação (jornalistas, publicitários e relações públicas) na Indústria Criativa do município de Santa Maria–RS. Para tanto, o estudo se utilizou das informações contidas na Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) do Ministério do Trabalho e Emprego, aplicando, metodologicamente, a construção analítica do Department for Culture, Media and Sport (DCMS, 2016) do Reino Unido para correlacionar ocupações profissionais e atividades econômicas na Indústria Criativa.

Para a consecução do objetivo do estudo, o presente capítulo apresenta uma breve discussão sobre a Indústria Criativa, focando na compreensão do DCMS (2016) como proxy de análise. Em seguida, é apresentado o percurso metodológico que procura operacionalizar a proxy estabelecida, destacando as categorias de análise — a exemplo de profissões da comunicação e atividades econômicas — na perspectiva do Brasil. O terceiro tópico trará os resultados e as discussões para o caso de Santa Maria–RS, dimensionando os profissionais da comunicação e a Indústria Criativa. Por fim, o último tópico traz as considerações finais, elencando uma agenda teórico-prática para o contexto da indústria criativa em Santa Maria–RS.

¹ Doutor em Desenvolvimento Regional (UNISC). Docente dos programas de pós-graduação em Políticas Públicas (Unipampa) e em Patrimônio Cultural (UFSM). Bolsista Produtividade em Pesquisa CNPq – PQ2. Investigador no Centro de Investigação Transdisciplinar Cultura, Espaço e Memória - CITCEM, Faculdade de Letras, Universidade do Porto, Portugal. tiagomartins@unipampa.edu.br

² Doutor em Geografia (UFPE). Docente da Faculdade de Geografia IETU/Unifesspa e dos Programas de Pós-Graduação em Planejamento e Desenvolvimento Regional e Urbano na Amazônia (Unifesspa) e em Geografia (UFNT). victorsoliveira@unifesspa.edu.br

INDÚSTRIA CRIATIVA

O primeiro ponto de reflexão (mesmo que breve e correndo o risco da superficialidade) está na necessária distinção entre economia criativa e Indústria Criativa. A primeira deve ser vista como um processo econômico relacionado a um determinado setor, enquanto a segunda, a Indústria Criativa, caracteriza-se pela configuração de setores produtivos que têm como insumo básico uma dimensão imaterial, simbólica e criativa, sendo o conteúdo/propriedade intelectual o produto (Martins; Oliveira; Grziwinski, 2019).

A economia criativa abarca a gestão dos recursos, os processos de troca e escolhas, as políticas econômicas, dentre outros pontos. Já a Indústria Criativa é um termo recente e oriundo de uma perspectiva de mercado (Faustino, 2017). A ideia é esboçada na Austrália em 1994, mas é no Reino Unido, em 1997, que o termo ganha pressupostos políticos e econômicos, especialmente por representar a passagem da economia baseada no uso intensivo de capital e no trabalho para uma economia de base intelectual fundamentada no indivíduo (Bendassolli et al., 2009).

Os contornos conceituais podem ser definidos, de um lado, pela forma de produção, que tem a criatividade como recurso-chave, valorizando a arte pela arte, assim como o uso intensivo de novas tecnologias de informação e de comunicação. Por outro lado, pelos produtos gerados, caracterizados por uma variedade infinita, pela diferenciação vertical e pela perenidade. A esses termos, acrescenta-se, ainda, a forma particular de consumo, que tem caráter cultural e apresenta grande instabilidade na demanda (Bendassolli et al., 2009). Vale dizer: é uma situação que remete aos elementos da economia criativa. Nesses termos, sinteticamente, a Indústria Criativa diz respeito a um “conjunto de setores com especificidades no tipo de insumo, na sua forma de transformação, no produto gerado e no consumo realizado” (Martins; Oliveira; Grziwinski, 2019, p. 44).

As taxonomias para o conjunto de atividades culturais e criativas reconhecidas como Indústria Criativa são variadas e longe de estarem próximas de um consenso. Cita-se, por exemplo, o modelo de Propriedade Intelectual e Criatividade elaborado pela Organização Mundial da Propriedade Intelectual (WIPO, 2003); a classificação de setores culturais da UNESCO (2009); o modelo síntese de Indústria Criativa da UNCTAD (2010); e a Indústria Criativa proposta pelo Department for Culture, Media and Sport (DCMS), do Reino Unido (2016).

Para o objetivo do presente estudo o entendimento de Indústria Criativa definido pelo Department for Culture, Media and Sport (DCMS), do Reino Unido, requer uma melhor apresentação. O DCMS define IC como os setores “que têm sua origem na criatividade, habilidade e talento individual e que têm potencial para riqueza e criação de emprego através da geração e exploração da propriedade intelectual” (DCMS, 2016, p. 3, tradução nossa). O conceito liberal do departamento entende que o trabalhador criativo é o insumo mais importante dos setores criativos, pois criatividade, habilidade e talento partem do indivíduo. O foco não está em si no produto, mas no perfil de quem o concebe. Assim, o modelo dinâmico categoriza a IC nos seguintes setores: Publicidade e marketing; Arquitetura; Artesanato; Design: produto, gráfico e moda; Filme, TV, vídeo, rádio e fotografia; TI, software e serviços de informática; Editorial; Museus, galerias e bibliotecas; Música, artes performáticas e artes visuais (Valiati et al., 2017).

Essa definição do DCMS é base para a construção metodológica do estudo em tela. Assim, o tópico a seguir procurará apresentar a forma de construção do modelo, ao passo que, concomitantemente, apresentará o percurso metodológico para entender a comunicação na Indústria Criativa de Santa Maria.

PERCURSO METODOLÓGICO

Reconhece-se que o modelo do DCMS é uma construção dinâmica, ou seja, pode sofrer alterações nas categorias reconhecidas como IC. Isso ocorre porque o departamento separa as “ocupações” criativas das “atividades” criativas.

A classificação das ocupações é oriunda do Standard Occupational Classification (SOC), classificação global da ocupação de uma pessoa de acordo com o trabalho que ela faz e o nível de habilidade requerido. Já as atividades criativas são estabelecidas a partir da Standard Industrial

Classification (SIC), uma classificação global das empresas de acordo com o tipo de atividade econômica em que estão envolvidas (DCMS, 2016).

Assim, primeiro, o DCMS selecionou as ocupações do SOC que são concebidas como criativas. Em seguida, estabeleceu uma relação entre a força de trabalho das ocupações criativas (SOC criativo) dentro das atividades empresariais; em outros termos, localizou os trabalhadores criativos dentro das empresas. Essa relação “ocupações criativas x atividades” foi configurada como uma “intensidade criativa”. Ou seja: i) um conjunto de ocupações foi identificado como criativo; ii) a intensidade criativa foi calculada para todos os setores da economia.; e iii) todos os setores econômicos com uma intensidade criativa de determinado “limite” foram classificados como IC (DCMS, 2016).

Objetivamente, “as indústrias que tiveram mais de 6.000 empregos e uma 'intensidade criativa' de mais de 30 por cento foram consideradas candidatas à inclusão [como indústria criativa]” (DCMS, 2016, p. 19)³.

O fato interessante dessa abordagem ocupacional do Reino Unido é a compreensão de que há profissões criativas dentro das atividades criativas, mas também há profissões criativas em outras atividades não consideradas assim. Por exemplo, publicitários trabalham em agências de publicidade, mas também podem trabalhar em empresas automobilísticas (Martins; Oliveira; Grziwinski, 2019, p. 46).

Assim, inspirado pela construção teórica do DCMS, o presente estudo empreendeu a análise das ocupações da comunicação na Indústria Criativa no município de Santa Maria. As ocupações da comunicação intencionalmente selecionados relacionadas foram jornalista, publicitário e relações públicas. O SOC do DCMS foi espelhado para as ocupações criativas da Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), conforme Quadro 01⁴.

Ocupações	DCMS		Categorização da pesquisa	
	SOC	Descrição família da ocupação	CBO	Descrição Ocupação
Relações Públicas	1134	Diretores de publicidade e de Relações Públicas	142310	Gerente de comunicação
	2472	Profissionais das Relações Públicas	142325	Relações Públicas
			142340	Ouvidor
Publicitário	2473	Gerentes de contas de publicidade e diretores criativos	253115	Publicitário
			253130	Diretor de criação
			253110	Redator de publicidade
Jornalista	2471	Jornalistas, editores de jornais e periódicos	261125	Jornalista
			261135	Repórter (rádio e televisão)
			261110	Assessor de imprensa

Quadro 01: Ocupações da comunicação e Classificação Brasileira de Ocupações (CBO).
Fonte: Elaborado pelos autores.

³ O órgão fez uma distinção entre economia criativa e Indústria Criativa: a economia incluiu a contribuição de todas as profissões criativas que estão dentro e fora da indústria criativa; já Indústria Criativa inclui apenas aquelas ocupações criativas que trabalham nas empresas reconhecidas como atividades criativas (DCMS, 2016).

⁴ A Classificação Brasileira de Ocupações “tem por finalidade a identificação das ocupações no mercado de trabalho, para fins classificatórios junto aos registros administrativos e domiciliares” (Ministério da Economia, 2020).

Para as atividades econômicas ligadas aos estabelecimentos, tais como empresas, o Standard Industrial Classification é equivalente à Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) no Brasil. A CNAE é um sistema de codificação dividido em duas partes: uma alfabética com um nível (Seção), e outra numérica com quatro níveis (Divisão, Grupo, Classe e Subclasse). Assim, a ordem estabelecida é Seção (A, B, C...) > Divisão (02 dígitos) > Grupo (03 dígitos) > Classe (04 dígitos) > Subclasse (05 dígitos). Existem 20 seções, dentre as quais estão agricultura, pecuária, indústrias de transformação; informação e comunicação; educação; dentre outras.

A Indústria Criativa não é reconhecida na CNAE, o que exige o reagrupamento dos códigos em uma Seção específica, retirando códigos das existentes, como da seção “informação e comunicação”. O estudo, assim, fez uma classificação da IC seguindo o modelo do DCMS de acordo com a nomenclatura e equivalência entre os códigos, conforme o Quadro 02.

IC	Subclasse	Descrição
Publicidade e marketing	70204/00	atividades de consultoria em gestão empresarial, exceto consultoria técnica específica
	73114/00	agências de publicidade
	73122/00	agenciamento de espaços para publicidade
	73190/01	criação e montagem de estandes para feiras e exposições
	73190/01	criação estandes para feiras e exposições
	73190/02	promoção de vendas
	73190/03	marketing direto
	73190/04	consultoria em publicidade
	73190/99	outras atividades de publicidade não especificadas anteriormente
Arquitetura	71111/00	serviços de arquitetura
Artesanato	32124/00	fabricação de bijuterias e artefatos semelhantes
Design: produto, gráfico e moda	74102/01	design
	74102/02	decoração de interiores
	74102/02	design de interiores
	74102/03	design de produto
	74102/99	atividades de design não especificadas anteriormente
Filme, tv, vídeo, áudio e fotografia	59111/01	estúdios cinematográficos
	59111/02	produção de filmes para publicidade
	59111/99	atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão especificadas anteriormente
	59120/01	serviços de dublagem
	59120/02	serviços de mixagem sonora em produção audiovisual
	59120/99	atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão especificadas anteriormente
	59120/99	atividades de pós produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão especificadas anteriormente
	59138/00	distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão
	59146/00	atividades de exibição cinematográfica
	60101/00	atividades de rádio
	59201/00	atividades de gravação de som e de edição de música
	60217/00	atividades de televisão aberta
	60225/01	programadoras
	60225/02	atividades relacionadas à televisão por assinatura
	74200/01	atividades de produção de fotografias, exceto aérea e submarina
	74200/02	atividades de produção de fotografias aéreas e submarinas
	74200/03	laboratórios fotográficos
	74200/04	filmagem de festas e eventos
	74200/05	serviços de microfilmagem
TI, software e serviços de informática	62023/00	desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis
	62031/00	desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não customizáveis
	62015/00	desenvolvimento de programas de computador sob encomenda
	62015/02	web design
	62091/00	suporte técnico, manutenção e outros serviços em tecnologia da informação
Editorial	62040/00	consultoria em tecnologia da informação
	58115/00	edição de livros
	58123/00	edição de jornais
	58123/01	edição de jornais diários
	58123/02	edição de jornais não diários
	58131/00	edição de revistas
	58212/00	edição integrada à impressão de livros
	58221/00	edição integrada à impressão de jornais
	58221/01	edição integrada à impressão de jornais diários
	58221/02	edição integrada à impressão de jornais não diários
	58239/00	edição integrada à impressão de revistas
	58298/00	edição integrada à impressão de cadastros, listas e de outros produtos gráficos
	58191/00	edição de cadastros, listas e de outros produtos gráficos
	74901/01	serviços de tradução, interpretação e similares
	63917/00	agências de notícias
	74901/99	outras atividades profissionais, científicas e técnicas (serviços de design gráfico e diagramação)

Museus, galerias e bibliotecas	91015/00	atividades de bibliotecas e arquivos
	91023/01	atividades de museus e de exploração de lugares e prédios históricos e atrações
	91023/02	restauração e conservação de lugares e prédios históricos
Música, artes performáticas e artes visuais	90019/01	produção teatral
	90019/02	produção musical
	90019/03	produção de espetáculos de dança
	90019/04	produção de espetáculos circenses, de marionetes e similares
	90019/05	produção de espetáculos de rodeios, vaquejadas e similares
	90019/06	atividades de sonorização e de iluminação
	90019/99	artes cênicas, espetáculos e atividades complementares
	85929/01	ensino de dança
	85929/02	ensino de artes cênicas, exceto dança
	85929/03	ensino de música
	85929/99	ensino de arte e cultura não especificado anteriormente
	90027/02	atividades de artistas plásticos, jornalistas independentes e escritores
	90027/01	restauração de obras de arte
	90035/00	gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas
	74901/05	agenciamento de profissionais para atividades esportivas, culturais e artísticas

Quadro 02 – Indústria Criativa e a Classificação Nacional de Atividades Econômicas.

Fonte: Elaborado pelos autores.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Para a análise das profissões da comunicação na Indústria Criativa de Santa Maria (RS), a presente pesquisa se utilizou dos microdados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) do Ministério do Trabalho e Emprego brasileiro entre os anos de 2012 e 2021. A base de dados fornece informações sobre os vínculos formais e os estabelecimentos. Foram assumidas quatro variáveis para analisar as profissões da comunicação na IC do município: i) número de vínculos; ii) salários (em salários-mínimos); iii) salários (nominal); e iv) número de estabelecimentos.

O foco central do artigo são as profissões da comunicação na IC em Santa Maria. No entanto, para fins de potencializar a capacidade analítica em termos comparativos, são apresentados também dados do Rio Grande do Sul. A Figura 01, a seguir, demonstra o escopo da proposta.

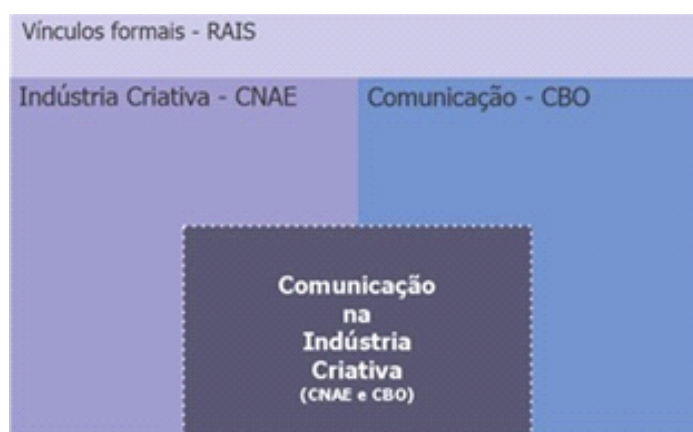


Figura 01⁵: Escopo analítico do artigo, para Santa Maria e Rio Grande do Sul.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Como exposto graficamente na Figura 01, os vínculos formais da comunicação na Indústria Criativa estão contidos em três outros grupos maiores: da comunicação (não necessariamente na

⁵ Para estabelecimentos, desconsiderar as variáveis compostas a partir do CBO, uma vez que elas são definidas a partir do vínculo profissional, não do estabelecimento.

Indústria Criativa), da Indústria Criativa (não necessariamente profissionais da comunicação) e, por fim, dos vínculos totais. Inicia-se a exposição de resultados a partir desses recortes para posterior investigação do caso em tela.

A Indústria Criativa em Santa Maria

A Figura 02 demonstra a variação anual (year over year - YoY) dos vínculos formais totais de Santa Maria. O gráfico ilustra que nos nove anos analisados — 2012 está ausente porque é o ano base —, em seis oportunidades **houve acréscimo no número de empregos; no entanto, a uma taxa pouco expressiva de 0,43% ao ano**, sendo a variação total do período (Δ 2012/2021) de 3,9%.

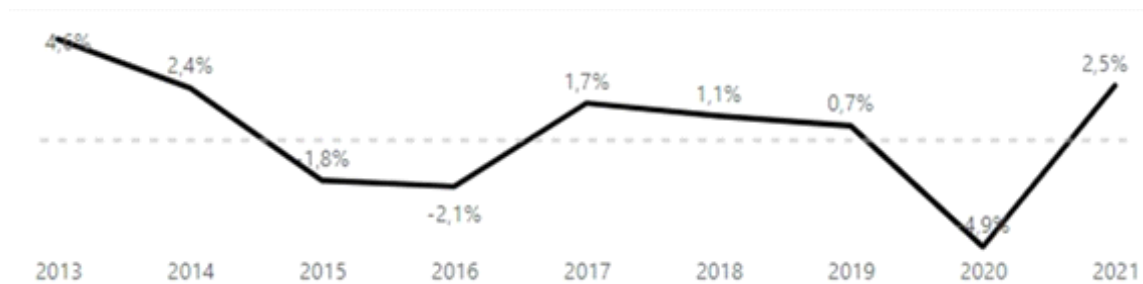


Figura 02: Variação anual dos vínculos formais em Santa Maria. Ano base 2012: 66.117.
Fonte: Elaborado pelos autores a partir de Rais (2023).

Ao verificar o mesmo gráfico, considerando apenas os vínculos da Indústria Criativa de Santa Maria, o contraste com o panorama geral do emprego formal fica evidente. Apesar da maior volatilidade, com variações anuais que foram de 22,1% positivo até 10,4% negativo, o saldo do período na Indústria Criativa do município é expressivamente superior.

O crescimento total no período em questão foi de 46,5%, com taxa média anual de 5,16%. Por consequência, **a representatividade do segmento para o emprego formal de Santa Maria vem crescendo: saiu de 1,14% em 2012 para 1,61% em 2021.**

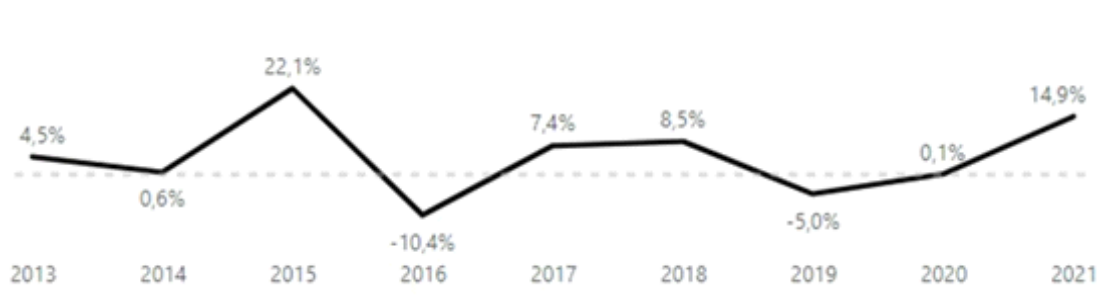


Figura 03: Variação anual dos vínculos formais na Indústria Criativa em Santa Maria. Ano base 2012: 753.
Fonte: Elaborado pelos autores a partir de Rais (2023).

O considerável crescimento da Indústria Criativa em Santa Maria se mostra parte de um contexto maior, verificado no Rio Grande do Sul. A taxa média de crescimento no estado foi de 6,24% ao ano, com um total de 56,2% no período analisado (Figura 04). Nota-se, assim, que a variação de Santa Maria, mesmo expressiva, mostrou-se inferior à variação do Rio Grande do Sul; no entanto, diferentemente do estado, **a Indústria Criativa em Santa Maria foi mais resiliente a crise entre 2020/2021**, assim como se recuperou mais rapidamente.

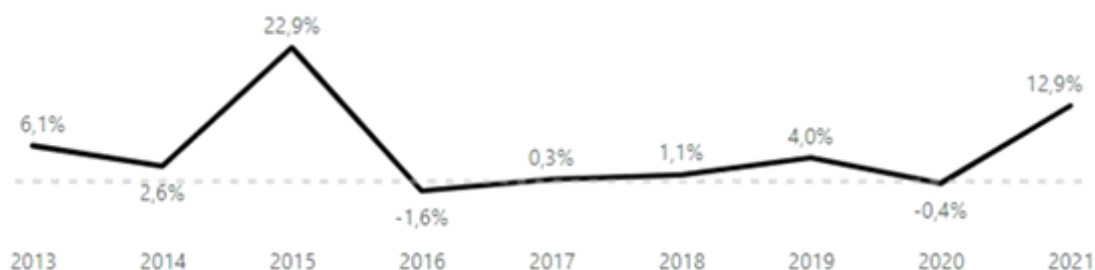


Figura 04: Variação anual dos vínculos formais na Indústria Criativa no Rio Grande do Sul.

Ano base 2012: 37.744.

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de Rais (2023).

A ampliação do número de vínculos na Indústria Criativa em Santa Maria é acompanhada por um aumento da remuneração média recebida pelo trabalhador. A Figura 05 posiciona, em perspectiva, a variação nominal dos vínculos do segmento com os salários (em salário-mínimo - Sm⁶) recebidos.

O crescimento verificado foi de 25,9%, saindo de 1,85 SM para 2,33 SM em média. Apesar do aumento, o indicador fica abaixo da média do trabalhador dos demais setores do município 3,35 SM, ou seja, um trabalhador formal da indústria criativa de Santa Maria recebe menos de 70% dos trabalhadores dos demais setores.

A situação é diretamente oposta a verificada no Rio Grande do Sul. **No estado, enquanto a média de todos os trabalhadores é 2,97 SM, os vinculados a Indústria Criativa recebem 4,24 SM, ou seja, mais de 40% acima da média geral.**

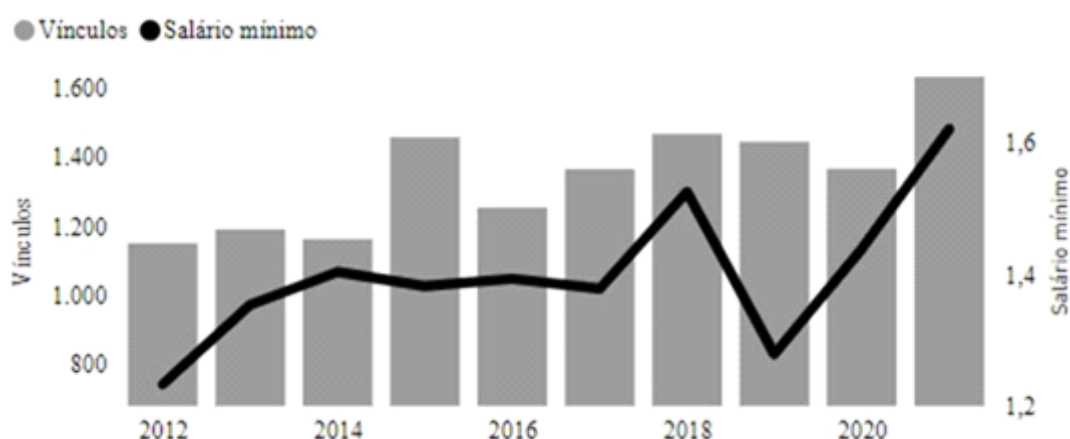


Figura 05: Vínculos formais e média em salários-mínimos da remuneração do trabalhador da Indústria Criativa em Santa Maria.

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de Rais (2023).

Outro contraste perceptível entre os dados gerais e a especificidade da Indústria Criativa nos anos analisados pode ser verificado por meio do número de estabelecimentos. Santa Maria presenciou uma queda do número de estabelecimentos no geral, como exposto na Figura 06, na média de -0,8% ao ano (Δ 2012/2021: -7,2%), com apenas dois anos com crescimento positivo. Esse fato demonstra a fragilidade encontrada mesmo no período pré-pandemia.

⁶ Utiliza-se salário-mínimo ao invés do valor nominal na análise comparativa entre anos para mitigar os efeitos inflacionários e possibilitar uma análise temporal. Salários-mínimos considerados: 2012: R\$622; 2013: R\$678; 2014: R\$724; 2015: R\$788; 2016: R\$ 880; 2017: R\$937; 2018: R\$954; 2019: R\$998; 2020: R\$1.039; 2021: R\$1.100



Figura 06: Variação anual dos estabelecimentos em Santa Maria. Ano base 2012: 7.214.

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de Rais (2023).

Por sua vez, no período, a Indústria Criativa apresentou um crescimento médio anual de 3,06% (Δ 2012/2021: 27,6%), como mostra a Figura 07. **Em termos nominais para comparação, enquanto no cenário econômico santamariense eram fechadas 58 empresas por ano (saldo entre aberturas e fechamentos), a indústria criativa criava 4 novos empreendimentos.**



Figura 07: Variação anual dos estabelecimentos da Indústria Criativa em Santa Maria. Ano base 2012: 127.

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de Rais (2023).

Assim como em relação aos vínculos, o crescimento do número de estabelecimentos da Indústria Criativa em Santa Maria se explica, em parte, por um movimento verificado no Rio Grande do Sul (Figura 08). No estado, a taxa de crescimento médio foi de 2,1% (Δ 2012/2021: 18,9%), indicador que se apresenta inferior ao de Santa Maria. Aliado ao crescimento em índices menores nos vínculos da Indústria Criativa de Santa Maria do que no estado, isso **pode indicar que, no município, há um crescimento em razão do surgimento de novos empreendimentos como variável explicativa superior ao Rio Grande do Sul; no qual, por seu turno, as empresas já existentes vêm empregando mais trabalhadores.**

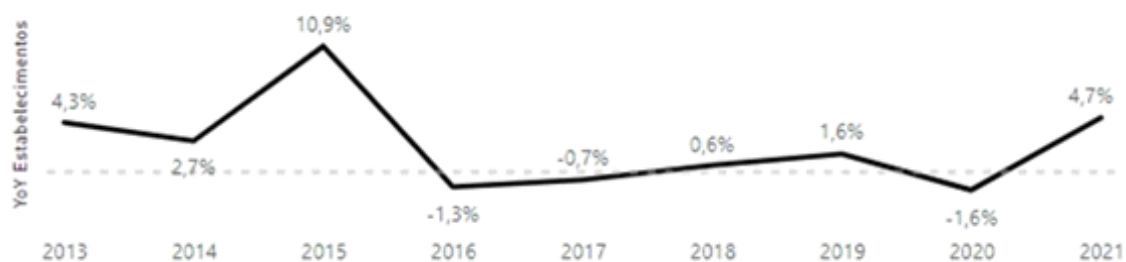


Figura 08: Variação anual dos estabelecimentos na Indústria Criativa no Rio Grande do Sul. Ano base 2012: 4.626

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de Rais (2023).

Ao finalizar análise sobre a Indústria Criativa, apresentam-se as informações do valor nominal dos salários de acordo com o segmento responsável no Rio Grande do Sul e em Santa Maria. Esse dado se mostra relevante porque, apesar de o número de vínculos e estabelecimentos ser relativamente pequeno diante do total do estado e do município, a consideração da magnitude representada em termos nominais fornece um vislumbre sobre a pertinência dos segmentos e o potencial capaz de ser gerado a partir do encadeamento produtivo da Indústria Criativa.

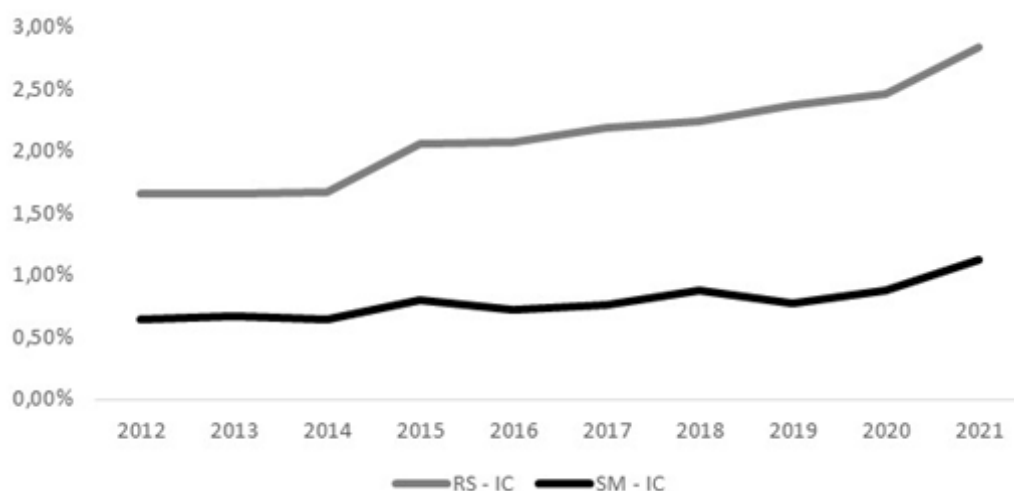


Figura 09 – Variação percentual da participação (nominal) da Indústria Criativa nos salários pagos no Rio Grande do Sul e em Santa Maria.
Fonte: Elaborado pelos autores a partir de Rais (2023).

Por fim, para este tópico, a Figura 09, apresenta a participação da Indústria Criativa no total da geração de renda por meio de salários no Rio Grande do Sul e em Santa Maria. Nota-se que, no estado, a participação é superior, partindo de 1,65% do total para 2,84%. Já Santa Maria começa a série histórica com 0,56% e atinge o índice de 1,12%. Como mencionado, apesar de percentualmente ser um indicador esguio, ao olhar o valor nominal, a expressividade do segmento é trazida à tona: **em 2021, último ano de análise, a Indústria Criativa, apenas em salários diretamente pagos a trabalhadores formais, inseriu na economia santamariense mais de R\$ 34 milhões.**

Os profissionais da comunicação na Indústria Criativa de Santa Maria

A partir do número de vínculos, outro recorte analisado é o número de trabalhadores da comunicação ativos no estado e em Santa Maria. Nota-se, na Figura 10, **um crescimento no número de empregos formais da comunicação em Santa Maria.** Até o ano de 2017, houve contínuos aumentos do número de trabalhadores, embora com percentuais distintos. Posteriormente, verifica-se um decréscimo que, no saldo do período analisado, manteve-se positivo, com crescimento médio anual de 2,81% ($\Delta 2012/2021$: 25,3%).

Comparativamente, os vínculos da Indústria Criativa cresceram em ritmo mais acelerado que os vínculos da comunicação (5,16% x 2,81%). Resta verificar detalhes no interior dos indicadores trazidos até então, como os subsetores da Indústria Criativa e, sobretudo, a ocupação na comunicação.

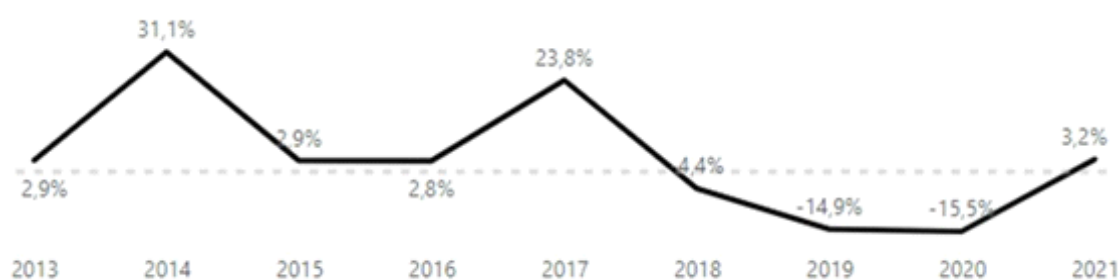


Figura 10 – Variação anual dos vínculos formais da ocupação Comunicação em Santa Maria. Ano base 2012: 103.
Fonte: Elaborado pelos autores a partir de Rais (2023).

A Figura 11 apresenta, por subsetor, a estratificação dos vínculos na Indústria Criativa de Santa Maria em 2021. Nota-se a concentração dos trabalhadores em “TI, software e serviços de informática”. Dos 1.103 vínculos totais, aproximadamente 47% estão alocados nesse setor. Devido à natureza de atividades relacionadas à tecnologia da informação e às possibilidades laborais emergentes em anos recentes, é possível atribuir, como hipótese, a não permanência/pertencimento de tais trabalhadores no território — apesar do seu registro no município.

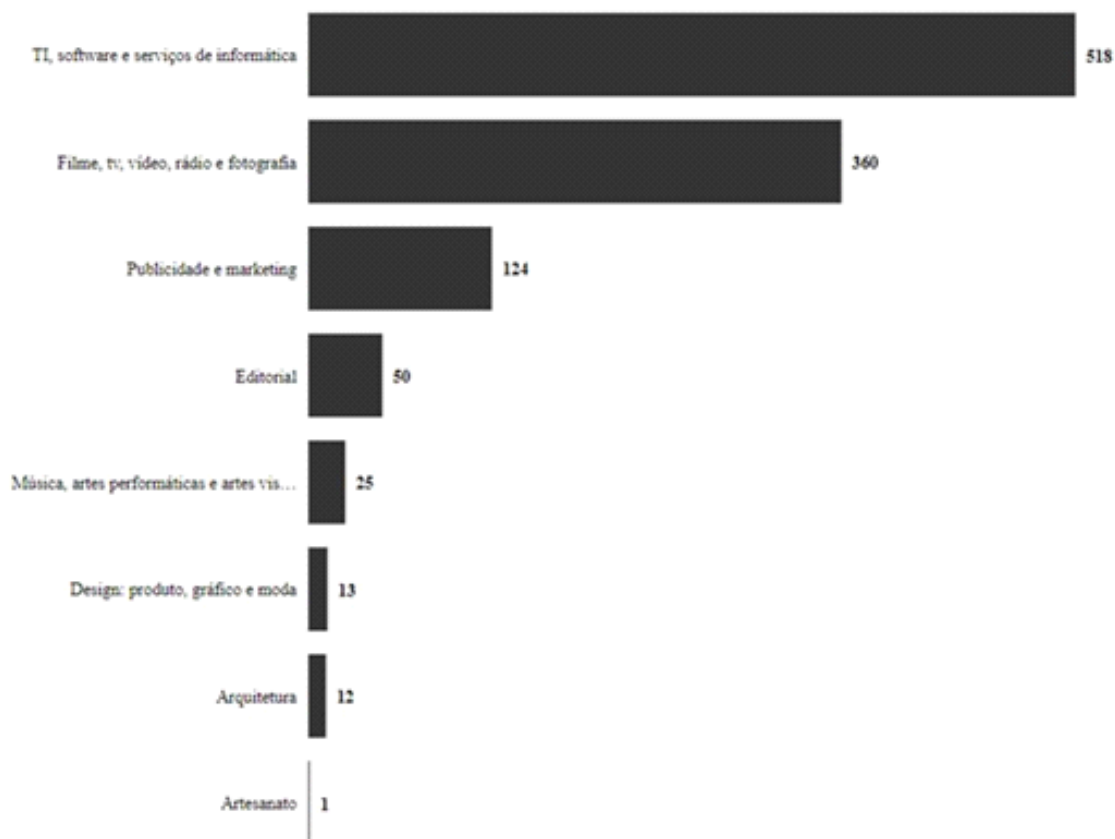


Figura 11 –Vínculos formais por subsetores da Indústria Criativa em 2021..
Fonte: Elaborado pelos autores a partir de Rais (2023).

Como mencionado anteriormente, o crescimento da Indústria Criativa, em comparação ao estado, decorre da abertura de novos empreendimentos em paralelo à ampliação de vagas em empresas já existentes. O gráfico da Figura 12 demonstra a estratificação dos estabelecimentos por subsetor em 2021. Diferentemente do gráfico anterior, que apresenta os vínculos, na Figura 12, o principal subsetor em estabelecimentos é **publicidade e marketing**. Logo, sendo esse subsetor **responsável por quase 26% dos estabelecimentos da indústria criativa e por 11,2% dos vínculos, pode-se concluir que, comparativamente, a outros subsetores, o ramo de publicidade e marketing se caracteriza por pequenas empresas.**

O oposto, no entanto, é verificado no subsetor “**TI, software e serviços de informática**”. Enquanto esse subsetor cobre quase a metade dos vínculos (trabalhadores formais) da Indústria Criativa do município, entre **os estabelecimentos, representa apenas 25%, apesar do expressivo crescimento no período, saindo de 19 empresas para 42 entre 2012/2021**. Em termos de crescimento, verificou-se, respectivamente, apenas nos subsetores de “TI, software e serviços de informática”, “publicidade e marketing” e “design: produto gráfico e moda”, sendo este último menos expressivo. Os demais subsetores apresentaram decréscimo de empreendimentos.

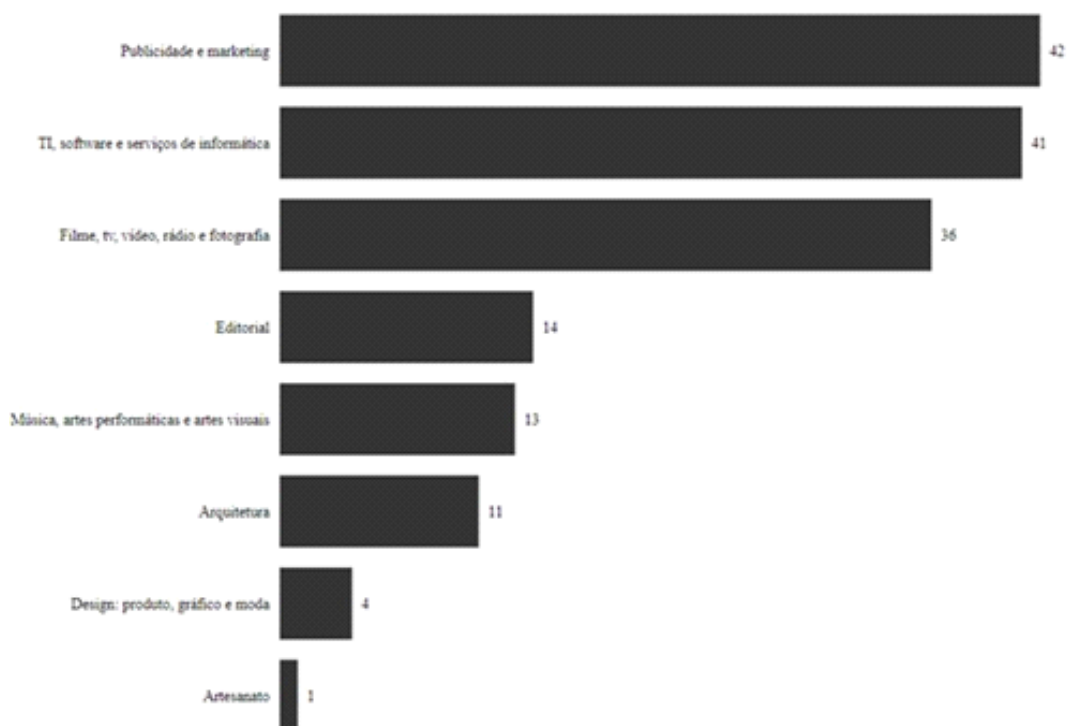


Figura 12 – Estabelecimentos por subsetores da Indústria Criativa em 2021.
Fonte: Elaborado pelos autores a partir de Rais (2023).

Por fim, observa-se a variação anual dos trabalhadores da comunicação no interior da Indústria Criativa em Santa Maria. Entre os anos analisados, verifica-se praticamente uma estabilidade, mas não sem volatilidade, como apresenta o gráfico da Figura 13. O momento de maior número de vínculos foi o ano de 2017, com 66 empregados que, por sua vez, representavam 7,1% dos vínculos na Indústria Criativa. Após 2017, apesar de uma breve recuperação entre 2020 e 2021, os indicadores decresceram significativamente. No ano de 2021, havia 18 pessoas empregadas, representando 1,6% do total da Indústria Criativa.

Logo, como tratado anteriormente, houve um crescimento no número de vínculos e de estabelecimentos na Indústria Criativa, o que também foi verificado quanto à ocupação da comunicação. No entanto, esse movimento não foi acompanhado pelo aumento de trabalhadores da comunicação no interior da Indústria Criativa em Santa Maria.

Esse dado pode ser interpretado de diferentes formas. A primeira é a efetiva diminuição dos postos de trabalho para trabalhadores da comunicação na Indústria Criativa. Outra hipótese é a mudança da classificação dos trabalhadores no interior das empresas ou, mais provável, o reemprego — após queda dos anos antes e durante a pandemia — em outros tipos de ocupações, mas que também demandam conhecimento e prática associada às atividades típicas da comunicação. Em outros termos, profissionais da comunicação estão sendo alocados em outras atividades da Indústria Criativa.

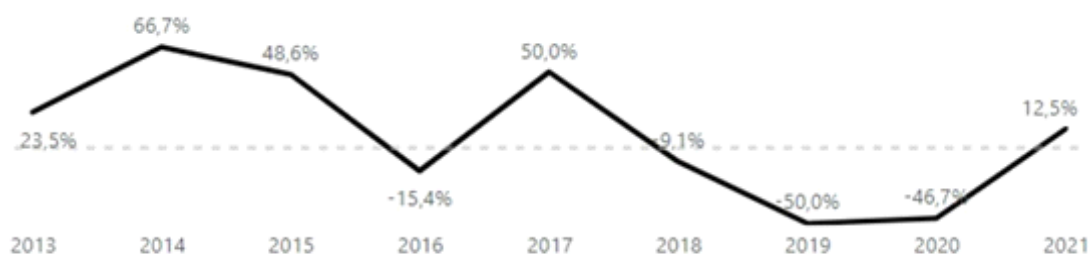


Figura 13 – Variação anual dos vínculos formais da ocupação Comunicação na indústria Criativa em Santa Maria. Ano base 2012: 17.
Fonte: Elaborado pelos autores a partir de Rais (2023).

Os 18 trabalhadores da comunicação na Indústria Criativa em Santa Maria em 2021 estão distribuídos, conforme a Figura 14, do seguinte modo: 15 publicitários em quatro subsetores; um relações públicas; e dois jornalistas em dois subsetores.

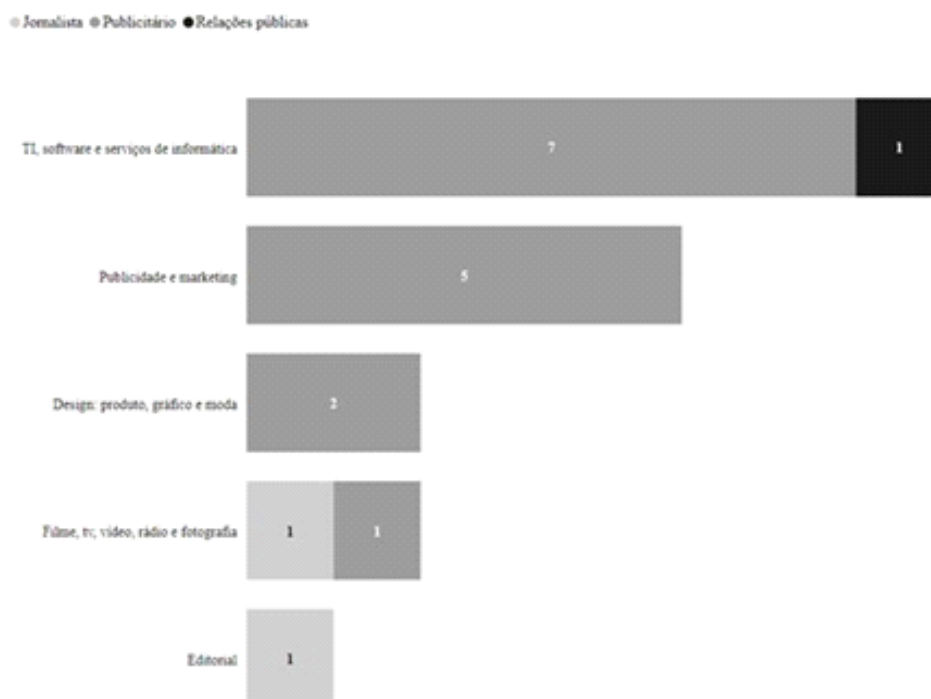


Figura 14 – Distribuição dos vínculos da comunicação por subsetor da Indústria Criativa de Santa Maria em 2021.
Fonte: Elaborado pelos autores a partir de Rais (2023).

A distribuição desses profissionais por subsectores demonstra uma concentração expressiva em áreas como publicidade em TI, software e serviços de informática. No entanto, sinaliza uma possível redistribuição das capacidades e habilidades dos profissionais da comunicação para outros domínios dentro da Indústria Criativa. Essa dinâmica demonstra não apenas uma mudança quantitativa, mas também qualitativa na ocupação desses profissionais, refletindo uma adaptação às demandas emergentes desse setor em constante evolução.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa procurou seguir uma aproximação teórica e metodológica em que a Indústria Criativa é constituída pela centralidade das ações dos trabalhadores criativos, considerando a premissa de que o processo criativo recai na habilidade e no talento do indivíduo. Sob esse viés, as considerações finais para o estudo da Indústria Criativa em Santa Maria, mesmo que restrita às poucas laudas deste capítulo, apontam para alguns pontos de reflexão — tanto para pesquisadores quanto para gestores públicos.

Para o setor criativo em Santa Maria, há de se ter em conta a seguinte situação: houve um crescimento significativo na Indústria Criativa de Santa Maria ao longo dos anos, com um aumento considerável no número de estabelecimentos e vínculos formais. Durante o período da crise de 2020/2021, o setor se manteve resiliente, sinalizando sua adaptabilidade e uma perspectiva promissora para os profissionais envolvidos. Apesar do crescimento, a remuneração média dos trabalhadores da Indústria Criativa em Santa Maria permaneceu abaixo da média de outros setores. Além disso, o destaque em Santa Maria fica para os setores de “TI, software e serviços de informática” e “publicidade e marketing”. Isso sugere uma amplitude desse ecossistema criativo e liga uma alerta para a abordagem locacional das políticas públicas para o setor — vide a proposta do Distrito Criativo Centro-Gare.

Por fim, para os profissionais da comunicação na Indústria Criativa do município, além da concentração em subsectores específicos da Indústria Criativa, é preciso destacar que o crescimento

inicial no número de empregos formais e o posterior declínio exigem uma compreensão mais profunda das tendências e mudanças no mercado de trabalho específico para a comunicação. O declínio no número de trabalhadores da comunicação não necessariamente reflete uma diminuição na demanda por habilidades comunicacionais, mas uma possível reconfiguração e adaptação desses profissionais. A mudança na classificação ou a diversificação das funções associadas às atividades de comunicação pode indicar uma resposta dinâmica a novas demandas do mercado, instigando os profissionais a considerarem uma ampla gama de habilidades para maximizar suas oportunidades na Indústria Criativa.

AGRADECIMENTOS

Os autores agradecem ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) pela subvenção ao projeto de pesquisa (processo: 405088/2023-0) e pela concessão de bolsa produtividade em pesquisa (307567/2022-2).

REFERÊNCIAS

BENDASSOLLI, Pedro F. et al. Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. ERA, São Paulo, v. 49, n.1, jan./mar 2009, p. 10-18.

CONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O COMÉRCIO E DESENVOLVIMENTO - UNCTAD. Relatório de Economia criativa – uma opção de desenvolvimento viável. UNCTAD: 2010. Disponível em: <http://unctad.org/pt/docs/ditctab20103_pt.pdf>. Acesso em: 14 de setembro 2023.

Department for Culture, Media and Sport - DCMS. Creative Industries Economic Estimates Methodology, January 2016. Disponível em: <<https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-economic-estimatesmethodology>>. Acesso em: 10 de setembro 2023.

FAUSTINO, Paulo. Indústrias Criativas - mídia, cultura, econômica e criatividade. Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. 40 (3), p. 211-220, 2017.

MARTINS, Tiago Costa; OLIVEIRA, Victor. da Silva; GRZIWINSKI, Darlan Santos. A comunicação na Indústria Criativa: uma análise a partir da atividade trabalhista formal no Brasil. Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional, [S. l.], v. 15, n. 4, jul, 2019. Disponível em: <https://www.rbgr.net/revista/index.php/rbgr/article/view/4840>. Acesso em: 21 nov. 2023.

Ministério da Economia. Classificação Brasileira das Ocupações. Disponível em: <http://www.mtecbo.gov.br/cbsite/pages/home.jsf>. Acesso em: 22 de setembro de 2020.

Ministério do Trabalho e Emprego. Relação Anual de Informações Sociais - RAIS. Disponível em: < <https://bi.mte.gov.br/bgcaged/login.php>>. Acesso em: 04 de outubro 2023.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA (UNESCO). Marco de Estadísticas culturales (MEC) 2009. Montreal: UNESCO-UIS, 2009.

RELAÇÃO ANUAL DE INFORMAÇÕES SOCIAIS (RAIS).

THROSBY, David. The concentric circles model of the cultural industries. Cultural Trends, vol. 17, n. 3, Sep. 2008, p. 147-164.

WIPO. Guide ON Surveying the Economic Contribution of the Copyright Industries. Geneve, Suíça: WIPO, 2003.

VALIATI, Leandro; et al. Economia Criativa e da Cultura: conceitos, modelos teóricos e estratégias metodológicas. IN: VALIATI, Leandro; FIALHO, Ana Letícia do N. Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2017.

COMUNICAÇÃO TERRITORIAL: REFLEXÕES TEÓRICAS PRELIMINARES

JAUQUELINE QUINCOZES KEGLER¹

INTRODUÇÃO

O cenário empírico e científico em que se propõe esta reflexão da comunicação para o desenvolvimento, situa-se no Brasil meridional, território central do estado do Rio Grande do Sul, e emerge da experiência e das interações com atores e instituições que se entrelaçam. Entre elas, a Universidade Federal de Santa Maria, através das suas atividades de ensino, pesquisa, extensão e de desenvolvimento com foco no entorno geográfico, político, social e cultural. Entre as estruturas setoriais universitárias que a legitimam como atuante para o desenvolvimento territorial local e relacionam-se na base empírica deste estudo, podemos referenciar a Pró-reitoria de Extensão, responsável por grande parte do estímulo, orientação e fomento das ações extensionistas na atualidade; o Programa Pós-graduação em Extensão Rural, espaço de doutoramento da pesquisadora e que, desde 1975 organiza-se para se dinâmicas das ciências associadas à área a Extensão e Desenvolvimento Rural, incorporando a comunicação como tema e objeto das suas investigações. E os Cursos de Comunicação Social – Relações Públicas e de Pós-graduação em Comunicação, que acolhem a perspectiva de comunicação pública e, sobre ela, investem em ações de iniciação científica e ao extensionismo no território observado.

O contexto científico versa especialmente acerca de resultados de estudos anteriores desenvolvidos especialmente através de projetos do Grupo de Pesquisa Comunicação e Desenvolvimento/CNPq. Tais projetos possuem metodologias variadas que comportam técnicas como: pesquisa documental, pesquisa exploratória, técnicas integrativas entre pesquisa e extensão como grupos focais e seminários, análise de discurso, entrevistas, questionários, mapeamentos e observação não participante. Neste texto, serão abordadas noções sobre território (HAESBAERT, 2002; PECQUEUR, 2006), identidade territorial (BAUMAN, 2005; CASTELLS, 2006; FROELICH, 2010; KEGLER, 2011) desenvolvimento territorial, mediação (SODRÉ, 2022), função política de Relações Públicas (PORTO SIMÕES, 1995), legitimidade e visibilidade (HABERMAS, BARICHELLO, 2001, 2004; BERGER e LUCKAMANN, 1985) e adiciona-se resultados preliminares de uma pesquisa sobre o estado da arte sobre o termo Comunicação Territorial. Trata-se de uma proposta teórica como uma lente de observação e atuação em territórios dada pela intersecção entre conceitos operacionais: identidade territorial, mediação e processo comunicativo. Tal relação possibilita propor, com objetivo didático e aplicado, as categorias e fases de comunicação territorial.

Sobre o território em si, que serve para a observação dos conceitos operacionais e sua articulação, delimita-se pelo que é denominado como Quarta Colônia. A Quarta Colônia (QC) constitui-se politicamente a partir da atuação do Consórcio de Desenvolvimento Sustentável (Condesus) e integra interesses de nove municípios² representados pelos seus Poderes Executivos. Este território hoje é reconhecido como um Geoparque Mundial da UNESCO, conquista alcançada a partir de iniciativa conjunta do Condesus e da Universidade Federal de Santa Maria, com intenção de desenvolvimento endógeno regional. Um geoparque³ é um local em que a memória é preservada

¹ Professora Associada do Departamento de Ciências da Comunicação (UFSM). Líder do Grupo de Pesquisa Comunicação e Desenvolvimento/CNPq. Tutora do Programa de Educação Tutorial da Comunicação Social (PETCom). Mestre em Comunicação (UFSM) e Doutora em Extensão Rural (UFSM). Atua em projetos interdisciplinares que tematizam comunicação pública e desenvolvimento das instituições e do território. jaqueline.kegler@ufsm.br

² Agudo, Dona Francisca, Faxinal do Soturno, Ivorá, Nova Palma, Pinhal Grande, Restinga Sêca, São João do Polêsine e Silveira Martins.

³ Certificação atribuída pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) é uma agência especializada das Nações Unidas (ONU) que busca construir a paz por meio da cooperação internacional em Educação, Ciências e Cultura.

para gerar desenvolvimento e até 2021 existiam cento e setenta e sete (177) geoparques mundiais, sendo apenas três (3) brasileiros.

Neste caso e neste momento histórico, o reconhecimento como Geoparque UNESCO é exemplar. Em outros momentos, podemos afirmar que a consolidação do Condesus ou mesmo a visibilidade de sentidos identitários ligados à italianidade estavam entre esses objetivos de diferenciação do território. Nos dois processos, há imponência do processo de comunicação, que parte do vínculo, passa pela visibilidade e pode alcançar a legitimação através dos relacionamentos. Por isso, o estudo justifica-se pela interdisciplinaridade e pela articulação de conceitos, acenando cenários e metodologias contemporâneos para atuação dos técnicos e pesquisadores da área comunicacional em organizações e grupos variados, em sua maioria, delimitada pelas relações e objetivos de interesse público.

O capítulo está estruturado em três partes principais: “Desenvolvimento territorial: a perspectiva para estudo e práxis comunicacional”, “Identidade, visibilidade e legitimação: os objetivos da comunicação territorial” e “A busca de uma matriz para a atuação e estudo da Comunicação Territorial”. As considerações finais apontam para o cenário fértil e necessidade de avanço nas investigações que articulam os temas.

DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL: A PERSPECTIVA PARA ESTUDO E PRÁXIS COMUNICACIONAL

A perspectiva de desenvolvimento territorial considera o território como construções sociais a partir da identidade e identificação simbólica dos sujeitos, em suas mais variadas formas de ser e fazer. No processo identitário, as estratégias de desenvolvimento estão em curso e podem refletir o que já foi acionado pela comunicação em tempos passados, representar o que está atualmente ativo nessa representação e, em projeto, o que poderá vir a ser ativado pela comunicação. Este desenvolvimento, é então compreendido pela sua dimensão valorativa. Ao considerarmos o território como um valor, podemos dizer que ele se estabelece a partir das relações sociais, sejam elas materializadas em encontros presenciais e estruturados, sejam elas espirituais ou virtuais (FROEHLICH, 2010; KEGLER, 2011).

O processo de desenvolvimento é o resultado da forma particular de como são usados os fatores materiais e imateriais disponíveis, com base nas relações sociais (ABRAMOVAY, 2007). Este autor ressalta que não há uma teoria de interação social para análise das regiões. Em outra perspectiva, temos que “o campo comunicacional parece requerer, em suma, um novo sistema de inteligibilidade para a diversidade processual da comunicação, possivelmente na direção de uma antropológica do vínculo e das relações” (SODRÉ, 2002, p. 245). Assim, compreende-se que é no cruzamento das demandas entre os campos que se estabelece uma possível matriz para compreensão e proposição da forma que são usados os fatores materiais e imateriais ligados à informação e à comunicação em busca de objetivos territoriais.

Consideramos que a intersecção contempla a dimensão social e a dimensão técnica necessária à Comunicação para as suas funcionalidades políticas e estratégicas em busca de resguardo e construção da identidade, da visibilidade e da legitimidade do próprio território e de projetos voltados ao seu desenvolvimento. Diante da complexidade do objeto, há de haver uma diretriz e um método de caminhar em conjunto, que articule, em rede, os atores territoriais. Neste sentido, uma metodologia mestra que integre as diversas áreas e técnicas de forma orquestrada em um planejamento estratégico, o qual reconhece as peculiaridades da rede de atores que constituem o território em sua diversidade, heterogeneidade e complexidade, poderia emergir em um processo de desenvolvimento territorial com governança.

O território enquanto um cenário ativo e em constante construção, transformado e objetivado pelas ações significantes da diferença diante de outros territórios, possui elementos gerenciáveis, entre eles a comunicação técnica. Esta comunicação pode ser mobilizada para significar, ressignificar, organizar e impulsionar ativos simbólicos estruturantes da diferença e da especificidade territorial, através de relacionamentos e relações de poder.

O território é “o resultado simultâneo dos 'jogos de poder' e dos 'compromissos estáveis'”

estabelecidos entre os principais atores sociais” (Pecqueur, 2006, p. 35). Pecqueur (2006) considera o território como uma unidade ativa de desenvolvimento, a qual possui recursos não transferíveis para outros locais, ou seja, o território constitui-se em um saber-fazer peculiar e intransferível e é resultado de um sistema de interações dos atores locais. O exercício de poder, diante da diversidade dos sistemas de representação da sociedade midiaticizada e em rede, é pulverizado, sendo que todos os atores podem atuar como construtores do território, e também da sua identidade e visibilidade. Assim, o território é construído socialmente através de uma sociedade, condicionada pelos meios de comunicar, os quais, recursivamente, são condicionados socialmente.

Trata-se de uma perspectiva interpretativa situada na qualificação idealista do território. Para Haesbaert (2002) a concepção idealista vincula o território à cultura. Haesbaert (2002) cita os autores Bonnemaion e Cambrézy (1996), os quais defendem que a lógica territorial cartesiana, geralmente implantada pelo Estado, é suplantada pela lógica culturalista e pósmoderna. Desta forma, o “pertencimento ao território implica a representação da identidade cultural e não mais a posição num polígono”, de forma que comporta redes múltiplas e inscreve-se em “lugares e caminhos que ultrapassam os blocos de espaço homogêneo e contínuo da ideologia geográfica” (BONNEMAION; CAMBRÉZY, 1996, apud HAESBAERT, 2002, p. 50).

O território é constituído pelas relações de poder e acordos estáveis. Por isso, podemos inferir que existe em sua construção e permanência, processos fundantes das relações públicas, enquanto processo social e organizacional, como a institucionalização, a legitimação, a visibilidade, a transparência, a mediação de conflitos, a gestão de identidade e da imagem, etc. Na perspectiva de atuação territorial a comunicação se estabelece em rede de organizações e não apenas sobre uma organização específica para a qual presta-se um serviço. O território só o é se em rede e múltiplo, da mesma forma, a atividade de Comunicação, enquanto área técnica, só o é para o território, se em visão complexa (no sentido de avesso ao linear, estrutural e cartesiano).

IDENTIDADE, VISIBILIDADE E LEGITIMAÇÃO: OS OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO TERRITORIAL

Os objetivos de comunicação territorial derivam de conceitos fundantes das relações sociais: identidade, visibilidade e legitimação. Sobre os quais a pesquisa observa e analisa e a técnica comunicacional age em perspectiva operacional, política e estratégica. É na intersecção entre essas noções que constitui-se a lente de análise e também diagnóstica. São possíveis investigações sobre cada uma das noções de forma independente das demais. Ao mesmo tempo, é presumível que duas delas se relacionem e resultem em outros objetos de pesquisa. Porém, nosso espectro estrutura-se na inter-relação tríplice e simultânea, conforme demonstramos através da figura abaixo, na qual o centro da ilustração representa a sobreposição teórica proposta.

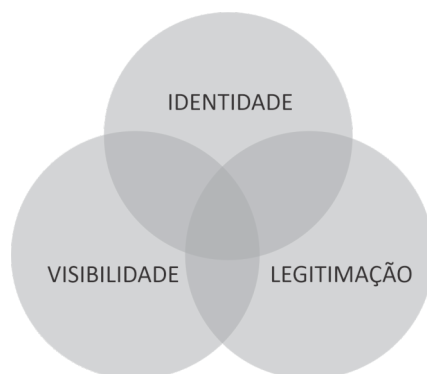


Figura 1: Intersecção dos objetivos de Comunicação Territorial.
Fonte: Elaborada pela autora (2023).

A identidade é central no desenvolvimento territorial. A partir dela partem-se os diagnósticos, políticas públicas, projetos e ações diversos, e também para ela se voltam, de forma recursiva e constante. É na sua preservação, atualização e fortalecimento que as iniciativas são empreendidas,

porque é a partir dos seus elementos constituintes, os quais derivam das mais variadas categorias do ser e do fazer, que o território caracteriza-se como tal, único e peculiar.

A partir de Bauman (2005) compreendemos que a identidade pode ser revelada na sua própria invenção e não na sua descoberta, pois é evidenciada em processos de identificação que permeiam a construção de algo que é tratado, em discursos e comportamentos sociais e territoriais. O processo de identificação estrutura-se a partir das interações e seus meios propulsores e a identidade é “[...] o processo de construção de significado com base em um atributo cultural, ou ainda um conjunto de atributos culturais inter-relacionados, o(s) qual(ais) prevalece(m) sobre outras fontes de significado”. Ou seja, é construída por múltiplos atores responsáveis pela diversidade de sentidos e processos que resultam em uma pluralidade “fonte de tensão e contradição tanto na auto representação, quanto na ação social” (CASTELLS, 2006, p. 22).

A diversidade de elementos identitários disponíveis nas esferas de representação e visibilidade contemporâneas atribui tanto à identidade, como ao sentimento de pertencimento, um caráter vulnerável à negociação e aos interesses envolvidos no processo de identificação (WOODWARD, 2009). Este processo resulta na nossa identificação com os outros, “seja pela ausência de uma consciência da diferença ou da separação, seja como resultados de supostas similaridades” (WOODWARD, 2009, p. 18), e seus elementos não serão fixos, pois sempre negociáveis e revogáveis. Bauman (2005) aponta que a intenção de ter uma identidade só existe quando houver alternativas de escolha em relação ao destino pré-estabelecido, sendo negativa a imposição identitária como algo pronto.

Por isso, a relevância da fase ou categoria relativo ao vínculo, que organiza os elementos identitários para a fase informativa em busca de visibilidade, seguida da busca por legitimação. A legitimação do território, das suas decisões, dos seus sentidos, dos seus atores e ações é possibilitada pela visibilidade de processos sociais em processos comunicativos e definida pelo repertório dos sujeitos que se comunicam.

A BUSCA DE UMA MATRIZ PARA A ATUAÇÃO E ESTUDO DA COMUNICAÇÃO TERRITORIAL

Este estudo situa Comunicação, como fenômeno para objeto de ação, enquanto governança, técnica de divulgação, e técnica de relacionamento, e objeto de investigação, em ambos os casos articulada ao conceito de desenvolvimento territorial, através da rede de organizações e grupos que desempenham relações entre si e com seus públicos. E condiciona todos esses pressupostos em uma filosofia de comunicar pautada pelo diálogo e pelo encontro.

Nesta seção, guia-nos a premissa de que “temos que parar de nos desenvolver e começar a nos envolver” (KRENAK, p. 24 2020), a qual amplia o espectro de atuação da área para antes da operação, enquanto elementar ao vínculo, e para depois da operação, necessária a permanência e evolução. Para Krenak (2020) “experimentar uma existência que não se rendeu ao sentido utilitário da vida, cria um lugar de silêncio interior” (KRENAK, p. 112), neste sentido e por analogia, concebemos como necessário pensar as esferas técnicas da vida, os papéis e as funções sociais, em vistas de encontrar sua missão na complementaridade de áreas, de forma que as legitimem pela ação coletiva, ao invés da concorrência entre si. O próprio termo comunicação territorial já resulta desse encontro e sobreposição de sentidos sobre o utilitário, mas também para além do utilitário.

No trabalho orientado pela Professora Teresa Ruão, na Universidade do Minho, a pesquisadora Amanda Luíza Corrêa Schneider indica que “a Comunicação Territorial ainda é um tema relativamente novo nas pesquisas acadêmicas do campo das Ciências da Comunicação” e destaca que o estudo da comunicação das cidades torna-se incipiente (Schneider, p.18, 2017). Podemos complementar e afirmar que o estudo das cidades articuladas em projetos de desenvolvimento se torna ainda mais incipiente e requer que a Comunicação atenda aos seus modelos de aplicabilidade técnica à uma organização específica.

Identificamos em estudos que acionam o termo “comunicação territorial” que o significado varia em sua amplitude de ação, concepção e alcance. E termos como gestão e visibilidade geralmente estão associados, pois “a Comunicação Territorial, a gestão dos territórios e a visibilidade das cidades

influenciam de forma direta seus moradores em sua qualidade de vida” (Schneider, p.6, 2017). De acordo com Schneider (2017) “a promoção territorial pode interferir no aumento de empresas e investimentos na cidade, incrementar a indústria do turismo, promover a diplomacia, ajudar na exportação e reforçar a identidade dos cidadãos, aumentando a autoestima dos moradores” (Schneider, p.6, 2017). Esta perspectiva parte de uma dimensão técnica com operações pontuais, mas envolve o território em seus vínculos e identidades.

No nosso estudo, as três categorias de comunicação territorial propostas, em uma filosofia de diálogo e de encontro, são: a) Identidade / Vínculo, dada pela governança comunicacional, através das funções política e estratégica das relações públicas; b) Informação / Visibilidade, que compreende as técnicas de divulgação midiática, especialmente através de ações de jornalismo, marketing e propaganda; c) Relacionamento/Legitimação, dada pelas técnicas de relacionamento midiático e não midiático de forma dirigida e dialógica com públicos específicos. As categorias são organizadas no Quadro 1, a seguir.

Categoria	O que busca	Como busca	Áreas potenciais
Identidade	Vínculo	Governança	Relações Públicas
Informação	Visibilidade	Divulgação	Jornalismo Propaganda Marketing Editoração Relações Públicas (algumas técnicas)
Relacionamento	Legitimação	Gestão	Relações Públicas

Quadro 1: Categorias de Comunicação Territorial
Fonte: Elaborada pela autora (2023).

As categorias são propostas com intuito didático, na tentativa de elucidar funções práticas para a área e adequação nos planos de comunicação conforme as demandas dos territórios, ressaltase que podem ser consideradas como fases, em evolução da (a) para a (c), mas que não necessariamente de forma linear, visto que coexistem, mesmo quando não profissionalizada. Como proposta metodológica para investigação e práxis comunicacional, o quadro está em constante construção e aprimoramento. O próximo passo necessário é o desenvolvimento de uma nova coluna que referencie as técnicas utilizadas em cada umas das áreas potenciais. As áreas potenciais estão de acordo com as funções de cada especialidade. A seguir, descrevemos os pressupostos de cada uma das categorias/fases.

a) Vínculo/Identidade: cotidiano e governança comunicacional, através das funções política e estratégica das relações públicas

A identidade territorial⁴ define-se como uma estratégia em prol do desenvolvimento dos territórios e seus processos tendem a se apropriar da lógica midiaticizada de funcionamento social contemporâneo para o alcance da diferenciação, visto que os meios de comunicação se constituem

⁴ Há variados processos que podem instrumentalizar a identidade de um território em busca de visibilidade e reconhecimento. Um exemplo que busca institucionalizar em alguns territórios, mas que não é o foco desta pesquisa, são referenciais de qualidade, como os selos de Indicação Geográfica (IG) e suas modalidades: a Indicação de Procedência (IP) e a Denominação de Origem (DO). Almeja-se que, ao utilizar os signos, os produtos e serviços passem a se diferenciar no mercado de consumo, capital e simbólico, pois além dos atributos imediatos do que é negociado, ele preserva e transmite uma história e um patrimônio.

como esfera de representação. Para Froehlich (2010), a identidade pode ser entendida como a noção que caracteriza o interno contrastando-o com o externo e adquire sentido através da linguagem e dos sistemas simbólicos pelos quais é representada. Assim possui dimensão subjetiva, de forma que todos elementos constituintes do território designam sentidos de sua identidade.

A identidade territorial existe nos fragmentos que são instáveis e flexíveis no jogo de relações econômicas, sociais e culturais que instituem o território e podem unir-se em função de um objetivo comum (projeto, legitimação ou resistência). Esta construção depende de uma comunicação política e estratégica, da estruturação ou reforço de vínculos dos atores envolvidos e é usualmente estruturada em dispositivos com ênfase presencial de relacionamento. Logo, a constituição da identidade exige que antes de estar visível, os seus elementos sejam negociados e compartilhados internamente pelos atores no território, assim, reconhecidos como o que os une e os diferencia dos outros.

A esfera de vínculo se estabelece antes da visibilidade midiática, visto que os elementos, mesmo se invisíveis no cotidiano territorial, como não manifesto e não dito, também são constituintes dos elementos e relações territoriais. Além disso, denotam, em diferentes graus, tanto a associação entre a identidade territorial, a comunicação, de organizações e grupos, e a mediação, como seu potencial para o desenvolvimento pretendido e para projetos de comunicação que possam acionar a visibilidade de elementos de interesse para fim específico.

A fase de vínculo é estreita a uma dimensão política de relacionamentos poliorganizacionais e entre atores civis que negociam constantemente seu estado coletivo. No campo da comunicação, a perspectiva aplicada a esses contornos contextuais refere-se à função política de Relações Públicas (Simões, 1995). Como afirma o autor “tudo indica que seu princípio e seu fundamento se localizam na relação de poder entre as organizações e seus públicos, assim, como na possibilidade de iminente conflito entre ambos” (PORTO SIMÕES, 1995, p. 51). Na complexidade sistêmica do território como objeto da práxis, a materialidade está na rede entre as organizações, a qual é plural e passível de governança para o desenvolvimento como um todo.

Consideramos que “se a ação de comunicar é um ato político e, por outro lado, se a função de e a atividade de Relações Públicas referem-se ao controle do processo de comunicação organizacional, conclui-se que as Relações Públicas se vinculam aos objetivos políticos das organizações” (PORTO SIMÕES, 1995, p.109). Por isso, a atividade contribui de forma equivalente às atividades de outras áreas, para colocar território, organizações e comunidades em convivência e relacionamento produtivo, em sua integralidade, para o desenvolvimento territorial. Ao compreender e exercer essa função considerando o vínculo como elemento central, é preciso aclarar o poder, como condicionante das relações.

Em uma perspectiva complexa de leitura da realidade, a comunicação pode situar-se na gestão das relações, na esfera das negociações, do diálogo, do debate público, do encontro comum de causas e de caminhos. Essa posição, pode ou não ser estratégica, o que depende, então, da qualidade técnica disponível e empreendida. No caso de políticas e estratégias territoriais, a construção exige coletividade desde o seu princípio, de forma que o interno interfira no global, e as visões globais nos processos de micropolíticas e condicionem os núcleos decisórios das organizações que precisam articular-se em rede e cumprir um papel de mobilização das suas bases de públicos, em suas áreas diversas de atuação.

Ilustra-se como uma rede com vários pontos ativos e nos fluxos estão as diretrizes territoriais para o desenvolvimento, as quais são horizontais, fruto do debate público e dos condicionamentos globais, nacionais e regionais. Como exemplo, podemos referenciar, no contexto que observamos, a Agenda 2030 da ONU e a processo de reconhecimento do território como Geoparque UNESCO. É a materialização empírica da recursiva retórica dos sistemas que através de uma ruptura estrutural causada pelas tecnologias, impõem-se decisivamente nas relações políticas e econômicas.

b) Informação/Visibilidade: técnicas de divulgação midiática, especialmente através de ações de jornalismo, marketing e propaganda

A tecnologia e a visibilidade por ela impulsionada são centrais na vida em sociedade. A

publicização e a representação midiática de vidas, de locais e de acontecimentos e a sua visualização faz parte do cotidiano de pessoas e organizações. Em 2002, o pesquisador Muniz Sodré propôs que a mídia, composta por meios e hipermeios, pelas instituições, pelas tecnologias e pelo alcance desses elementos, implica uma nova qualificação da vida, a qual denomina bios virtual, no qual a mídia como poder simultâneo, instantâneo e global se manifesta através das tecnologias da comunicação. Segundo o autor, a mídia, como máquina, só é um poder porque decorre do modo de organização da produção e da vida social.

A ambiência social midiaticizada constitui-se pelo medium, o qual define-se como os fluxos comunicativos estruturados com influência das tecnologias e do mercado. Em perspectiva territorial, como medium compreendemos os processos comunicativos geridos, ou com possibilidade de gestão, pela área técnica profissional de comunicação, mas também os incorporados no saber fazer e na ludicidade de pessoas não ligadas profissionalmente à visibilidade midiática, mas que, ao publicizar as negociações, atos e elementos territoriais em mídias pessoais ou privadas, passam a constituir a narrativa da existência e memória territorial. Esta é ambiência a que se refere Sodré (2002), pois nos apropriamos de uma estética, de um ritmo e de um valor tangível e intangível ligado ao mercado; e, como um reflexo das molduras midiáticas, adaptamos a nossa comunicação a esta lógica fluida e incisiva.

Os processos de publicização são condicionados pela midiaticização e variam de organização para organização, de território para território, de grupo para grupo, conforme variáveis múltiplas como a apropriação das tecnologias de comunicação e informação e do conhecimento discursivo pelos sujeitos comunicantes, a infraestrutura disponível, as técnicas disponíveis, a cultura de interação e relacionamento, aspectos políticos e também conforme sua tipologia técnica, como eventos, campanhas, periódicos, digitais, impressos, radiofônicos, etc.

Incorporam-se a esta categoria, técnicas variadas, entre elas o marketing. Schneider (2017) utiliza o termo marketing territorial com “objetivo vender e promover o seu local/ espaço para seus públicos”. Para a autora, “mesmo que não seja algo tangível, o Marketing Territorial atua também com os quatro “P’s” adotados para teoria geral do Marketing dos territórios e definidos de forma distinta por diversos autores”. Para exemplificar, cita como referência Benko (2000, apud Schneider, p.21, 2017), autor que “identifica esses elementos como: a oferta de território, a localização, os preços dos terrenos e dos serviços e a Comunicação Territorial” (Schneider, p.21, 2017).

Nessa perspectiva, a comunicação territorial é concebida como uma operação dentro do marketing.

[...] o Marketing se preocupa com algo mais abrangente (como a distribuição, a logística, a venda e a publicidade), a Comunicação, por sua vez, tem a função de informar a existência de um produto (ou lugar) e promovê-lo através das atividades de Relações Públicas e Publicidade. E para que este estudo possa atingir seus objetivos, iremos utilizar as duas áreas científicas do conhecimento (Marketing e Comunicação) para estudar o tema proposto (SCHNEIDER, p.21, 2017).

Em contraponto, entende-se que essa definição exclui a fase inicial desta matriz, ligada à identidade e vínculo, e a fase última, ligada ao relacionamento e à legitimação. Mas, na esfera de informação e visibilidade há uma articulação da área de comunicação e relações públicas com projetos mais imediatos e objetivos ligados ao consumo de produtos e ideias e às relações pontuais que estimulam reconhecimento de elementos identitários específicos, em momentos extraordinários, como as festividades.

A visibilidade para além da aparição em mídias, é inerente ao entendimento e à atuação em comunicação estratégica e essa, geralmente é delimitada em nossas teorias como pertencente aos contextos das organizações. A comunicação extrapola as relações organizacionais e instituem-se em rede, em fluxos, em objetivos mais ampliados que os organizacionais, contemplando objetivos coletivos no caso de um território. Como afirma Mafra (2006, p. 43) “embora as relações públicas sejam

tradicionalmente vinculadas ao setor empresarial, relacionamentos podem ser construídos em organizações e instituições de todo o tipo, como é o caso de projetos de mobilização social, movimentos sociais e populares”. Assim, tensionamos a área para uma desestruturação setorial que habilite a área para os fluxos e redes, e menos em setores e estruturas rígidos.

RELACIONAMENTO/LEGITIMAÇÃO: TÉCNICAS DE RELACIONAMENTO MIDIÁTICO E NÃO MIDIÁTICO DE FORMA DIRIGIDA E DIALÓGICA COM PÚBLICOS ESPECÍFICOS

O acionamento e a exaltação da identidade territorial em processos comunicativos midiáticos tende a dar visibilidade a elementos distintivos com potencial para mobilizar grupos e públicos que os promovem, reconhecem e legitimam. Assim, a comunicação compõe-se como uma das categorias de processos que podem ser dinamizados em processos sociais e organizacionais diversos para abordar os elementos identitários de um território para o seu desenvolvimento, e, através das relações públicas, alcança um patamar para além de operacional, com suas funções política e estratégica.

O processo das Relações Públicas para Porto Simões (1995), possui um núcleo dado pela organização e seus públicos, através do qual se situam os processos informacionais e comunicacionais de princípio, mas são cercados por escalas de micro e macro processos em instâncias culturais, econômicas, políticas, ideológicas, históricas, jurídicas e filosóficas, além das grupais e individuais que o definem e por ele também são condicionados. Em lente sobre o desenvolvimento territorial, esses núcleos estão articulados em uma organização macro política de território, voltada para objetivos em curto e longo prazos, entre eles a legitimação.

A legitimação do território, das suas decisões, dos seus sentidos, dos seus atores e ações é possibilitada pela visibilidade de processos sociais em processos comunicativos e definida pelo repertório dos sujeitos que se comunicam. De acordo com Habermas (1979) a legitimidade é:

[...] mérito de uma ordem política a ser reconhecida. A pretensão de legitimidade está relacionada à preservação sócio-integrativa de uma identidade social normativamente determinada. As legitimações servem para sustentar essa pretensão, isso é, de como e por que as instituições existentes (ou recomendadas) estão qualificadas para empregar o poder político, a fim de que os valores constitutivos, para a identidade da sociedade, tornem-se realidade (HABERMAS, 1979, p. 182-183).

É uma integralidade almejada e conquistada diariamente, pois o processo de legitimação numa sociedade complexa nunca se finda, sendo a comunicação, o principal componente no processo, é através dela que a organização constitui-se, constitui os indivíduos e a sociedade de forma recursiva. A necessidade da instituição e do território legitimarem-se é evidenciada pela complexidade da sociedade atual e este processo passa, obrigatoriamente, pelos processos comunicativos. De acordo com Barichello (2001, 2004), a legitimação depende cada vez mais da mediação dos meios de comunicação, que atuam como a instância que torna as ações visíveis e, portanto, aptas a disputarem a sua legitimidade. Para a pesquisadora “o caráter evidente da instituição, transmitido pelas formas de sociabilidade tradicionais, não pode ser mantido pela memória e pelos hábitos dos indivíduos (BARICHELLO, 2001, p. 79) por isso, a relevância da tecnologia e dos processos comunicativos.

As Relações Públicas são aptas para planejar e executar estrategicamente os processos de comunicação que visam à legitimação, pois através da visão multifocal de ambientes e acontecimentos, própria da área, proporciona a apuração e o planejamento de ações e de estratégias coerentes com o território e seu entorno. Essa visão multifocal é posta sobre o território, definida como intersecção entre os conceitos de identidade territorial, mediação e processos comunicativos, estando neste encontro complexo e denso, a teoria e a prática das Relações Públicas para o Desenvolvimento Territorial.

Por fim, em termos de investigação e de prática de comunicação territorial podemos afirmar que há ações e produtos classificáveis nas três categorias propostas a partir das suas materialidades

processuais e/ou do objetivo que almeja. Entretanto, o cotidiano da comunicação parece ainda não reconhecer sua complexidade, potencialidade e relevância metodológica para os projetos de desenvolvimento territorial, contentando-se com funções pontuais de visibilidade. Ressalta-se que o estudo está fase de aprofundamento das definições teóricas e de exemplificação de Identidade / Vínculo, Informação / Visibilidade, Relacionamento/Legitimação, de forma a proporcionar a aplicação em planos de comunicação e diagnósticos técnicos de atuação e de pesquisa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Constitui-se como legítimo o exercício de poder através da comunicação que preza pela diversidade, essência e organicidade do território e dos seus grupos, e respeita políticas e diretrizes instituídas com base no interesse público. As decisões legítimas são alcançadas através da disponibilização e acesso amplo às informações e também ações e estratégias que possibilitem o diálogo, o debate, além de negociações diretas entre os atores da rede que constituem o território. Quando isso é dificultado ou impossível, ainda há a necessidade do compromisso com a transparência e com a certificação de que os públicos, ou a comunidade envolvida, estão cientes das ações em curso e dos argumentos que as sustentam e justificam.

A comunicação é inerente aos processos sociais e pode se estabelecer em “fases” no sentido didático da matriz proposta. Partindo do vínculo, através da identidade e da identificação, passando pela visibilidade, a partir da publicidade de informações de forma estratégica ou orgânica, alcançando a legitimidade ou a busca dela, para a permanência do território no cenário global e ativo em políticas regionais, nacionais e internacionais. Em territórios simbolicamente conscientes de si, a comunicação das organizações e grupos estão ativos e, mesmo que inertes, participantes de um processo de mobilização social que tende a alargar-se em variadas facetas e tecem um amplo movimento de visibilidades e reconhecimento dos “nós” da rede que o constitui. Através desses nós, elucida-se o todo territorial em sua riqueza diversa. Inertes ativos, em seu paradoxo, porque invisibilidades e silenciamentos acionam o reconhecimento de uns sobre os outros, e tecem o que é visível como o todo.

O capítulo propôs sintetizar o que circunda a superfície da comunicação em territórios, em definição, a comunicação territorial, termo que nosso campo científico pode se apropriar e avançar tecnicamente e teoricamente. O ponto de partida da comunicação territorial é o interesse público, ou a intersecção de interesses, em sua identificação, mediação e gestão de conflitos em busca de soluções coletivas. Alarga-se a estrutura de atuação, de uma comunicação organizacional ou de gestão de mídia e de conteúdo, para a rede de comunicação entre organizações em prol de um desenvolvimento comum, o território, em que todas são transformadas e partilham dos benefícios das conquistas. Trata-se de uma pesquisa em desenvolvimento que irá incorporar a esses pressupostos, resultados de novas investigações que possibilitem elucidar e avançar a matriz proposta.

REFERÊNCIAS:

- ABRAMOVAY, R. Para uma teoria dos estudos territoriais. In: ORTEGA, A.C.; ALMEIDA FILHO, N.(Orgs.). Desenvolvimento territorial, segurança alimentar e economia solidária. Campinas: Alínea, 2007.
- BARICHELLO, E. M. R. Comunicação e comunidade do saber. Santa Maria: Pallotti, 2001.
- _____. Visibilidade midiática e legitimação: dez estudos sobre as práticas de comunicação na Universidade. Santa Maria: FACOS/UFSM/CNPq, 2004.
- BAUMAN, Z. Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- BERGER, P.; LUCKMANN, T. A construção social da realidade. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 1985.
- CARRIÉRE, J. P.; CAZELLA, A. A. Abordagem introdutória ao conceito de desenvolvimento territorial. In: Eisforia, Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências Agrárias, Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas. v. 1, n.1. jan.-jun. 2003. Florianópolis: PPGAGR, 2003.
- CASTELLS, M. O poder da identidade: a era da informação: economia, sociedade e cultura. 5.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006. 2v.
- FERRARI, M. A. Teoria e estratégias de relações públicas. In: KUNSCH, M. M. K. (org.) Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2008.
- FERREIRA, A. B. H. Miniaurélio: o minidicionário da língua portuguesa. 6ª Ed.Rev. Atualiz. Curitiba: Positivo, 2004.
- FROEHLICH, J. M. Identidades e Desenvolvimento Territorial - Estudo prospectivo de potencialidades a partir da noção de Indicação Geográfica. Relatório Técnico de Pesquisa. Edital MCT/CNPq 15/2007 - Universal, 2010.
- GRUNIG, James E. FERRARI, M. Aparecida. FRANÇA, Fábio. Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamento. 2ªed. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2011.
- HABERMAS, J. Communication and the evolution of society. Boston: Beacon Press, 1979.
- HAESBAERT, R. Concepções de território para entender a desterritorialização. In: SANTOS, M; SILVA, C. A. F.; GONÇALVES, C. W. P. et al. (orgs.). Território, territórios. Niterói: Eduff, 2002.
- HALL, S. A identidade cultural na pós modernidade. 4. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.
- KEGLER, J. Q. S. Identidade territorial e midiatização: os sentidos identitários acionados pelas festividades da Quarta Colônia/RS / por Jaqueline Quincozes da Silva Kegler. Tese (doutorado). Universidade Federal de Santa Maria, Centro de Ciências Rurais, Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural, RS, 2011.
- KEGLER, J. Q. S., GRAEBNER, J.S., SILVA, A. R. et al. XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Rio de Janeiro, RJ. Diagnóstico da Representação da Mulher na Mídia no Território da Cidadania - Região Centro do Rio Grande do Sul. Rio de Janeiro: Intercom, 2015. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-2720-1.pdf>>. Acesso em: 16 de novembro de 2017.

KRENAK, A. A vida não é útil. Pesquisa e organização: Rita Carelli. 1ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

MAFRA, R. Entre o espetáculo, a festa e a argumentação-mídia, comunicação estratégica e mobilização social. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

SCHNEIDER, Amanda Luíza Corrêa. Estudo da comunicação territorial da cidade de Braga: a identidade percebida por seus moradores. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação. Disponível em: <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/46682>. Acesso em: 13 de janeiro de 2024.

SIMÕES, Roberto Porto. Relações Públicas: função política. São Paulo: Summus, 1995.

VERÓN, E. Esquema para el análisis de la mediatización. Diálogos de la Comunicación. Lima: Felafacs, 1997.

WOODWARD, K. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da. Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais. 9. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

JORNALISMO INDEPENDENTE: DA PRECARIIDADE ÀS INOVAÇÕES COM DESENVOLVIMENTO LOCAL

MARIANA FERREIRA REIS¹

INTRODUÇÃO: UM OLHAR PARA OS ESTUDOS DO JORNALISMO

O que é o jornalismo? A pergunta, longe de ser retórica, tem tido diversas tentativas de respostas ao longo dos estudos sobre o jornalismo desde a compreensão da comunicação como ciência – ciência social aplicada – como campo de conhecimento, de saber. Para Traquina (2012, p. 21), “poder-se-ia dizer que o jornalismo é um conjunto de 'estórias', 'estórias' da vida, 'estórias' das estrelas, 'estórias' de triunfo e tragédia. (...) Os jornalistas veem os acontecimentos como 'estórias' e as notícias são construídas como 'estórias', como narrativa, que não estão isoladas de 'estórias' e narrativas passadas”.

Resgatando o conceito de “campo jornalístico”, cunhado por Pierre Bourdieu, Traquina argumenta que é uma atividade intelectual, criativa, com a construção de um mundo por meio da invenção de novas palavras. Tal como num jogo, há polos em disputa, especialmente, dois polos emergentes no jornalismo contemporâneo: econômico, de um lado; ideológico, de outro – a existência de um campo implicando a existência de uma relativa autonomia (TRAQUINA, 2007, p. 24). Ao analisar informação, opinião e senso crítico, Moretzsohn (2007) avalia que o jornalismo precisa ser pensado a partir das contradições entre seu discurso legitimador e as condições em que ele se realiza. Assim, simplesmente “oferecer as informações para que o público tire suas próprias conclusões (pense por si) se ancora em princípios ora desvirtuados ou simplificados, como o da objetividade, ora francamente mistificadores, como o da imparcialidade”. (MORETZSOHN, 2007, p. 113-114).

Ela defende que uma contradição aparente na permanência desse ideal se dá quando um dos valores basilares para o jornalismo atual é a contraditória imparcialidade. Mas essa contradição cai por terra na compreensão de que a mudança incide sobre o agente do esclarecimento: já não mais o sujeito (que defende causas), mas o objeto (supostamente os fatos fariam por si), numa concepção oriunda do século 19, coerente com os objetivos empresariais da venda dos jornais.

Tal concepção, para ela, “contribui para encobrir o caráter ideológico da atividade jornalística, juntamente com a confusão a respeito do seu papel de mediador, fundado na conceituação clássica (e idealista) do quarto poder, como se a imprensa fosse uma instituição acima das contradições sociais” (2007, p. 107). Assim, “a argumentação que afirma e assume a complexidade do trabalho de mediação desaparece no discurso prevalecente sobre o jornalismo”, desde a definição do quarto poder (ideal da imparcialidade) até a simplificação de cunho positivista do conceito de objetividade (distinção entre notícia/informação e opinião/interpretação).

Por fim, tal naturalização do quarto poder “assenta-se na simplificação do princípio da objetividade, traduzido na corriqueira ideia de que os 'fatos falam por si' e, conseqüentemente esconde todo o processo de produção jornalística”. Reitera-se que, uma vez disponibilizando as informações (ou relatando os fatos), o público está apto a tirar suas próprias conclusões (“pensar por si”). “Tal afirmação desconhece não só o processo de construção da notícia, resultante de mediações

¹ Doutora em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Mestra em Extensão Rural e Desenvolvimento Local pela Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE). Atualmente, é vice-coordenadora do grupo de Pesquisa Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação (Intercom) e integra o grupo de pesquisa Comunicação, Mídia e Narrativas Culturais (Comum), da Universidade Federal do Recôncavo Baiano (UFRB). Vínculo Institucional: Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia (Irdeb). E-mail: paramarianareis@gmail.com

discursivas inerentes ao trabalho jornalístico, como a força do preconceito arraigado ao senso comum” (MORETZSOHN, 2007, p. 120). Logo, a autora conclui que “a separação clara entre informação e opinião resulta num equívoco que oculta não apenas o caráter ideológico inerente a todo discurso como o próprio processo de mediação necessário para que os fatos se tornem notícia” (MORETZSOHN, 2007, p. 126).

No que diz respeito ao texto jornalístico e a sua ligação com a subjetividade, ou melhor, à intersubjetividade, convém mencionar o trabalho de Daniel Cornu (1999). Ao tratar das questões da ética e da deontologia da profissão, o autor coloca o próprio jornalismo no cerne do debate. Assim como Moretzsohn faria em trabalho posterior (já citado neste texto), Cornu se apoia na filosofia e, mais especificamente, na moral kantiana, para defender a ideia da ética da informação.

Para Cornu (1999, p. 416), a objetividade não existe no texto jornalístico. A partir do momento em que se admite uma não-isenção em relação aos fatos, assume-se a postura de tomada de decisão, exigindo a escolha ética. Assim, a seu ver – e na retomada dos argumentos de pensadores como Ferry e Habermas, no tocante às condições de julgamento e ao “agir comunicativo” – o tema ou assunto a ser abordado na produção jornalística deve deixar de ser percebida como um objeto (que pode ser facilmente manipulado) e deve ser compreendido na complexidade de sujeitos.

Alinhado a esse pensamento, nossa opção teórica, em relação aos estudos do jornalismo, parte da compreensão do papel do jornalista não apenas enquanto um técnico, mas como um mediador, que atua para a reflexão e análise da mesma (TRAQUINA, 2005).

De acordo com Lima (2009):

Há ainda que se registrar que os estudos sobre linguagem, a sociologia do jornalismo e sobre a construção da notícia (newsmaking), o enquadramento (framing) e o agendamento (agenda setting), apesar de diferenças significativas, revelam que a prática do jornalismo profissional ocorre no contexto de uma subcultura própria; de rotinas produtivas que se transformam em normas; e de interferências editoriais – explícitas ou não – que tornam sem sentido qualquer pretensão à existência do mito da objetividade jornalística ou de uma prática jornalística neutra e isenta. (LIMA, 2009).

Sabe-se também que o próprio webjornalismo conta com suas especificidades de linguagem e de formato, apresentando limites e possibilidades para a concepção de um novo jornalismo, o que permite a Correia (2003, p. 68) problematizar: “que configurações poderá ter o jornalismo na Web, que lhe permita continuar a ser considerado jornalismo (...) apesar da informação em velocidade exponencial (...) inundando o potencial consumidor com dados cuja hierarquia de importância e cujo critério de escolha desapareceram?”. E indica como uma das saídas possíveis a retomada de aspectos do jornalismo de causas, do jornalismo opinativo e do jornalismo cívico (CORREIA, 2003, p. 69).

De fato, o que é inegável é que a midiatisação da esfera pública adquire novos contornos a partir da web. Teóricos como Esteves (2007) argumentam que a Internet pode contribuir consideravelmente para a democracia deliberativa dos tempos atuais, na medida em que as redes da informação e comunicação atuam para a constituição de um espaço público ativo, animando debates e incentivando a participação social.

A crise democrática que resultou no impeachment da presidente Dilma Rousseff, em 2016, refletiu-se também nos meios de comunicação massivos. Diante deste cenário, adota-se a posição de Charaudeau, quando relaciona a crise de opinião com a crise democrática. Nesse sentido, a democracia segue sendo uma democracia representativa, sem questionamentos. Existe crise de representatividade política “porque esta não é mais suficiente para si mesma: emerge uma nova sociedade civil, diferente daquela de 30 anos atrás, sob a forma de movimentos que colocam novas questões, que, sob diferentes formas e empregando modos de ação variáveis, instituem-se em grupos de alerta, de interpelação dos poderes públicos, pondo em evidência a carência das instituições” (CHARAUDEAU, 2016, p. 177).

No Estudo Preliminar: Era uma Vez na América, John Dewey e a crise da democracia, Ramón del Castillo introduz o pensamento de Dewey aos leitores estabelecendo um comparativo entre o conceito de opinião pública, trabalhado por este autor, e a mesma conceituação, a partir da obra de Walter

Lippmann. O livro de Dewey, aliás, já foi escrito como resposta às obras de Lippmann – *Public Opinion* (1922) e *The Phantom Public* (1925) –, livros polêmicos nos quais Lippmann demonstrava desconfiança acerca das ideias de democracia popular.

Lippmann, segundo Castillo (2004), não questionava a ideia de interesse público (como os liberais do *laissez faire*), mas acreditava que a massa trabalhadora imersa na cultura de consumo não conseguiria se constituir como verdadeira opinião pública. Assim, para ele, a vida democrática não dependia do ideal de autonomia cidadã, mas de acesso a bens e serviços que deveriam ser oferecidos exclusivamente pelo Estado. A soberania popular só existia nas mentes de progressistas sentimentais, idealistas. Formadores de opinião seriam especialistas bem informados, elites independentes e desinteressadas, que atuariam como mediadores entre a “política profissional e a “opinião pública”.

Contribuía para esse pensamento de Lippmann o próprio crescimento do chamado “jornalismo de massas”, sensacionalista, com ênfase em escândalos sexuais e de violência o que, para ele, colaborava para o declínio da esfera pública. Assim, para este autor, o papel da imprensa e outros meios de comunicação não era fomentar uma discussão aberta. “Informação e opinião”, “conhecimento objetivo e debate” eram incompatíveis. O jornalismo de informação deveria ser científico e objetivo, enquanto o jornalismo de opinião seria expressão de posições partidárias e ideológicas.

Já para Dewey, o debate público precisa ser realizado como contraponto, como espaço de discordância. O debate é necessário para transcender pontos de vista particulares e transformá-los. Logo, debater é comunicar e defender suas opiniões para que os outros as reconheçam como válidas e como suas. Até certo ponto, o destino dos meios de comunicação e, em especial, da imprensa, pareciam dar razão a Dewey e não a Lippmann. A imprensa não funcionava não por ser suficientemente objetiva, mas porque não era suficientemente polêmica. Como poderia haver uma opinião pública baseada na autoridade? A chave, para Dewey, estaria na possibilidade do diálogo, na ação comunicativa (DEWEY, 2004).

Nessa perspectiva, a imprensa deixa de impulsionar a arte da discussão justamente por optar pelas supostas técnicas de objetividade. Ironicamente, foi a indústria publicitária e das relações públicas que favoreceu a imprensa objetiva em detrimento da imprensa de formação de opinião. Era a imprensa “responsável”, “objetiva”, a que realmente atraía a classe de leitores a qual os anunciantes queriam chegar: classes médias e altas, que consideravam a si mesmos como eleitores “independentes”. Ao mesmo tempo, importante destacar que Dewey não opta pela análise dos meios da imprensa política, ao contrário, sempre se manteve a uma prudente distância do jornalismo partidário (aqui entendido como militante).

Para Dewey (2004), não existe um público em particular, mas um conjunto de públicos (coletivos) que interagem entre si, descobrem interesses em comum e vão definindo uma esfera conjunta de ação por mediação de distintas organizações que vão desde movimentos civis até agências públicas, desde associações de cidadãos até coletivos relacionados a mecanismos jurídicos do Estado.

Dewey (2004), assim, pensava que a chave da democracia não era tanto o espaço formal de representação, mas a esfera da transformação de impulsos e forças culturais e que, portanto, a saúde da democracia devia ser medida em relação à satisfação dessas forças e necessidades. Embora a vida social pública fosse um espectro, sua materialização não dependia do aparato estatal, mas de um novo modo de produção cultural que abarque invenções materiais e artísticas, até o cultivo da imaginação.

O autor não acreditava que a política fosse a essência da vida democrática, mas via a democracia política como uma articulação de forças sociais. Sua teoria de democracia popular baseia-se numa análise a meio caminho entre a história e a psicologia social: costumes, valores, crenças, modos de atuar e de sentir.

Sobre a relação entre controle popular e controle do Estado, Dewey (2004) entendia a opinião pública como força social de mediação. Confiava em uma base social de conciliação, um mundo de valores e responsabilidades surgidos no fio de cada prática social. Também achava salutar a manutenção de uma certa distância entre Estado e sociedade civil, compreendendo, por essa segunda, as articulações deixadas de lado pela democracia política.

Para Charaudeau (2016, p.10), “tudo acontece, pois, na relação que se constrói entre os

políticos e a opinião dos cidadãos por meio do discurso, visto que é pela palavra que se persuade, que se seduz e que, no fim das contas, se regula a vida política. Num regime democrático, a vida política reside numa conquista da opinião pública”.

Ainda segundo o mesmo autor (2016, p. 20), “a opinião é um fato da linguagem: sua construção resulta do entrecruzamento dos atos linguageiros que o indivíduo (ou o grupo) recebeu, ouviu e reproduziu. A manipulação das mentes também se faz através da linguagem, até mesmo quando acompanhada de outras ações (...). Sendo assim, o estudo da opinião e dos jogos de manipulação concerne à Análise do Discurso”.

Diz, ainda, Charaudeau (2016, p. 37-38): “Ora, a opinião pública, em toda a sua complexidade, forja-se nos pontos de vista mais ou menos racionais, mais ou menos subjetivos sobre os atores políticos e sua capacidade de governar, sua integridade e as ações que realizam. (...) Essa opinião, por mais imprecisa que seja, manifesta-se cada vez que grupos sociais sentem que seus interesses foram atingidos, [gerando] uma repercussão coletiva (...)”.

Ainda para o mesmo autor, a opinião pública existe quando se manifesta e flui na vida social. “Um olhar semiológico voltado para o comportamento dos indivíduos vivendo em sociedade permite ver suas múltiplas manifestações, na medida de suas atividades discursivas. É falando que os indivíduos trocam e constroem pensamento; é falando que, na flutuação entre pensamento individual e pensamento coletivo, eles tomam consciência ao mesmo tempo de sua singularidade e de seus pertencimentos sociais; é falando que lançam no espaço público inúmeras bolhas de sabão que flutuam, se entrecrocaram, explodem e se recompõem em controvérsias sem fim” (CHARAUDEAU, 2016, p. 42).

Assim, na linha da análise de Dewey e Charaudeau, sobre mídia, jornalismo e democracia: quais os limites entre opinião e informação no jornalismo? De fato, a dita objetividade, herança do jornalismo brasileiro em relação ao norte-americano, garante o debate público, no sentido de Dewey, do confronto de ideias, em busca de consenso?

Lançando mão de um fio de esperança para novas possibilidades no fazer jornalístico, elege-se, mais uma vez, as palavras de Dewey: “o coletivo social, o público, segue sendo massa não até ser guiado por um aparato técnico-governamental, mas até que se aproprie criativamente dos meios materiais. Haverá público soberano onde uma arte de comunicação tome posse do equipamento físico de transmissão e circulação e lhes insuffle vida” (DEWEY, 2004, p. 40). Aqui, a nosso ver, a chave estaria, possivelmente, na democratização dos meios de comunicação e numa maior participação social nos instrumentos de comunicação, especialmente, nos meios públicos, além de iniciativas voltadas para o jornalismo independente, fruto de nossa análise.

INTERFACES ENTRE JORNALISMO E DEMOCRACIA: O PAPEL DA MOBILIZAÇÃO SOCIAL

De acordo com Boaventura de Souza Santos (2002, p. 69), “tanto na Índia quanto no Brasil as experiências mais significativas de mudança na forma da democracia têm sua origem em movimentos sociais que questionam as práticas sociais de exclusão através de ações que geram novas normas e novas formas de controle do governo pelos cidadãos”. A partir da revisão de vários autores, Santos (2002) conclui que a participação democrática, no Brasil, surge no seio dos movimentos sociais das décadas de 1970 e 1980 que culminaram nos processos de redemocratização do País. Ainda seguindo as conclusões do autor, temos que, no caso brasileiro “a motivação pela participação é parte de uma herança comum do processo de democratização que levou os atores sociais democráticos, especialmente aqueles oriundos dos movimentos comunitários, a disputarem o significado do termo participação” (SANTOS, 2002, p. 65). Já para Demo (2000), o processo de participação não é algo finalizado. Trata-se de uma construção permanente, que vai sendo conquistada aos poucos. Por isso, há a necessidade constante de mobilização.

Ao discutir sobre os processos de mobilização social da chamada Primavera Árabe que, em 2011, resultaram na queda de ditaduras em países do Oriente como o Egito e a Tunísia, Castells explica que tais processos, embora tenham adquirido força ao serem organizados via redes sociais virtuais, não seriam legitimados se não tivessem ganhado as ruas. Só a sociedade mobilizada e organizada em redes

materiais poderia garantir uma participação política eficiente, capaz de produzir mudanças reais (CASTELLS, 2011).

Sobre a comunicação em tempos de sociedade em rede, Castells (2000, p. 444) explica que “tanto as comunidades de grupo quanto as comunidades pessoais funcionam tanto on-line quanto off-line. As comunidades substituem as redes sociais, com as comunidades locais sendo uma das muitas opções possíveis para a criação e a manutenção de redes sociais, e a Internet oferece mais uma dessas alternativas”.

Para este autor, o comportamento da sociedade contemporânea em moldes das redes se caracteriza de tal forma que “a presença na rede ou a ausência dela e a dinâmica de cada rede em relação às outras são fontes cruciais de dominação e transformação de nossa sociedade”. (CASTELLS, 2000, p. 565). Ainda para ele, “essa base material construída em redes define os processos sociais predominantes, consequentemente dando forma à própria estrutura social”. (CASTELLS, 2000, p. 567). Ainda segundo o mesmo autor (2000, p. 460-461), o que vai caracterizar o sistema de comunicação em rede é a inclusão das mais variadas expressões culturais, pois “é precisamente devido a sua diversificação, multimodalidade e versatilidade que o novo sistema de comunicação é capaz de abarcar e integrar todas as formas de expressão, bem como a diversidade de interesses, valores e imaginações, inclusive a expressão de conflitos sociais”.

Ao avaliar a ruptura democrática dos tempos atuais, Castells ainda reafirma o papel dos jornalistas como peça fundamental na arquitetura da democracia:

O rompimento fora das instituições tem um alto custo social e pessoal, demonizado por meios de comunicação que, em última análise, são controlados pelo dinheiro ou pelo Estado, apesar da resistência muitas vezes heroica dos jornalistas (CASTELLS, 2018, p.14).

Ou seja, mais uma vez, aponta-se o jornalismo como chave para os processos democráticos, a partir de sua função social, como afirma Schudson. Sobre a abordagem dos movimentos sociais na mídia, é preciso esclarecer que também a própria concepção de movimentos sociais, hoje, sofre mudanças. Nas palavras de Gohn (2007; 2014), uma das principais características dos novos movimentos sociais é a compartimentalização das reivindicações. Se antes, basicamente, as principais diferenças se encontravam entre movimentos do campo e da cidade, desde a década de 1990, as pautas são múltiplas: o movimento ecológico, assim, atua na complexidade relação entre campo e cidade. O desafio para o jornalismo contemporâneo, então, constitui-se em cobrir/reportar/narrar as especificidades de cada grupo social, sem perder de vista a causa comum.

A LINGUAGEM COMO LABORATÓRIO: A QUESTÃO DOS GÊNEROS JORNALÍSTICOS

Partindo-se do princípio que um dos ofícios do jornalismo é narrar, contar histórias, é preciso falar sobre narrativa. Para Benjamin (2000), a principal fonte da narrativa é a experiência passada de pessoa para pessoa, anonimamente. Assim, as melhores histórias escritas são as que mais se aproximam das histórias orais. Já de acordo com Todorov, para cada narrador, há um leitor que escuta e apreende a história contada. Assim, no tempo do discurso, o que importa não é tanto o fato em si, mas o modo como ele chega até o outro, ou seja, o modo como é narrado (TODOROV, 1976, apud MARTINEZ, 2008). Embora, no início do século 20, Benjamin declarasse a narrativa como arte em extinção, o que se observa é que o gênero não só continua existindo, décadas depois, como se consolidou, especialmente nos relatos de não-ficção (MARTINEZ, 2008).

Ora, no que diz respeito aos gêneros jornalísticos, e mais precisamente ao gênero reportagem, vale lembrar as conceituações sobre o papel do jornalista/repórter e da compreensão da reportagem como narrativa, conceitos trabalhados por autores como Cremilda Medina e Muniz Sodré. No entendimento da primeira, o jornalista é um narrador, um “autor-mediador social, produtor de sentidos” no ato de reportar o “mundo vivo”. A reportagem é a narrativa do presente, é o relato do contemporâneo (MEDINA, 2006, p. 87).

Em consonância a esse pensamento, Sodré (2009, p. 135) afirma que, ao criar uma analogia,

decerto, seremos levados a pensar “a velha ideologia da objetividade do relato jornalístico em termos de uma objetividade fraca, cuja consequência imediata é a revisão das pretensões de espelhamento da verdade absoluta do real-histórico em favor da admissão de uma veracidade probabilística, que não destrói as possibilidades de um pacto de credibilidade entre o sistema informativo e seu público, podendo mesmo ajudar a lançar luz sobre determinadas ficcionalizações (...). Tudo isso contribuirá para aproximar ainda mais o discurso informativo da forma narrativa.”

Em relação aos novos arranjos de jornalismo, parte-se do pressuposto que, na contramão do que é atualmente feito no jornalismo tradicional, o jornalismo independente tem se voltado para a entrevista e, ainda mais especialmente, para a reportagem em profundidade, ou seja, para as “raízes” do jornalismo, no sentido de proporcionar uma nova/velha forma de fazer jornalismo, utilizando das novas ferramentas digitais para pensar em outras possibilidades de formatos para contar as histórias da vida real. Certamente, como já apontava Maciel (2018) em sua tese sobre o jornalista como narrador do contemporâneo, isso se dá em consequência da maior disponibilidade de tempo que o jornalista detém para planejar, pesquisar e produzir o conteúdo, devido ao tipo de acordo (contrato social, como defendido pelo autor) realizado entre o mesmo e seu público-leitor.

Embora se referisse, em seu texto, aos jornalistas independentes autores de livros- reportagem, acreditamos que o mesmo pode ser entendido no caso dos jornalistas independentes organizados em novos tipos de arranjos de trabalho. Pela própria natureza das rotinas produtivas, não há tanto espaço para as hard news. A própria natureza de sua sustentabilidade – contratos com editoras, no caso dos estudos de Maciel (2018), campanhas colaborativas, campanhas de assinatura, projetos financiados por fundações públicas ou privadas nacionais ou internacionais, no caso dos arranjos aqui estudados – prevê a dedicação às grandes reportagens, às entrevistas em profundidade, matérias especiais e outros projetos mais elaborados.

Especialmente, o fato de não se reportar a uma mídia tradicional – e às verbas publicitárias das empresas que a patrocinam – pressupõe muito mais autonomia em relação às pautas, possibilitando certa ousadia tanto em relação à escolha das temáticas quanto em relação à abordagem. A nosso ver, trata-se de uma relativa autonomia. Sejam os jornalistas- autores que prestam contas a seus editores (pessoa física) e editoras (pessoa jurídica), no caso de Maciel (2018), sejam os jornalistas organizados nos novos arranjos de trabalho (em nosso caso), seu trabalho precisa estar também em consonância com os valores daqueles que os financiam. Um saída interessante talvez seja buscar combinar esses valores entre o que almejam esses jornalistas e os interesses de quem pode pagar pelos projetos. No que tange especificamente à linguagem e aos gêneros jornalísticos, é preciso se deixar claro, desde o princípio, que estamos falando de jornalismo digital.

DA PRECARIEDADE EM TEMPOS DO TRABALHO DIGITAL ÀS NOVAS SOLUÇÕES DE DESENVOLVIMENTO LOCAL

Como revelam autores como Antunes (2009; 2018), Nonato (2015) e Figaro (2008; 2013; 2018), o mundo do trabalho está em transformação. O campo do trabalho do jornalista, assim, acompanha as mudanças do cenário contemporâneo. Do ponto de vista do jornalismo, a extinção de postos de trabalho tem acompanhado, em nível nacional e regional, um crescente desemprego que também ocorre em nível mundial. Assim, à profissão, e ao profissional, cabe não inventar a roda, mas reinventar-se. Assim, como uma dessas possibilidades de reorganização, surgem os aqui denominados novos arranjos econômicos do trabalho do jornalista, exercendo atividade profissional de forma autônoma, reorganizando-se em grupos. Como aponta Figaro (2018), resguardadas as devidas diferenças, específicas do campo profissional, é possível se estabelecer, em alguns aspectos, relações entre esses novos modos de organização de trabalho (arranjos) e o que a literatura econômica consagrou chamar de arranjos produtivos locais (APL).

Suzigan (2004, p. 545, apud FIGARO, 2018) traz que os arranjos econômicos podem ser definidos na tradição dos estudos italianos, grosso modo, como: “aglomerações produtivas cujas articulações entre agentes locais não são suficientemente desenvolvidas para caracterizá-los como sistemas”. Tal ideia surge oriunda de iniciativas de regiões italianas estudadas por Lombardi e outros,

ênfatizando, sobretudo, as relações de apoio, troca de experiências que se estabeleceram entre pequenas e médias organizações regionais. Ainda de acordo com o mesmo autor, a Rede de Pesquisa em Sistemas Produtivos e Inovativos Locais – RedSist, prefere definir os arranjos produtivos locais (APL) como “aglomerações territoriais de agentes econômicos, políticos e sociais — com foco em um conjunto específico de atividades econômicas — que apresentam vínculos mesmo que incipientes.”; ou ainda, como “sistemas produtivos e inovativos locais (...) em que interdependência, articulação e vínculos consistentes resultam em interação, cooperação e aprendizagem, com potencial de gerar o incremento da capacidade inovativa endógena, da competitividade e do desenvolvimento local” (idem).

Como apontam os estudos da pesquisa matriz:

O conjunto dessas forças produtivas pode ser colocado a serviço da sociedade desde que esses profissionais se organizem para conquistar o direito de trabalhar com dignidade e produzir informação de qualidade para os cidadãos. A nomeação dessa possibilidade de organização de novos arranjos econômicos do trabalho do jornalista (FIGARO, 2016, 2017, 2018) é um deslocamento da definição original (LOMBARDI, 2003a; SUZIGAN, 2004) com a intenção de destacar a possibilidade de que micros e pequenas empresas, organizações não governamentais, organizações da sociedade civil, coletivos e outros grupos de trabalhadores da comunicação e do jornalismo possam representar efetiva alternativa de trabalho (empregabilidade) e de produção de um serviço de qualidade por seus vínculos e compromissos com a democratização dos meios de comunicação e com a sociedade (FIGARO, 2018).

A percepção de que também os arranjos econômicos do trabalho do jornalista pode ser entendida como trocas solidárias, experiências de rede, trabalho colaborativo – não necessariamente remunerado – coaduna-se com os conceitos de desenvolvimento local desenvolvidos pela nossa anterior pesquisa de mestrado. Os autores que trabalham com o conceito de desenvolvimento local apontam em geral para a articulação de redes sociais como chave para promover o bem-estar das comunidades e para se construir possibilidades de desenvolvimento. Para esses pesquisadores, a articulação em rede torna-se um elemento imprescindível para a formação cidadã de determinada população, uma vez que é pressuposta uma relação horizontal, de troca (REIS, 2018).

Conforme apontamos em estudo anterior, em linhas gerais, pode-se explicar o desenvolvimento local como um processo no qual a comunidade identifica e reconhece os seus potenciais endógenos e utiliza os recursos humanos e materiais locais para produção, articulando parcerias públicas e privadas e promovendo ações educativas e inclusivas que permitam a participação dos seus próprios membros em diversos níveis, independentemente de gênero e idade (BUARQUE, 1999; FRANCO, 2000; JARA, 2001; TAUKE SANTOS, 2002 e 2003).

Além disso, de acordo com os autores estudados, as ações realizadas em processos de desenvolvimento local devem considerar, ainda, a sustentabilidade em longo prazo, o que significa dizer que esta não é só pensada num nível econômico, mas também sob o ponto de vista da preservação dos recursos ambientais, do repasse de conhecimentos técnicos de geração em geração e da conservação de valores locais (REIS, 2018).

Em linhas gerais, observa-se que isso acontece em muitos dos novos arranjos jornalísticos de base comunitária, especialmente, aqueles que se encontram nas periferias dos grandes centros urbanos, pautando-se no cotidiano que está à margem do que acontece nas metrópoles, usando de recursos escassos, muitas vezes mesmo improvisados, e utilizando-se de soluções criativas. Em nosso processo de pesquisa, a partir de entrevistas semiestruturadas e em profundidade com integrantes de seis grupos jornalísticos dos estados de Pernambuco e da Bahia, no Nordeste do Brasil (são eles Portal Itaíba, Portal Correio Nagô, Portal Sotero Preta, Revista Outros Críticos, Revista O Grito! e Revista Gambiarra), revelaram-se aspectos levantados em uma das hipóteses, como precariedade do trabalho do jornalista; mas também foi possível aferir a criação de novos postos de trabalho na área; a percepção do profissional jornalista também como gestor da comunicação; o papel de políticas públicas para a

sustentabilidade desses grupos e a articulação de parcerias com ONGs, universidades e outras mídias, permitindo atuação em rede, um dos indicadores do desenvolvimento local.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, R. O privilégio da servidão: o novo proletariado de serviços na era digital. São Paulo: Boitempo, 2018.

. Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. São Paulo: Boitempo, 2009.

BENJAMIN; W. O narrador. In: Magia e Técnica, arte e política. São Paulo: Brasiliense, 2000.

BUARQUE, S. C. Metodologia de planejamento do desenvolvimento local e municipal sustentável. Material para orientação técnica e treinamento de multiplicadores e técnicos em planejamento local e municipal. Brasília, DF: IICA, 1999

BOURDIEU, P. The Political Field, the Social Science Field, and the Journalistic Field. In: BENSON, R., NEVEU, E. Bourdieu and The Journalistic Field. Cambridge: Polity Press, 2005.

. O poder simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998. CASTELLS, M. Ruptura: a crise da democracia liberal. Rio de Janeiro: Editora, 2018

. Anatomia de uma revolução. Disponível em: <http://www.eagora.org.br/arquivo/anatomia-de-uma-revolucao>. Acesso em 20 de fevereiro de 2011

. Comunicación y Poder. Madrid: Alianza Editorial, 2009.

. A Sociedade em Rede. A era da informação: economia, sociedade e Cultura. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CASTILLO, R. Estudio Preliminar: Era uma Vez na América, John Dewey e a crise da democracia. In: DEWEY, J. La opinión pública y sus problemas. Madrid: Ediciones Morata, 2004.

CHARAUDEAU, P. A conquista da opinião pública: como o discurso manipula as escolhas políticas. São Paulo: Contexto, 2016.

CORNU; D. Jornalismo e Verdade: por uma ética da informação. Lisboa: Instituto Piaget, 1999.

CORREIA, J. C. Novo Jornalismo: CMC e Esfera Pública. In: CORREIA, J.C., FIDALGO, A., SERRA, P. (Orgs.) Informação e Comunicação Online. V. 3. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2003.

DEMO, P. Participação é conquista. Petrópolis: Vozes, 2000

DEWEY, J. La opinión pública y sus problemas. Madrid: Ediciones Morata, 2004. DOWNING, J. Mídia radical. São Paulo: Editora Senac, 2002.

ESTEVES, J. P. Internet e Comunicação Política: um novo desafio à democracia. Intexto. Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 17, p. 1-12, julho/dezembro 2007.

FIGARO, R. (Org). As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às grandes corporações de mídia. São Paulo: CPCT, 2018.

. Atividade de comunicação e de trabalho. Trabalho, educação e saúde. Rio de Janeiro, v. 6, n. 1, p. 107-145, mar./jun. 2008.

FIGARO, R; NONATO, C; GROHMANN, R As mudanças no mundo do trabalho do jornalista. São Paulo: Atlas, 2013.

GOHN, M. G. Manifestações de Junho de 2013 no Brasil e Praças dos Indignados no Mundo. Petrópolis: Vozes, 2014.

. (Org.) Movimentos Sociais no século XXI. 3.ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

JARA, C. J. As dimensões intangíveis do desenvolvimento sustentável. São Luís: IICA, 2001

LIMA, V. Mídia, rebeldia urbana e crise de representação. In: Cidades Rebeldes. São Paulo: Boitempo, 2013, p. 89-94.

MACIEL, A. Z. Narradores do Contemporâneo: jornalistas escritores e o livro- reportagem no Brasil. 2018. Tese (Doutorado em Comunicação). 310f. UFPE: 2018.

MARTINEZ, M. Jornada do Herói: a estrutura narrativa mítica na construção de histórias de vida em jornalismo. São Paulo: Annablume, 2008.

MEDINA, C. A arte de tecer o presente: narrativa e cotidiano. São Paulo: Summus, 2003.

MORETZSOHN, S. Pensando contra os fatos: jornalismo e cotidiano, do senso comum ao senso crítico. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

NONATO, C. Jornalistas, blogueiros, migrantes da comunicação: em busca de novos arranjos econômicos para o trabalho jornalístico com maior autonomia e liberdade de expressão. 2015. Tese (Doutorado em Comunicação). 250f. USP: 2015.

REIS, M. Comunicação, cultura e mobilização comunitária. Curitiba: Appris, 2018.

SANTOS, B. de S. (Org.). Democratizar a Democracia. Os caminhos da democracia participativa. Porto: Afrontamento, 2002

SODRÉ, M. A narração do fato. Notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis: Vozes, 2009.

TAUK SANTOS, M.S. Comunicação Rural: do difusionismo Tecnológico ao Desenvolvimento Local. Recife: Prorenda Rural, Coletânea de Palestras, 2002

. Comunicação Rural: velho objeto, nova abordagem. Mediação, reconversão cultural, desenvolvimento local. In: LOPES, M. I. V.; TAUKE SANTOS, M.

S. (Orgs.) Comunicação e Informação, identidades e Fronteiras. São Paulo: NTERCOM; Recife: Bagaço, 2000

TRAQUINA, N. Teorias do jornalismo: Porque as notícias são como são. Volume 1. Florianópolis: Insular, 2005.

. Jornalismo: questões, teorias e “estórias”. Florianópolis: Insular

O DESENVOLVIMENTO SOCIAL PELAS RELAÇÕES DE TRABALHO: O CORPO DE MULHERES GORDAS NO CONTEXTO ORGANIZACIONAL

CAROLINE DELEVATI COLPO¹

JAYANE EVELLEN DE FÁTIMA CRUZ DE SOUZA²

INTRODUÇÃO

Partindo do preceito, de que cada sociedade possui sua singularidade cultural e econômica, não se pode utilizar somente a economia como característica preponderante para medir a sua eficácia. Isso porque a economia está em constante mudança e, ao mesmo tempo que a economia de uma coletividade se transforma, ela também pode ajudar a transformar o processo econômico global como um todo. Para tanto, é importante considerar a economia, também, como um processo que reflete diretamente nas condições culturais e políticas de sociedade, refletindo diretamente nos contextos das organizações.

No contexto organizacional contemporâneo, muitos estudos convergem, apenas, para elementos mensuráveis como economia e desempenho técnicos das organizações. Entretanto, eles por si só, não se mostram suficientes para entender a dinâmica de uma organização, pois, ao concentrar-se nas técnicas e aspectos lógicos, não analisam as necessidades e transformações humanas. Logo, apesar de alguns elementos organizacionais se prenderem em pontos fixos e imutáveis como regras e métricas, todo o percurso organizacional acontece pelas relações de trabalho, relações humanas e relações sociais que se pratica dentro desse ambiente.

As organizações são espaços que reúnem pessoas com diversas condições econômicas, culturais, sociais, diferentes tipos de corpos, pensamentos e vivências. O resultado da convivência desses indivíduos e a maneira como eles se relacionam no trabalho, também trazem consequências econômicas que interferem no contexto organizacional. Dessa forma, com frequência, as organizações oferecem uma série de representações sociais e historicamente constituídas que são simplesmente interiorizadas e enraizadas na cultura organizacional com expectativas de papéis a cumprir, com condutas mais ou menos estabilizadas e que facilmente edificam o coletivo organizacional, porém, excluem os sujeitos que não se enquadram no modelo pré-estabelecido (Colpo; Souza, 2022).

Assim, cabe ressaltar que diferentes tipos de corpos, nem sempre se enquadram e são representados no espaço em que vivem, entre eles o espaço organizacional. A falta de representatividade desses diferentes corpos, nas organizações, pode influenciar no âmbito profissional, econômico e no desenvolvimento social desses indivíduos. O corpo gordo da mulher gorda é entendido, nessa dinâmica, pois em geral, não se enquadra nos modelos pré-estabelecidos da sociedade e das organizações, uma vez que, faz parte de um conjunto de corpos excluídos na extensão dos grandes sistemas sociais. Dessa forma, o objetivo deste artigo é refletir sobre as relações de trabalhos de mulheres gordas dentro dos espaços organizacionais como forma de desenvolvimento social. Essa discussão torna-se pertinente, pois o corpo da mulher gorda é uma questão latente do cotidiano e que pode determinar poder, crescimento coletivo, além de passarem a ser fatores de regulação social. Logo, a maneira como o corpo da mulher gorda performa nos contextos organizacionais, também é resultado de como os sujeitos sociais se afetam e constroem

¹ Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas e professora do Curso de Relações Públicas da UFPB/PB. Coordenadora do Grupo de Pesquisa CACTO – Comunicação, Afeto, Cultura, Trabalho e Organizações. Doutora em Comunicação Social pela PUC/RS. Mestre em Desenvolvimento Regional pela UNISC/RS e graduada em Relações Públicas pela UFSM/RS carolinecolpo@gmail.com

² Jornalista, mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas e integrante do Grupo de Pesquisa CACTO – Comunicação, Afeto, Cultura, Trabalho e Organizações - UFPB/PB. jayaneevellen@gmail.com

possibilidades de desenvolvimento social.

DA ECONOMIA PARA O DESENVOLVIMENTO SOCIAL PELO CONTEXTO DAS ORGANIZAÇÕES

A economia está ligada a uma condição dialógica (Morin, 2002): a relação de interdependência entre uma economia micro³ e uma economia macro⁴, que estar em constante processo de transformação. A economia pode ser hologramática (Morin, 2002), pois cada sociedade tem sua singularidade econômica (economia local), mas que nem por isto representam únicos elementos, tornam-se, na medida do possível, fragmentos do todo. A economia local está no todo, constantemente movimentando e sendo movimentada, alterando e sendo alterada pela economia global. É a recursividade (Morin, 2002) do processo econômico global, alimentado e modificado pela economia local, que por sua vez também é modificada pela economia global.

A discussão sobre economia pode estar centrada em alguns autores que a entendem como um processo mais amplo do que simplesmente autorregulado pelo mercado, visualizando-a também como um processo social com reflexos diretos nas condições culturais e políticas de sociedade. Polanyi (2000), por exemplo, destaca que o liberalismo interpretou mal a história da Revolução Industrial, quando julgou os acontecimentos sociais a partir de um ponto de um ponto de vista econômico. Para este autor

A Revolução Industrial foi apenas o começo de uma revolução tão extrema e radical quanto as que sempre inflamavam as mentes dos sectários, porém o novo credo era totalmente materialista, e acreditava que todos os problemas humanos poderiam ser resolvidos com o dado de uma quantidade ilimitada de bens materiais. (POLANYI, 2000, p. 58)

Reforça-se a ideia do autor na qual é preciso pensar além da economia regulada unicamente pelas lógicas de mercado e interesses materiais, mas também como um processo social. O homem foi o grande agente da Revolução Industrial, que por sua vez teve como consequência grandes transformações econômicas. Polanyi (2000) aponta que a descoberta mais importante nas pesquisas históricas e antropológicas é que a economia do homem, como regra, está submersa em suas relações sociais. O homem não age para salvaguardar somente seus interesses individuais na posse de bens materiais, mas também sua situação, suas exigências e seu patrimônio social. Os bens materiais são valorizados na medida em que servem para os propósitos individuais. Nem o processo de produção de bens materiais, nem o processo de distribuição destes estão ligados apenas a interesses econômicos específicos relativos à posse de bens. Cada passo deste processo está atrelado a interesses sociais. É natural que estes interesses sejam diversos numa pequena comunidade de caçadores ou pescadores e numa sociedade mais ampla, mas tanto numa quanto noutra o sistema econômico pode ser dirigido primeiramente por motivações sociais. O processo estabelecido pelo homem entre economia e seus laços sociais torna-se uma relação complementar em alguns momentos e antagônica em outros. No entanto, são instâncias necessárias agindo em conjunto para a existência, o funcionamento e o desenvolvimento social.

Singer (2001) aborda a dificuldade em definir com precisão o conceito de economia e sua fusão com as relações sociais, uma vez que a grande maioria dos economistas sente a necessidade de delimitar seu campo de estudo e análises em razões táticas, ou seja, para não ter que explicar, na maioria das vezes, a vida social no campo econômico. Singer (2001) converge com o pensamento de Polanyi (2000) ao admitir a economia como sendo também um sistema social, na qual ressalta que toda atividade econômica é coletiva, realizada por uma sociedade, grupo ou nação. Diversos grupos se

³ Designada como um ramo da economia que estuda o comportamento das unidades econômicas individuais (empresas e os consumidores) consideradas quer isoladamente, quer nas suas relações mútuas (Singer, 2001)

⁴ Pode ser entendida como a ciência que estuda o comportamento da economia na sua globalidade, através da análise de variáveis globais, tais como produção, investimento, poupança, desemprego, taxas de juro, taxas de câmbio ou o nível geral de preços (Singer, 2001)

especializam na execução de tarefas distintas necessárias para que ocorra a circulação de bens e serviços. A atividade econômica é aquela, portanto, que se realiza no quadro da divisão social do trabalho, e faz parte dela o trabalho do operário na fábrica, do agricultor no campo, da comerciária na loja (Singer, 2001). Entretanto, esta atividade econômica muitas vezes é gerada pelas relações sociais entre os grupos que fomentam as suas próprias atividades econômicas. Dito de outra forma há uma recursividade entre a atividade econômica e as relações sociais, pois as motivações econômicas se originam no contexto da vida social e as relações sociais geram as atividades econômicas.

Assim como Polanyi (2000), Singer não simpatizava com o pensamento marxista quando este defendia que, numa sociedade capitalista, as ações do governo tinham necessariamente como objetivo a proteção dos interesses da classe capitalista. Diferentemente de Marx, que acusou o capitalismo de explorar os trabalhadores, Polanyi (2000), ainda que não tenha negado esta exploração, concentrou-se nas consequências culturais, muitas vezes desumanizantes do sistema de livre mercado. O autor rejeitava a ideia de que a ordem política, neste caso a democracia, fosse simplesmente uma superestrutura que refletisse as relações de poder definidas em termos econômicos. O autor reconhecia a realidade da luta de classes, admirava os esforços coletivos de trabalhadores e de pessoas comuns dedicados à construção de organizações que fortalecessem as suas relações sociais e seus vínculos culturais, procurando driblar a possibilidade de alienação da autorregulamentação do mercado. Santos (2002, p. 141) aborda o processo de economia global como “perverso” e que “não leva em conta o homem”, reduzindo o seu papel de cidadão, ou seja, “é transformar todo o mundo em consumidor, usuário e, se possível, coisa, para mais facilmente se inclinar diante de soluções anti-humanos” (Santos, 2002. p. 141).

Dessa forma Polanyi (2000), Singer (2001) e outros autores estão preocupados em compreender, também, a economia para além de questões materiais e pensar o efetivamente o desenvolvimento social através das articulações de grupos sociais e organizações. A sociedade, de certa forma, se mobiliza em busca de autoproteção. Surgem legislações sociais, assim como a movimentação política e sindical da classe trabalhadora que reivindica melhores condições de trabalho junto as organizações. Harvey (2009, p. 161) argumenta que “corpos imersos num processo social como a circulação do capital variável nunca devem ser concebidos como dóceis e passivos” considerando a imensa capacidade dos trabalhadores de (re)organização. Mesmo que o trabalho esteja em grande parte condenado, sob o domínio do capital, a produzir as condições e instrumentos de sua própria dominação, as capacidades transformadoras e criadoras do trabalhador sempre trazem em si a potencialidade de moldar um modo alternativo de produção. É com esse potencial de transformação, seja das relações de trabalho ou das condições sociais, que surgem e ressurgem constantemente a necessidade das organizações atenderem as demandas da sociedade.

Para Srour (1998), estas organizações podem ser definidas como coletividades especializadas na produção de um determinado bem ou serviço, combinando agentes sociais e recursos e, posteriormente, convertendo-se em instrumento de “economia de esforço” (Srour, 1998, p. 107). Podem ser consideradas, ainda segundo Srour (1998), como sistemas abertos e campos de forças que competem entre si para absorver energia do ambiente externo, processar insumos e gerar produtos. Para isto é necessário administrar pressões e fomentar grupos de apoios para criar credibilidade junto à sociedade. Neste sentido torna-se importante a capacidade de adaptação e flexibilidade das organizações às demandas sociais.

No conceito sugerido por Srour (1998), os sujeitos estão imersos em organizações, tanto como parte potencial das ações organizacionais como também dependentes dessas ações. Os sujeitos nascem e morrem dentro de organizações e durante a vida se relacionam com uma infinidade delas. Estabelece-se aqui um sistema recursivo complexo (Morin, 2002) para o entendimento das relações individuais com as organizações. Da mesma forma que elas produzem o sujeito, também são produzidas por este. Mas ainda pode-se refletir de forma hologramática (Morin, 2002) que ao mesmo tempo em que o indivíduo é um todo, tem a organização como sua parte, ou esta é o todo tendo o sujeito como sua parte.

Entretanto, nem sempre os indivíduos foram considerados partes importantes para as

organizações. Por muito tempo as organizações foram consideradas conjuntos estabelecidos, estabilizados e racionais, tendo por objetivo apenas produção de bens e serviços. A concepção de uma organização racional em busca de resultados preestabelecidos compara as organizações com máquinas, cujas diversas engrenagens (humanas ou técnicas) podem ser facilmente substituídas, prevendo a melhor articulação possível com os menores custos possíveis. Sob este olhar, a vida organizacional torna-se repleta de rotinas, como um relógio (Enriquez, 1997) e são planejadas à imagem das máquinas que esperam dos empregados comportamentos mecânicos.

Com o tempo, as organizações passaram a ser entendidas pela sociologia das organizações como um sistema social e humano mediado por interesses políticos. Decisões, participação no poder e controle de atividades tornaram-se preocupações centrais na vida organizacional (Enriquez, 1997). Neste contexto, os sistemas de atividades políticas, dentro das organizações, podem ser claramente manifestados nos conflitos e jogos de poder e nas intrigas interpessoais que resultam do fluxo da atividade organizacional. O trabalho, a carreira e os interesses pessoais tornam-se preponderantes e percebe-se que as ideias e ações das pessoas colidem e/ou coincidem na vida política das organizações. Quando os interesses colidem, surge o conflito. Na tentativa de resolver os conflitos, que muitas vezes se tornam institucionalizados, o poder torna-se um meio de influência na busca de determinados interesses (Morgan, 2000). O político e o afetivo passam a ter lugar dentro da vida organizacional, animada por paixões, interesses, conflitos e poder.

Entretanto, é necessário reconhecer as organizações além de estruturas políticas geridas pela racionalidade técnica. Assim, uma nova abordagem das organizações passou a considerá-las como um meio cultural com elementos simbólicos e imaginários. A organização passou a ser entendida, também, como uma comunidade expressiva repleta de significados que não podem ser compreendidos por uma análise linear e racional. A cultura nas organizações necessitou ser tratada como um processo de construção da realidade organizacional, na qual os sujeitos colocam em constante interação a sua cultura com a cultura da organização que passou a ser vista como lugar de desenvolvimento social repleto de desejos, frustrações, realizações, humanizações e cooptações.

É necessário considerar que nas organizações coexistem, além de uma relação voltada para a produção do trabalho e para o lucro, grupos com relações afetivas, com ligações em torno de interesses comuns, por vezes até contrários aos interesses das organizações. Pela existência da divisão do trabalho no contexto organizacional, os grupos estruturam-se segundo interesses próprios, nos quais vivenciam sentimentos de partilhas, solidariedade e luta comum. É nesse contexto que se torna importante analisar as relações de trabalhos de mulheres gordas dentro dos espaços organizacionais com reflexo da sociedade vigente e possibilidades para o desenvolvimento social.

AS RELAÇÕES DE TRABALHO DE MULHERES GORDAS

A história da humanidade é composta por padrões de comportamento e construção de concepções que indicam o que é ser aceito e admirado pelo grupo social a que se pertence (Jimenez, 2021). Para além disso, esses padrões ficam ainda mais evidentes quando envolvem características de gênero, pois, a ideia que se concebe pela sociedade do corpo da mulher, diz respeito a forma como esse corpo é tratado socialmente e como ele se comporta nos diferentes âmbitos da vida coletiva. Entretanto, para aprofundar sobre a maneira como a corporalidade é vista socialmente, é importante compreender que cada tipo de corpo varia de acordo com a época, cultura e espaço geográfico, logo, o corpo e sua concepção, não são imutáveis, mas estão em constante transformação e interação dentro de si e fora de si (Rangel, 2018). Vigarello (2003) complementa afirmando que as representações do corpo se deslocam de tal maneira que elas transformam o controle do peso corporal, os cuidados com a composição das habilidades e a hierarquia concedida às características físicas.

Na realidade brasileira contemporânea, a filósofa Jimenez (2021) discorre que o ser humano, cujo aspecto físico é gordo, passa por vários tipos de violências, inclusive médicas, que se iniciam quando criança, passam pela fase da adolescência e extravasa para a fase adulta de maneira que o preconceito é justificado pela necessidade de aprovação do porte físico e padronização do corpo magro como o “certo”, “bom”, “saúdável” e “belo”. Dessa forma, Jimenez (2021) parte do princípio de que essa

é uma forma de meritocracia social, em que o corpo gordo está em um nível inferior ao corpo magro. Entretanto, se faz necessário atentar-se não somente na maneira pela qual o corpo gordo é observado pela sociedade, mas também em como o corpo da mulher gorda é visto, e, como ele performa nos diversos âmbitos coletivos, incluindo as organizações.

Analisando de forma sociológica, Jimenez (2021) entende que o corpo gordo, performando na sociedade ou em grupos e organizações, sofre um tipo de preconceito pelo simples fato ser gordo e a isso, chama-se de gordofobia. Jimenez (2021) entende que a gordofobia, além de causar rejeição social, também é uma forma de estigmatização:

A gordofobia é uma estigmatização porque ela exclui as pessoas gordas do direito de ir e vir, do direito sobre os próprios corpos, de estar em espaços públicos e/ou privados. É importante ressaltar que o gordo não é o único excluído, outros tantos corpos são negados. O corpo gordo não se encaixa literalmente na sociedade. Muitas vezes, essa exclusão é difícil de ser identificada porque ela sempre está disfarçada de uma preocupação com a saúde, e esse discurso funciona como coerção para o corpo gordo ser menor e poder se encaixar socialmente (Jimenez, 2021, p. 59).

Portanto, a exclusão do corpo gordo está tão enraizada na sociedade, que pode-se observar o fortalecimento do preconceito, o qual Jimenez (2021) explica, vai muito além da opressão do corpo gordo, são corpos que perdem a humanidade e que colabora com a solidificação de um imaginário social estigmatizado. Jimenez (2020) denuncia também que existem saberes hegemônicos em que o corpo gordo é odiado, provoca perda de direitos, falta de acessibilidade, exclui, humilha, cria traumas e, muitas vezes, mata. Esses podem ser reflexos da gordofobia nos diversos âmbitos, inclusive econômico, que devem ser considerados quando se pensa em desenvolvimento social.

AS RELAÇÕES DE TRABALHO DE MULHERES GORDAS

A história da humanidade é composta por padrões de comportamento e construção de concepções que indicam o que é ser aceito e admirado pelo grupo social a que se pertence (Jimenez, 2021). Para além disso, esses padrões ficam ainda mais evidentes quando envolvem características de gênero, pois, a ideia que se concebe pela sociedade do corpo da mulher, diz respeito a forma como esse corpo é tratado socialmente e como ele se comporta nos diferentes âmbitos da vida coletiva. Entretanto, para aprofundar sobre a maneira como a corporalidade é vista socialmente, é importante compreender que cada tipo de corpo varia de acordo com a época, cultura e espaço geográfico, logo, o corpo e sua concepção, não são imutáveis, mas estão em constante transformação e interação dentro de si e fora de si (Rangel, 2018). Vigarello (2003) complementa afirmando que as representações do corpo se deslocam de tal maneira que elas transformam o controle do peso corporal, os cuidados com a composição das habilidades e a hierarquia concedida às características físicas.

Na realidade brasileira contemporânea, a filósofa Jimenez (2021) discorre que o ser humano, cujo aspecto físico é gordo, passa por vários tipos de violências, inclusive médicas, que se iniciam quando criança, passam pela fase da adolescência e extravasa para a fase adulta de maneira que o preconceito é justificado pela necessidade de aprovação do porte físico e padronização do corpo magro como o “certo”, “bom”, “saúdável” e “belo”. Dessa forma, Jimenez (2021) parte do princípio de que essa é uma forma de meritocracia social, em que o corpo gordo está em um nível inferior ao corpo magro. Entretanto, se faz necessário atentar-se não somente na maneira pela qual o corpo gordo é observado pela sociedade, mas também em como o corpo da mulher gorda é visto, e, como ele performa nos diversos âmbitos coletivos, incluindo as organizações.

Analisando de forma sociológica, Jimenez (2021) entende que o corpo gordo, performando na sociedade ou em grupos e organizações, sofre um tipo de preconceito pelo simples fato ser gordo e a isso, chama-se de gordofobia. Jimenez (2021) entende que a gordofobia, além de causar rejeição social, também é uma forma de estigmatização:

A gordofobia é uma estigmatização porque ela exclui as pessoas gordas do direito de ir e vir, do direito sobre os próprios corpos, de estar em espaços públicos e/ou privados. É importante ressaltar que o gordo não é o único excluído, outros tantos corpos são negados. O corpo gordo não se encaixa literalmente na sociedade. Muitas vezes, essa exclusão é difícil de ser identificada porque ela sempre está disfarçada de uma preocupação com a saúde, e esse discurso funciona como coerção para o corpo gordo ser menor e poder se encaixar socialmente (Jimenez, 2021, p. 59).

Portanto, a exclusão do corpo gordo está tão enraizada na sociedade, que pode-se observar o fortalecimento do preconceito, o qual Jimenez (2021) explica, vai muito além da opressão do corpo gordo, são corpos que perdem a humanidade e que colabora com a solidificação de um imaginário social estigmatizado. Jimenez (2020) denuncia também que existem saberes hegemônicos em que o corpo gordo é odiado, provoca perda de direitos, falta de acessibilidade, exclui, humilha, cria traumas e, muitas vezes, mata. Esses podem ser reflexos da gordofobia nos diversos âmbitos, inclusive econômico, que devem ser considerados quando se pensa em desenvolvimento social.

Ademais, o corpo gordo feminino tem características específicas e, por isso, passam por atitudes preconceituosas, convenientes aos que praticam esses atos, os quais demonstram que essas mulheres são estigmatizadas constantemente, excluídas e julgadas como inadequadas por um discurso que reflete o poder da sociedade para com elas. Muitas vezes, cedendo à essa narrativa construída de opressão, as mulheres gordas buscam incansavelmente métodos que façam seus corpos diminuírem, porém, como a maioria deles são ineficazes, vira um ciclo vicioso de consumo, expectativas, baixa autoestima e tristeza (Jimenez, 2021). Dessa maneira, mais uma vez, é possível notar que a exclusão social é resultado da estigmatização⁵, que exclui um determinado grupo de acessos básicos e deixando-os vulneráveis às ações que intensificam o sentimento de rejeição (Rangel, 2018).

A performance das mulheres gordas dentro do ambiente organizacional, pode comprovar a eficácia do estigma social, que provoca exclusão social do corpo gordo em toda a sociedade.

Assim, pode-se inferir que o âmbito das relações de trabalho e relações sociais das organizações se configura, também, como uma vitrine de representações de padrões pré-definidos pela cultura e ambiente em que se vive, na qual a estigmatização do corpo gordo transborda para as organizações (Colpo; Souza, 2022).

Torna-se difícil driblar um imaginário vigente a ponto de que ele não extrapole para as práticas organizacionais. Isso acontece, porque o emaranhado de práticas sociais relacionadas às maneiras que os padrões corporais são impostos, escoam para as organizações e, conseqüentemente, para a forma como o sujeito se comporta, não somente na vida cotidiana, mas também nas relações de trabalho. As conseqüências da estigmatização do corpo da mulher gorda na sociedade são perceptíveis, uma vez que os sujeitos têm necessidade da criação de laços sociais para a formação de grupos e comunidades, como forma de desenvolvimento social.

Assim, a maneira como o corpo da mulher gorda está relacionada a economia e desenvolvimento social perpassa as relações de trabalho. Rangel (2018) explica que as pessoas em situação de trabalho mais precarizada, são mais frequentemente enquadradas como obesas. De acordo com a Organização Mundial de Saúde (OMS), obesidade é uma doença, então pode-se induzir que existe resistência por parte das organizações em contratar uma profissional que, segundo o imaginário

⁵ O estigma se consolida ao longo do tempo. Lembra-se a história dos gregos que se utilizavam do estigma para marcar indivíduos que possuíam sinais que indicavam que tal sujeito não era igual aos outros, que podiam ser considerados perigosos e, por isso, sofriam com o parecer de “diferente” (Goffman, 1975). Logo, eram excluídos.

social e, enfatizado pela organização que rege a saúde mundial, é doente. Logo, é possível inferir que a forma como a sociedade enxerga o corpo da mulher gorda é passível de influenciar nas relações de trabalho e as funções que a mulher gorda assume dentro das organizações, ocasionando graves reflexos econômicos na sua vida.

Esse contexto de precarização da mulher gorda nas organizações aciona o conceito de marginalidade estrutural, que põe em foco as relações que se dão entre o setor marginal e o resto da sociedade, como, por exemplo, as relações de dominação e subordinação (Campos, 1971). Não é somente a localização geográfica e o poder aquisitivo que um grupo possui que vai determinar a dimensão de marginalização de uma sociedade. Na verdade, é um conjunto de ações que relacionam questões físicas, econômicas, sociais, culturais e estruturais, logo, alcança uma dimensão psicológica da realidade. Quando Nun (1971) constrói o conceito de funcionalidade social, ele traz o entendimento que determinado grupo, à margem da sociedade, só pode ser considerado marginalizado através da funcionalidade do mesmo para o coletivo, tanto na questão econômica, quanto na questão social. Para tanto, se faz necessário entender que a sociedade e os sujeitos transitam dentro das próprias subdivisões de classes sociais, a partir das possibilidades ofertadas, ou não, pelo mundo do trabalho.

Para Abramo (2007), existem categorias, que embora não tenham sido criadas pelas organizações, corroboram para estabilizar e legitimar a estrutura econômica organizacional, são elas: sexo, raça e idade. A autora enfatiza ainda que a segmentação observada nas relações de trabalho obedeceria às estratégias dos empregadores, mas, ao mesmo tempo, os comportamentos dos trabalhadores também determinariam quem ocupa cada tipo de trabalho (Abramo, 2007). Desse modo, mesmo que exista alguma possibilidade das organizações não serem responsáveis por características que excluem e privam pessoas marginalizadas do trabalho e das relações de trabalho, elas usam desses fatores para se apropriar do poder que têm para se legitimarem dentro do setor econômico. Com isso, desenvolvem ainda mais as estratégias sociais que colocam os trabalhadores em uma posição de remodelagem de aptidões, qualidades e particularidades, como por exemplo determinar funções a partir de características físicas e excluir pessoas que não se encaixam dentro dessas características. Como consequência disso, os marginalizados precisam se moldar ao que se é esperado pelas organizações.

No caso da mulher gorda, o lugar que ela ocupa dentro da sociedade é o de culpa e fracasso, já que não consegue emagrecer e manter-se com o corpo considerado saudável segundo o discurso médico (Jimenez, 2021). Sendo assim, esse discurso reforça o preconceito e a estigmatização da mulher gorda como indesejada socialmente (Rangel, 2018), escoando para as organizações, marginalizando mulheres, fomentando a precarização do trabalho feminino gordo e interferindo no seu desenvolvimento social.

CONSIDERAÇÕES

Considera-se que a economia é uma das características importantes para analisar o funcionamento de uma organização. Entretanto, não é a única forma de compreensão dos contextos organizacionais. Torna-se necessário, também, compreender todo o desenvolvimento de uma sociedade, para que se entenda como as pressões coletivas, por exemplo, atingem as organizações. Neste sentido, é importante a aumentar o foco sobre a capacidade de adaptação e flexibilidade das organizações às demandas sociais, pois, ao inferir que os sujeitos nascem e morrem dentro de organizações e durante a vida se relacionam com várias delas, assim como, com outros sujeitos organizacionais, vê-se que existe um sistema que se retroalimenta.

Assim, a presença ou não das mulheres gordas dentro do ambiente organizacional pode comprovar a eficácia do estigma social que provoca exclusão social do corpo gordo no ambiente de trabalho. Como explica Jimenez (2021), socialmente o corpo da mulher gorda está em um nível abaixo do corpo magro, como uma forma de meritocracia social. A resistência em escolher mulheres gordas para o desenvolvimento de atividades organizacionais, pode ser resultado da formação do imaginário coletivo de que esses sujeitos são doentes.

O conceito de funcionalidade de Nun (1970) é perfeitamente aplicado aqui, quando o autor

explica que aqueles que não são considerados funcionais para o mercado de trabalho consequentemente são excluídos e considerados marginalizados do âmbito organizacional. Trazendo para o contexto abordado aqui, o corpo da mulher gorda, considerado inferior e doente, também, é visto como não-funcional. Por isso, é considerado um trabalhador aquém do desejado. Logo, aumenta o poder do corpo da mulher magra e minimiza a mulher gorda trazendo prejuízos econômicos, sociais, culturais e principalmente psicológicos. Isso ocasiona reflexos consideráveis no desenvolvimento social de mulheres gordas, uma vez que se admite, a economia, como sendo também um sistema social, na qual ressalta que toda atividade econômica é coletiva, realizada por uma sociedade, grupo ou nação e que a mulher gorda não pode ser excluída das relações de trabalho dos contextos organizacionais.

REFERÊNCIAS

- ABRAMO, Laís Wendel. A inserção da mulher no mercado de trabalho: uma força de trabalho secundária?. 2007. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.
- CAMPOS, Jaime. El concepto de marginalidad social en América Latina. Revista Integración, v. 8, p. 75-95, 1971.
- COLPO, Caroline Delevati et al. Organizações e Afetividades. In: INTERCOM, 39ª. 2016, Novo Hamburgo. Anais [...] . São Paulo: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016. p. 1-13.
- COLPO, Caroline Delevati; SOUZA, Jayane Evellen de Fátima Cruz de. O corpo gordo nas organizações: as afecções do corpo enquanto elemento simbólico, cultural ou imaginário. In: INTERCOM, 45., 2022, João Pessoa. Anais [...] . João Pessoa: Intercom, 2022. p. 1-15.
- ENRIQUEZ, Eugène. A organização em análise. Petrópolis, RJ: Vozes 1997.
- GOFFMAN, Erwing. Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. Rio de Janeiro: LTC, 1975.
- HARVEY, David. Espaços de esperança. 2ed. São Paulo: Loyola, 2009.
- JIMENEZ, Maria Luisa Jimenez. Gordofobia: injustiça epistemológica sobre corpos gordos. Revista Epistemologias do Sul, v. 4, n. 1, p. 144-161, 2020.
- JIMENEZ, Maria Luisa Jimenez. Lute como uma gorda:: gordofobia, resistências e ativismos. 2021. 237 f. Tese (Doutorado) - Curso de Filosofia, Universidade Federal do Mato Grosso, Cuiabá, 2021.
- MORGAN, Gareth. Imagens da Organização. São Paulo: Atlas, 2000.
- MORIN, Edgar. O método II: a vida da vida. Porto Alegre: Sulina, 2002.
- NUN, José. Superpoblación relativa, ejército industrial de reserva y masa marginal. 1971.
- POLANYI, Karl. A grande transformação: as origens da nossa época. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- RANGEL, Natália Fonseca de Abreu. O ativismo gordo em campo: política, identidade e construção de significados. 2018.
- SANTOS, Milton. O país distorcido: o Brasil, a globalização e a cidadania. São Paulo: PublifolhaRecord, 2002.
- SINGER, Paul. O que é economia. 4.ed. São Paulo: Contexto, 2001.
- SROUR, Robert Henry. Poder, cultura e ética nas organizações. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- VIGARELLO, Georges. A história e os modelos do corpo. Pró-posições, v. 14, n. 2, p. 21-29, 2003.

O TRABALHO DECENTE NA AGENDA DO DESENVOLVIMENTO: DA COMUNICAÇÃO À AÇÃO SOCIAL

MARIA IVETE TREVISAN FOSSÁ¹
GIBSY LISIE SOARES CAPORAL²

INTRODUÇÃO

A Organização Internacional do Trabalho (OIT), entidade da Organização das Nações Unidas (ONU) tem apresentado, ao longo das últimas duas décadas, diversos estudos e relatórios denominando o trabalho decente como uma prerrogativa para a sustentabilidade das relações sociais e do crescimento econômico, em todo o mundo (OIT, 2024). Em 1999, a Organização Internacional do Trabalho define o trabalho decente e designa a este um papel fundamental, o de ser assinalar trabalho decente como uma estratégia de desenvolvimento tendo no trabalho digno sua expectativa primeira, além de concentrar nele a ação de número oito, do Programa de Desenvolvimento Sustentável (ODS³) da ONU.

Para a Organização Internacional do Trabalho (OIT, 2024) o trabalho decente consiste em um esforço para compreender quais elementos significam um trabalho mais adequado aos trabalhadores entendendo assim, todas as oportunidades para homens e mulheres obterem qualidade e produtividade em suas atividades, estabelecendo uma atividade a partir de condições de liberdade, equidade, segurança e dignidade humana em um espaço que busque pela promoção da superação da pobreza, da redução de desigualdades sociais. O trabalho decente orienta para que as atividades de trabalho garantam a governabilidade democrática nos espaços públicos e privados, assim como ser um aliado na busca por desenvolvimento sustentável.

No objetivo de número oito⁴, a ODS, indica que o trabalho decente está caminhando junto com o crescimento econômico em dez pontos fundamentais que tratam sobre um trabalho menos precarizado, onde o tempo de trabalho esteja centrado nas necessidades de vida do trabalhador e se articule em atividades que conduzam a ambientes saudáveis e seguros, inovadores e com pouco impacto ambiental. Portanto, orientando a relações de trabalho que contribuam para melhorar o desenvolvimento humano, apoiem a vida do trabalhador e, conseqüentemente, possam levar a sociedade em um caminho de crescimento econômico.

Nesse contexto estabelecido, o artigo que apresentamos tem como objetivo articular alguns conceitos que, desde o ponto de vista dos estudos da Comunicação, especificamente, dos estudos da Comunicação e Trabalho, podem apresentar contribuições teóricas para o tema desenvolvimento, ações sociais e economia criativa, pois compreendemos que estas não podem ser estratégias dissociadas da realidade dos trabalhadores, que inclusive são a sustentação da cadeia produtiva. O presente texto, que se une no livro proposto pelo Grupo de Pesquisa Comunicação Cultural e Audiovisual, da Universidade Federal de Santa Maria, é uma contribuição às pesquisas que propõe pensar sobre o tema proposto.

Nossa análise quanto ao trabalho se estabelece entendendo que uma ação social dos sujeitos é a base na sustentação de suas forças produtivas, na constituição de suas coletividades e, portanto, como um processo de configuração do ser social que emana das suas capacidades e sujeições ao trabalho em uma atividade coletiva, social e propositiva ao desenvolvimento das potencialidades

¹ Relações Públicas, Doutora em Administração. Pós Doutora pela Universidad de Quilmes, Argentina. Professora Titular do Departamento de Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria

² Administradora. Mestre em Administração. Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. Pesquisadora CAPES-PRInt na Universidad de Sevilla, Espanha.

³ ODS são os Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis apresentados pela ONU- Organização das Nações Unidas. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible>

⁴ O objetivo é promover o crescimento econômico inclusivo e sustentável, o emprego e o trabalho decente para todos, conforme a Organização das Nações Unidas especifica em <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth>

humanas.

Esse artigo faz parte dos estudos que estão sendo desenvolvidos na minha na Tese de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, na Universidade Federal de Santa Maria, e o texto apresentado, nesse capítulo, se delimita a contribuir nos tópicos: o trabalho e a comunicação, a precarização do trabalho, o trabalho decente, a economia criativa e o trabalho decente e e fechando com considerações finais que destacam pontos sobre como entendemos como a comunicação para a ação social, nessa abordagem.

Como resultado, esperamos que se possa compreender como o trabalho está disposto nas estratégias para o desenvolvimento com base nas orientações da ODS⁵, da OIT e da ONU. Reconhecemos que, todavia, devido às novas e constantes mudanças nas dinâmicas do trabalho, principalmente quando compreendemos uma Sociedade de Plataformas (VanDijck, Poell, Wall, 2018) e os desafios para o desenvolvimento de arranjos produtivos e do investimento em ações sociais⁶. O tema gera complexidades que nos desafiam, pois depende da elaboração de uma agenda que responda tanto ao desenvolvimento humano, como das sociedades em um processo de coletivos sociais comprometidos com a compreensão do humano atrelado às relações econômicas, sociais e comunicacionais.

O TRABALHO E A COMUNICAÇÃO

Desde o momento em que a sociedade se organizou, os esforços humanos se dedicaram a dispensar energia e tempo a uma atividade que tivesse propósito, uma ação para a realização humana que transformasse a realidade das pessoas e das suas comunidades. Aquele que se envolvia em uma atividade, com seu grupo ou ambiente de vida e convivência, estava exercendo um papel, estabelecendo ou mudando uma hierarquia social estabelecida e assumindo uma responsabilidade, além de constituir e possibilitar novos ambientes de interação, comunicação, poder e desenvolvimento.

Os antigos humanos começaram a dividir o mundo ao seu redor, organizando suas experiências em termos de signos, palavras, conceitos e ideias (HAHARI, 2015) e, logo, uma das primeiras concepções que se buscou alinhar, na sociedade, foi a concepção de trabalho (SUZMAN, 2022).

Em uma primeira análise, o trabalho é apresentado como uma expressão de boa vontade, uma ação individual que cria comunhão de propósito e pode ser determinado pela harmonia de experiências que se estabelecem a partir das observações, análise, aprendizados e práticas de fazer e comunicar. Já, desde o prisma econômico, o trabalho é aquilo que se faz para ganhar a vida em uma sociedade (SUZMAN, 2022).

Para Masi (2022), as interações com o simbólico e as relações de informação, caracterizam o momento presente, pois nos encontramos em uma situação de significação e compreensão do trabalho em uma nova fase da evolução da sociedade. Para Massi (2022), essa fase atual se denomina de Sociedade Pós-Industrial, quando o trabalho se significa pela comunicação que acontece através dos meios, especificamente em um mundo de produção imaterial através das redes de comunicação e das relações com a tecnologia.

Masi (2022) classifica três divisões históricas do trabalho que se apresentam a partir dessa evolução da sociedade que são, a Sociedade Pré-Industrial, Industrial e Pós-Industrial. Elas se caracterizam e são adjacentes em três momentos: primeiro, quando a sociedade esteve voltada intensamente para a agricultura e o artesanato. Depois, entre o século XVIII até o final do XX, centrada em uma série de grandes produções materiais, indústria de massa e de consumo e, agora, a sociedade

⁵ Por uma questão de facilidade de leitura, faremos o uso das abreviações dos nomes institucionais e de seus programas, já que eles já foram definidos anteriormente no texto.

⁶ As ações sociais são compreendidas dentro do formato de proteção social, conforme https://www.ilo.org/global/publications/books/WCMS_817572/lang--en/index.htm

assumindo um viés importante e focado na produção de bens imateriais como os serviços, a informação, os símbolos, os valores e a estética. Esses elementos nunca estiveram tão presentes na nossa concepção sobre as relações de produção e nunca estiveram tão focados no que representa o indivíduo em sua conexão com seu mundo e com sua comunidade.

As relações de trabalho advêm dos movimentos promovidos pelas relações humanas com as tarefas realizadas em cada sistema econômico vigente, assim Dejours (2007, 2015) entende que o trabalho consiste em uma ação humana transformadora da sociedade à medida que produz resultados para o desenvolvimento econômico e social, além do desenvolvimento do próprio indivíduo. Destacariamos também, um coletivo social ampliado a partir de proposições individuais, culturais e centrais de cada humano para a concretização de resultados no processo de desenvolvimento coletivo.

De forma que o trabalho se reconhece pela sua atividade e se sustenta em uma estrutura econômica do sistema capitalista que vivemos. Assim, o trabalho é uma dimensão inalienável da vida humana, uma expressão ontológica do ser, como apresentou (Marx, 2004). Nessa concepção, o trabalho é compreendido no seu aspecto produtivo e estabelece uma condição de valor e uma estrutura de dependência no sistema do capital. Na esfera das perspectivas modernas, aportaria condições de vida adequadas e dignas, contudo a precariedade no trabalho faz com que se mantenha parâmetros para avaliação e busca por um trabalho decente.

Na era Pós-Industrial, analisar a comunicação e trabalho faz com que compreendamos que há apropriações de informações, conteúdos e dados que são gerados através das redes de comunicação, em um ambiente onde a produção do trabalho gera valor para o capital e as organizações têm tomado conta dessa capacidade humana no mundo contemporâneo, fazendo a comunicação uma palavra-chave para compreendermos as transformações do mundo do trabalho, que também são transformações na comunicação (Fígaro, 2008).

Consequentemente, na sociedade atual, as relações do homem com o trabalho são relações de comunicação. No trabalho está a comunicação, explica, Fígaro (2008, 2021) e, consequentemente, as experiências de mundo ao longo do tempo, agora em um momento de grande inserção das tecnologias, através das plataformas de comunicação.

O que estamos percebendo é um modelo de produção vinculado às atividades de trabalho que são imateriais (GORZ, 2005) como são as atividades de serviço, inclusive as atividades dos profissionais de comunicação. Ao não reconhecer a verdadeira extensão qualitativa do trabalho, acaba-se por promover uma situação mais precária, que ocorre no modelo de exploração do processo produtivo.

Bucci (2021) coloca que essa mudança que estamos vivendo acontece como “mutação” e sintetiza um deslizamento tectônico na economia global porque o valor físico das mercadorias já não importa tanto como o valor daquilo que não é palpável, que não tem corpo físico. Portanto, reconhecer o trabalho imaterial (GORZ, 2005) provoca o entendimento do valor do trabalho para um valor de dados, conhecimento, mensagens e informação, que estão intrínsecas nesse entendimento a relação da comunicação e do trabalho.

A PRECARIZAÇÃO DO TRABALHO

Na teoria de Marx (2004), na “mais-valia” reside um dos conceitos centrais da teoria econômica do capital, nela se percebe que o poder do capital está centrado na geração de lucro a partir da atividade dos trabalhadores. Assim, a forma com que o capitalista ganha com o produto gerado pelo trabalhador, é maior do que o retorno que se paga sobre o esforço produtivo do trabalhador. De forma simplificada, a “mais-valia” revela que há uma apropriação da capacidade produtiva do trabalhador ao não ser transferida completamente a ele, e é isso que gera a acumulação de lucratividade aos negócios.

Por um lado, se compreende o aumento da produção como um fator para a geração de produtividade e lucro aos negócios, também diminuir os ganhos dos trabalhadores sobre o seu próprio trabalho, proporcionam ao capitalista efeitos muito semelhantes. Nesse sentido, a precarização do trabalho é, em uma primeira análise, uma forma de melhorar a lucratividade de uma empresa.

Por outro lado, a precarização evidencia uma estrutura de poder permanente nas estruturas empresariais, legais e políticas, percebidos também nos meios de comunicação, demonstrando a luta

de classes que se estabelece nesses ambientes, e o poder que permeia as relações, comumente geradores de conflitos, uma vez que o grau de poder que um indivíduo ou grupo consegue alcançar determina até que ponto eles poderão realizar seus desejos à custa dos desejos dos outros. E esse é um dos eixos sobre as relações de trabalho que são as patologias nascidas nas constituições de pertencimento social em um espaço de construção neoliberal das relações sociais (SAFATLE, JUNIOR E DUNKER, 2018, 2020; DEJOURS, 2017, 2018).

Quanto ao sistema econômico, Antunes (2020) destaca a Sociedade Pós-Industrial sustentando-se sobre um modelo produtivo que explora e precariza o ambiente de trabalho e isso fica cada vez mais agravado pelo descumprimento de regras e leis aplicadas em um Estado cada vez menos vigilante e sem poder para definir estruturas de controle. Quanto às relações de trabalho, faz com que o modo de vida seja pautado pela precariedade do trabalho (ANTUNES, 2020).

Standing (2020), explica que na sociedade atual, diferente da velha sociedade industrial, da típica classe trabalhadora assalariada que se sustentou desde o modelo fordista, está sendo substituída por outra classe de trabalhadores que teria surgido com a crise da globalização. A definição de precariado é um neologismo entre proletariado e precariedade e se caracteriza na posição weberiana de classe que lança ao mercado sua organização individual ou em grupos sociais e, nesta falta de relações e de contratos, tanto com o capital ou com o Estado, que a sua definição se sustenta, pois, retira do Estado a necessidade de respostas e soluções, passando ao indivíduo a sorte do seu próprio sucesso.

Já o Cibertrariado, definido por Huws (2017) é um conceito que nasce com as novas tecnologias, com a automatização e com a simplificação do trabalho, a combinação das tecnologias de informação e das telecomunicações mas, mais precisamente, no trabalho que se faz no setor de serviços, na informação e na comunicação. Os anos 90 trouxe a divisão global do trabalho de processamento das informações que, de certa maneira, correspondia ao trabalho de manufatura das fábricas. Dos espaços das fábricas passamos para as esferas das redes de comunicação, além disso se observou um exército de trabalhadores domiciliares, que se estruturam a partir do teletrabalho e das jornadas flexíveis, principalmente depois da pandemia do Covid-19.

Portanto, compreender os sentidos do trabalho parte de compreender sua estrutura multiforme com uma acentuada tendência a informalização da força de trabalho e a precarização da classe trabalhadores. No Brasil, Antunes (2020) chama de modos de ser da informalidade, pois essa forma de trabalho amplia-se e acentua-se com a colocação de trabalhadores em situações de sucessivos trabalhos temporários, trabalho dentro e fora dos espaços produtivos das empresas, em atividades mais instáveis ou sob ameaça direta de demissão e com pouca proteção do Estado⁷.

O TRABALHO DECENTE

O trabalho decente apresentado pela Organização Internacional do Trabalho (OIT, 2024) se pauta em quatro pontos convergentes para os objetivos estratégicos da ODS delineando a perspectiva de dignidade para os indivíduos, em seus lugares de trabalho.

Assim, a ONU através da OIT demonstrou quais elementos estão mais importantes quando pensamos nas relações de trabalho e, a partir desse olhar, são determinados os elementos relevantes para que as sociedades renovem sua perspectiva sobre esse aspecto de forma que isso sirva como norteador quanto as estratégias coletivas de desenvolvimento.

Na Figura 1, elaboramos um quadro, com base na OIT (2024) demonstrando como o trabalho decente converge desses objetivos estratégicos e quais são as suas bases para orientação dos coletivos,

⁷ Estudos de Viviane Vidigal demonstram esse afastamento do Estado sob a perspectiva do direito do trabalho, em: VIDIGAL, Viviane. Capitalismo de Plataformas: as facetas e as falácias: São Paulo: Editora Mizuno, 2021.

e das ações sociais que precisam ser realizadas a fim de que se minimize os gaps nesse eixo em propostas pela ODS.



Figura 1: Convergência dos objetivos estratégicos da ODS com o trabalho decente
Fonte: Elaborada pelas autoras (2024).

Na Declaração da OIT, relativa aos princípios do trabalho decente, em 18 de junho de 1998, em Genebra, se explicam as regras para a geração de riqueza, que seguem

principios y derechos fundamentales en el trabajo y su seguimiento. De esta manera, la OIT desea aportar una respuesta a los desafíos planteados por la mundialización de la economía, que han sido objeto de numerosos debates en su seno desde 1994. Si bien la mundialización de la economía es un factor de crecimiento económico, y aun cuando este último es una condición esencial del progreso social, todo confirma que no se trata de una condición suficiente para asegurar dicho progreso. El crecimiento debe ir acompañado, pues, de un mínimo de reglas de funcionamiento social fundadas en valores comunes, en virtud de las cuales los propios interesados tengan la posibilidad de reivindicar una participación justa en las riquezas que han contribuido a crear. (RYDER, 2024, p.1)

Nesse sentido, Samans (2024) coloca que na teoria econômica e na política, o crescimento e a produção permanecem em grande parte desconectados dos padrões de vida e da distribuição de renda. As instituições que buscam por desenvolvimento são o elo sub explorado da cadeia. Elas desempenham um papel de vital importância tanto na produção e distribuição, como na captura de sinergias entre os dois. A participar de instituições no processo de reequilibrando da economia neoliberal, pode elevar e formalizar o papel das instituições nas teorias e práticas econômicas, e esse é um desafio muito importante.

Para Samans (2024) é fundamental considerar como desempenho econômico que o Produto Interno Bruto (PIB) é apenas uma das medidas, também há de se levar em conta que o sucesso da economia está vinculado a maneira como as sociedades, portanto as pessoas, estão experimentando um progresso em seu padrão de vida, em seus domicílios e em suas comunidades, ou seja, a vida de baixo para cima precisa estar representada na cadeia de sucesso do todo. O crescimento social é uma medida fundamental para o desenvolvimento e, portanto, precisa se pautar em ações que priorizem o bem-estar social.

Entende-se que muitas organizações não estão atentas a padrões que mantenham a cadeia de sucesso em progressão, nesse caso, se observariam os marcos do trabalho decente como elemento base para se buscar esse sucesso. São cinco os princípios do trabalho decente, destacados na Figura 2, como um dado norteador para pensar as organizações com base nas estratégias de desenvolvimento (ONU, 2024).

Reconhecendo os cinco princípios do trabalho decente é possível considerar uma orientação para estratégias que possam ser planejadas a fim de seguir as bases da ONU e da OIT. Na Figura 3, mostramos as bases que orientam cada um dos cinco princípios com base nas estratégias adotada pela FAIRWORK (2024).



Figura 2: Cinco princípios do trabalho decente
Fonte: Elaborada pelas autoras (2024).

A base da articulação social, na comunicação e no planejamento desses fatores, determinam as condições mínimas para que os elos de desenvolvimento funcionem e possam, a partir dessa análise, organizar medidas e encontrar soluções.



Figura 3: Elementos que definem o trabalho decente
Fonte: Elaborada pelas autoras (2024).

Uma articulação com as instituições que organizam estratégias para ação social, precisam ter em vista o trabalho decente, a partir do vínculo do desenvolvimento das comunidades, onde se encontram também as pequenas empresas, as associações, as entidades sociais, a economia solidária e, portanto, acontecendo a partir das cidades, é o que propõe a Academia sobre a Cooperação Sul-Sul e Triangular da Organização Internacional do Trabalho (OIT).

Amorin et al (2016) explicam a conjuntura da globalização, promoveu o desenvolvimento essencial da sociedade pelo fato de que o contexto é amplamente determinante para o bem-estar social e econômico da população. De modo que a cooperação e as iniciativas são consideradas um meio importante para promover o desenvolvimento econômico e social e podem servir como fomento do progresso dos lugares, ou de uma cidade, podendo, logo, representar um desenvolvimento regional ou nacional.

Mas em muitos lugares do mundo, especialmente nos países em desenvolvimento, como é o caso do Brasil, o trabalho decente ainda precisa ser considerado como fator inicial de cada planejamento, pois percebe-se inúmeras dificuldades que estão atreladas ao fato de não termos superado as bases fundamentais dos direitos humanos essenciais e, nessa agenda, incluímos inúmeros desafios, como o trabalho infantil, o trabalho escravo, o trabalho informal, entre outros.

O trabalho decente aborda as dimensões econômica, social e ambiental do desenvolvimento sustentável nos contextos em que os empregos são escassos, o crescimento é menor, a segurança é mais reduzida e o desenvolvimento humano e econômico é inferior. A criação de empregos decentes é fulcral para a erradicação da pobreza e estabelece as bases para uma transformação econômica equitativa, inclusiva e sustentável. Por este motivo, o trabalho decente deve ser colocado no cerne da agenda de desenvolvimento das Nações Unidas e incorporado de forma transversal nos objetivos acordados internacionalmente como um meio de promover a justiça social e o respeito pelos direitos humanos (AMORIN ET AL, 2016, p. 47).

Amorin et al (2016) descreve a situação do Brasil como um caso em que as dimensões continentais dispersam as capacidades de apoio internacional, assim como as relações entre países. Esta também é uma opção de desenvolvimento social e sustentáveis, ou seja, os marcos de relação internacional entre as iniciativas locais. A nível municipal, poucas vezes se chega a cooperações, contudo indicam que o crescimento sustentável para os pequenos municípios deve estar relacionado, inicialmente, ao crescimento de suas pequenas empresas, a partir do trabalho solidário e criativo.

Para Poell, Nieborg e Duff (2022), de fato as pequenas empresas, assim como toda a cadeia produtiva local, e cultural vive uma produção cultural em nível global por uma vertiginosa mudança nas organizações de mídias e em novas configurações da indústria que passa por podcasts, live-streaming e mídias sociais. Essas mudanças, apontam os autores, estão evoluindo em uma velocidade frenética provocada por mudanças nos mercados, infraestrutura de redes e governança.

Para incentivar o apoio e fomentar iniciativas de crescimento econômico, além de ser um lugar representativo das regiões, bairros e localidades, e de cultura, as cidades são espaços de reconhecimento e estímulo a atividades que vinculem as estruturas de trabalho digno ao desenvolvimento dos pequenos negócios, pois estas podem elaborar expectativas de mudança cultural em relação ao trabalho, e projetariam mudanças futuras no desenvolvimento local.

A ECONOMIA CRIATIVA E O TRABALHO DECENTE

De acordo com a Organização das Nações Unidas (ONU), a economia criativa é uma fonte de

⁸ A economia criativa representa 3.1% do PIB global e 6,2% de todos empregos, contudo essa distribuição global ainda é mais evidente nos países desenvolvidos

<https://news.un.org/pt/story/2023/04/1813137#:~:text=Para%20as%20Na%C3%A7%C3%B5es%20Unidas%2C%20a,propriedade%20intelectual%2C%20conhecimento%20e%20tecnologia.&text=A%20ONU%20diz%20que%2C%20globalmente,compara%C3%A7%C3%A3o%20com%20mulheres%20e%20menina>.

transformação econômica por meio da geração de renda, criação de empregos e pelo aproveitamento do potencial individual ou coletivo para produzir bens e serviços criativos. As atividades do setor da economia criativa estão baseadas no conhecimento e na produção de bens tangíveis e intangíveis, intelectuais e artísticos, com conteúdo criativo e valor econômico. Compreende setores como arte, design, música, cinema, moda, tecnologia da informação, esses vinculados principalmente a atividades de serviço, nas imaterialidades.

A economia criativa não apenas impulsiona a inovação e a competitividade, mas também desempenha um importante papel na promoção do trabalho decente e inclusivo, por três razões principais. A primeira, por oferecer oportunidades de emprego e empreendedorismo ao oportunizar trabalho significativo e remunerado para uma ampla gama de campos e setores. Ademais, a natureza diversificada e dinâmica da economia criativa cria espaço para a inovação e o crescimento de novos negócios.

Em segundo lugar, a economia criativa promove a inclusão social e a diversidade cultural, reconhecendo e valorizando as contribuições únicas de diferentes comunidades e grupos sociais. Ao oferecer oportunidades para a expressão cultural e a narrativa compartilhada, a economia criativa fortalece a identidade cultural e promove a compreensão intercultural, contribuindo para a construção de sociedades mais justas e coesas.

Além disso, podemos afirmar que a economia criativa oferece oportunidades de aprendizado contínuo e crescimento profissional. Com a rápida evolução das tecnologias e práticas criativas, os profissionais criativos são incentivados a adquirir novas habilidades, adaptar-se a novos contextos e explorar novas formas de expressão. Isso não apenas aumenta a empregabilidade e a competitividade dos trabalhadores criativos, mas também contribui para o desenvolvimento de uma força de trabalho mais qualificada.

No entanto, apesar de seu potencial transformador, é importante ressaltar a necessidade que a economia criativa promova o trabalho decente e digno para todos os seus participantes. Isso inclui garantir condições de trabalho justas e seguras, salários adequados, proteção social, acesso a oportunidades de capacitação e desenvolvimento profissional, e respeito pelos direitos trabalhistas fundamentais, como liberdade de associação e negociação coletiva. Além disso, é importante garantir que todos os profissionais criativos tenham acesso igual às oportunidades e recursos necessários para prosperar. Isso pode incluir medidas para promover a diversidade e inclusão, reduzir barreiras de entrada e ampliar o acesso a financiamento, infraestrutura e redes de apoio.

O trabalho decente e a economia criativa estão intrinsecamente ligados, com o potencial de impulsionar o crescimento econômico, promover a inclusão social e cultural, e fornecer oportunidades significativas para uma ampla gama de talentos e habilidades. Ao adotar uma abordagem centrada nas pessoas e orientada para os direitos humanos, e para o desenvolvimento das comunidades, podemos aproveitar o poder transformador da economia criativa para construir um futuro mais justo, equitativo e sustentável para todos.

Como exemplos de economia criativa, temos as atividades que vêm do setor de cultura, moda, design, música, artesanato e comunicação. Inclui, ainda, as atividades de televisão, rádio, cinema e fotografia, além da expansão dos diferentes usos da internet. Também pode estar presente no setor de tecnologia e inovação, como o desenvolvimento de softwares e jogos eletrônicos.

Coletivos de artistas, redes de colaboração e projetos colaborativos permitem que trabalhadores que vivam na informalidade se unam para criar trabalhos mais inovadores, multidisciplinares e impactantes. Outro aspecto importante da economia colaborativa é sua capacidade de democratizar o acesso aos mercados e audiências. Plataformas de crowdfunding, mercados online e redes sociais permitem que os criativos alcancem públicos globais sem dependerem de intermediários tradicionais, como galerias de arte ou gravadoras. Isso dá aos artistas mais controle sobre sua carreira e uma plataforma para compartilhar seu trabalho diretamente com os fãs e apoiadores.

Também, permite o acesso a recursos e infraestrutura que de outra forma seriam inacessíveis para muitos artistas e profissionais criativos. Plataformas de compartilhamento de espaços de trabalho, equipamentos de produção e materiais artísticos facilitam o acesso a recursos essenciais e

mudam a forma de estruturar o desenvolvimento dos territórios e das cidades. Além disso, a economia colaborativa estimula a colaboração entre os profissionais criativos, permitindo que eles compartilhem habilidades, experiências e ideias de forma mais eficaz.

Em adição, a economia colaborativa na indústria criativa promove a sustentabilidade e a economia circular, incentivando o reuso, a reciclagem e o compartilhamento de recursos. Por fim, a economia colaborativa na indústria criativa pode transformar a maneira como as pessoas consomem cultura, promovendo modelos mais participativos, inclusivos e interativos. Festivais de arte colaborativos, espaços de coworking criativos e plataformas de compartilhamento de experiências culturais oferecem novas formas de engajamento e participação para o público, incentivando uma cultura de colaboração na indústria criativa.

Parcerias e Ações no desenvolvimento do distrito criativo Centro-Gare

O distrito Criativo Centro-Gare é uma iniciativa da Prefeitura Municipal de Santa Maria, no Rio Grande do Sul, junto com outras 20 instituições, entre elas a Universidade Federal de Santa Maria. Seu projeto foi executado pelo Grupo VIA Estação⁹ com a pretensão em revitalizar o Centro Histórico da Cidade, por meio do estímulo à economia criativa, de forma a tornar o ambiente favorável para moradores, criativos, turistas e a população em geral. O Projeto tomou corpo graças a uma gama de parcerias colaborativas com entidades educacionais e outras instituições para promover a inclusão e a diversidade. As parcerias foram levadas à efeito após a identificação de parceiros potenciais como escolas, universidades, institutos de arte e centros de treinamento profissional, bem como outras instituições relevantes, como agências governamentais, organizações culturais, empresas criativas e ONGs com interesses e objetivos semelhantes ao desenvolvimento do distrito criativo.

Os distritos criativos são territórios urbanos em que a criatividade se transforma em um potencial inovativo para o desenvolvimento, promoção e surgimento de empreendimentos criativos, com vistas a criar um ambiente atrativo para todos e gera expectativas na sociedade que se agregam as propostas de desenvolvimento (GOLDBERG-MILLER, 2017). O distrito criativo Centro-Gare situa-se no centro histórico de Santa Maria/RS e conta com uma governança formada por 20 instituições, além da participação da Prefeitura Municipal.

A construção colaborativa entre os diversos atores do ecossistema para o distrito criativo iniciou com a delimitação do território, mapeamento de atores, reconhecimento e levantamento de desafios, proposição de soluções, definição do plano de ação e lançamento do plano, seguindo a metodologia já consolidada pelo Grupo VIA estação. A Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) é uma das instituições parceiras e tem pensado em algumas ações que poderiam ser concretizadas via projetos de extensão para o desenvolvimento criativo como:

1) Desenvolver cursos, workshops e treinamentos em áreas como design, artes visuais, música, cinema, teatro, moda, comunicação entre outros, para desenvolver habilidades e talentos na indústria criativa.

2) Incubadoras e Aceleradoras Criativas com o fim de criar espaços e programas de suporte para startups e empreendedores criativos, oferecendo mentoria, orientação empresarial, acesso a recursos e networking para ajudar no lançamento e crescimento de novos negócios.

3) Proporcionar intercâmbios com artistas, designers e profissionais criativos de diferentes origens e culturas para colaborar, criar e trocar experiências em um ambiente criativo compartilhado.

4) Desenvolver projetos de arte pública, murais urbanos, instalações temporárias e intervenções criativas que transformem espaços públicos, promovam a expressão cultural e envolvam

⁹ Faz parte da parceria estratégica com o Grupo Via estação, em <https://via.ufsc.br/>.

¹⁰ Fazem parte do que a UNESCO denomina de Cidades criativas, projeto lançado em 2004, reconhecendo a criatividade como forma de desenvolvimento urbano nos aspectos econômicos, sociais e culturais. <https://www.unesco.org/en/creative-cities?hub=365>

a comunidade local.

5) Propor e organizar festivais de arte, música, cinema, moda e outras manifestações culturais que celebrem a criatividade local, promovam atrações culturais, e atraiam visitantes e turistas para a região.

6) Estabelecer parcerias entre empresas criativas e setores tradicionais, como turismo, gastronomia, moda, tecnologia e manufatura, para promover a inovação, diversificação e desenvolvimento econômico.

Ainda como exemplos de parcerias que dão resultados, elencamos alguns projetos de extensão universitária para o distrito Criativo Centro-Gare, propostos pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Ao todo são 14 iniciativas, selecionadas a partir de um edital lançado pela UFSM, somando 105 mil reais com recursos da UFSM para o custeio de bolsas para alunos e outras ações.

Os projetos de extensão contemplados foram: 1) Proposta de Requalificação em termos de Mobilidade e Acessibilidade Urbana para o Distrito Criativo Centro-Gare; 2) Subsídios Arquivísticos para a Comemorações dos 150 Anos da Loja Maçônica Luz e Trabalho; 3) Laudos Paleontológicos e Ações de Proteção e Valorização do Patrimônio Fossilífero; 4) Apropriação da Identidade Cultural do Distrito Histórico de Santa Maria por meio de um Board Game Híbrido; 5) Etnodesenvolvimento: Assessoria para Controle Social de Políticas Públicas de Coesão Territorial; 6) Brincar de Viver; 7) Consultoria, Assessoria e Serviços Técnicos para a Comunidade e Organizações; 8) Empresa Júnior de Comunicação Mercadológica Nuvem Jr.; 9) Núcleo de Implementação de Excelência Esportiva e Manutenção da Saúde; 10) PE COM UFSM Editora Experimental do Curso de Comunicação Social – Produção Editorial; 11) Dança e Patrimônio Cultural; 12) Santa Maria Cidade Cultural no Coração do Rio Grande: Economia Criativa e as Dinâmicas de Desenvolvimento Local; 13) TuriSMapp: Aplicativo de Turismo de Santa Maria/RS e 14) Programa de Desenvolvimento do Turismo no Distrito Criativo Centro-Gare de Santa Maria/RS.

Nessa mesma perspectiva sobre a economia criativa e do desenvolvimento dos territórios e portanto, das cidades, é o modelo já estruturado da cidade de Málaga, na Espanha. Durante uma visita no mês de março de 2024¹¹, junto com uma Comitativa de Universidade Federal de Santa Maria, destacamos alguns pontos que foram observados e que nos ajudam a compreender o tema comunicação e trabalho, na realidade prática deste projeto.

Foi a partir de uma organização coletiva de vizinhos, moradores, artistas e trabalhadores de um bairro de Málaga, que a iniciativa tem início naquela cidade. O nome do coletivo era Soho Málaga e mesmo depois do Plano Diretor, se mantém esse nome valorizando a mobilização social da época.

Destacamos que a forma de perceber as estratégias necessária na cidade de Málaga, parte de um movimento social, da organização das pessoas dentro do território que se organizaram como forma de melhorar a zona urbana e suas vidas. Uma área degradada e pouco atrativa para a cidade, mas com uma historicidade que merecia ser preservada e com um foco muito grande no desenvolvimento do território, na mobilidade urbana, na história e necessitando de incentivo para que a economia local fosse mais próspera.

O Plano Diretor da cidade de Málaga, na Espanha, foi o começo por onde se motivou e organizou o planejamento da área chamada de Soho Málaga, e que tem na organização de um coletivo, de pessoas, famílias e trabalhadores daquela região a organização e iniciativa para a busca por desenvolvimento. No caso de Málaga, diferente de Santa Maria, a área do que se compreende por Distrito Criativo é muito mais diversa, ligando três bairros da cidade e pontos identificados como atrativos e distribuídos em uma área maior, não ficando focado em um ponto único de convergência,

¹¹ Grupo brasileiro visita Distrito Criativo de Málaga em: <https://www.ufsm.br/pro-reitorias/pre/2024/04/09/comitativa-gaucha-visita-bairro-das-artes-na-espanha>

Comitativa gaúcha visita Bairro das Artes na Espanha em: <https://www.ufsm.br/pro-reitorias/pre/2024/04/09/comitativa-gaucha-visita-bairro-das-artes-na-espanha> e

sendo que a ideia de convergência é a cidade como um todo e uma participação de diversos coletivos que contribuem e se beneficiam conjuntamente.

Especificamente, referente a comunicação e trabalho, que é o tema que estamos tratando, duas iniciativas são percebidas na cidade de Málaga e estão compreendidas no que se refere ao bem-estar social da vida dos trabalhadores. O amparo e ampliação da proteção social¹² se estabelece e se melhora a cada avaliação do projeto em Málaga e pode ser percebido no item Território e Configuração da Cidade. Se estabelece um vínculo dos serviços básicos para a mobilidade dos trabalhadores, buscando assegurar serviços que deem comodidade à vida urbana dos moradores, assegurando que nos bairros haja atendimento escolar, de saúde, de ócio, áreas verdes e uma comunicação destas áreas de vivenda com as áreas centrais da cidade, com seu distrito industrial e com as zonas do distrito criativo.

Além disso, é possível perceber uma grande preocupação com veículos. Uma estratégia de mobilidade para os trabalhadores nas empresas e que seria base para planos de transporte ao trabalho, gera o plano de ligação, com eficiência e qualidade, dos bairros característicos de moradia de trabalhadores às zonas em desenvolvimento. Se percebe o planejamento de uma boa rede transporte público para os trabalhadores, com horários e rotas que promovem a mobilidade pela cidade, incluindo zonas de mobilidade por bicicletas e vias para pedestres. E incluindo os demais moradores da cidade e visitantes nessa rede, constituindo também uma rede de comunicação que interliga e divulga todo o sistema.

Esse plano valoriza a vida nos bairros, com estruturas adequadas para um deslocamento rápido e seguro, garantindo a manutenção dos postos de trabalho nas pequenas empresas envolvidas em seu distrito criativo. Dessa maneira, proporcionando o deslocamento rápido dos trabalhadores, dos seus produtos em vias qualificadas para participar das diferentes atividades culturais nas áreas do distrito. Deixar de lado os veículos e possibilitar que mais vias públicas de pedestres sejam implementadas nas áreas centrais, abrir grandes áreas de passeio público, fomenta, inclusive, uma meta do projeto geral que é a cidade de Málaga ter o reconhecimento por ser uma cidade com baixa emissão de CO2.

Um outro foco percebido sobre o trabalho é o reconhecimento das micro e pequenas empresas locais no Bairro das Artes, em Málaga. O apoio às empresas locais, às feiras de produtos regionais, no esforço de fomentar os pequenos negócios, as empresas familiares, as feiras solidárias que estão distribuídas pela cidade e que passam a participar da área em desenvolvimento, acontecem em uma rede de projetos com foco na geração de renda e na assessoria de gestão para esses negócios, como política da cidade. Essas ações acontecem através de incentivos para a gestão dos pequenos negócios e proporcionando apoio aos processos¹³ organizacionais e também do financiamentos direto de suas propostas de melhorias de gestão.

Esses e outros pontos puderam ser percebido na visita, e alguns estão sendo tratados nas diversas publicações e relatórios, assim como está no Plano de Território e Configuração da Cidade de Málaga (COTS, 2019) e no plano do III Fórum de Ciudades y Territórios Creativos da Espanha (2019).

A comunicação na promoção do trabalho decente em um distrito criativo

A comunicação desempenha um papel fundamental no processo de ativação do trabalho decente ao facilitar a troca de informações, promover a participação dos trabalhadores criativos, fortalecer o engajamento, orientar as pequenas empresas, auxiliar no treinamento dos trabalhadores, promover a cultura do projeto através de entidades e associações da cidade e gerar o comprometimento com os princípios do trabalho digno.

Isto posto, a comunicação se torna essencial na promoção do trabalho decente, ao facilitar o

¹² Ampliação da proteção social está na Figura 1, página 9, deste artigo.

¹³ Gestão é um item dos processos organizacionais referentes para que se percebe o trabalho decente em uma organização, segundo a ONU, conforme apontamos na Figura 2, na página 9, deste texto.

diálogo, a participação e a conscientização sobre questões trabalhistas e fortalecer o compromisso com os princípios do trabalho digno. Ao adotar uma abordagem aberta, transparente e participativa na comunicação, é possível promover um ambiente de trabalho mais justo, seguro e produtivo para todos.

Desse modo, o trabalho decente se fortalece por meio de uma comunicação transparente, diálogo e negociação entre os criativos e instâncias governamentais com o intuito de resolver questões trabalhistas, estabelecer condições de trabalho justas e promover o respeito mútuo. Isso pode incluir a realização de reuniões, consultas e negociações coletivas para discutir questões relacionadas ao trabalho e buscar soluções consensuais, além de melhorar a qualidade de vida das comunidades envolvidas e constituir um ecossistema mais propício às necessidades de um ambiente que envolve fatores tão diversos.

A comunicação, por sua vez, permite incentivar a participação ativa dos trabalhadores na tomada de decisões relacionadas ao trabalho, por meio de comitês de segurança e saúde no trabalho, representação sindical, apoio às organizações que compõe o distrito criativo e outras formas de envolvimento. Isso pode garantir que suas vozes sejam ouvidas e que suas necessidades sejam consideradas no desenvolvimento de políticas e práticas laborais, além de colaborar para o crescimento econômico, como previsto pela ODS.

Também a comunicação pode contribuir na promoção de campanhas de conscientização sobre temas como igualdade de gênero, combate ao trabalho infantil, erradicação do trabalho forçado e promoção da diversidade e inclusão no distrito criativo, de políticas de comunicação para o desenvolvimento. Isso pode ajudar a sensibilizar os trabalhadores e a sociedade em geral sobre questões importantes relacionadas ao trabalho decente.

O uso de tecnologias de comunicação, como sites, aplicativos móveis e redes sociais, são úteis para disponibilizar informações e recursos sobre trabalho decente de forma rápida e acessível. Isso pode ajudar a alcançar um público mais amplo e diversificado e a promover a conscientização e a participação em questões de precarização do trabalho e da busca pelo trabalho decente, principalmente junto à população menos favorecida pelo capital econômico e que buscam desenvolver atividades em distritos criativos urbanos para o desenvolvimento, promoção e surgimento de empreendimentos atrativos tanto para a população em geral, moradores do distrito, criativos e visitantes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Reconhecer e seguir as diretrizes da ONU, OIT e ODS para planos e políticas para o trabalho, em última análise, visa melhorar as condições de vida da população, estabelecer programas de bem-estar social, garantir uma segurança para a vida e, por isso, planejar a manutenção dos processos democráticos nessas comunidades.

Identificar e implementar as diretrizes de valorização do trabalho em iniciativas sociais ligadas à economia criativa, cultura e distritos criativos aproxima os esforços de desenvolvimento territorial dos coletivos sociais de forma muito específica, ou seja, olhando para o plano das percepções do que é humano e percebendo que todo esse processo pode acontecer em um alinhamento com as forças produtivas através da identificação dos trabalhadores que sustentam e trazem o desenvolvimento econômico.

Abordar um assunto complexo como o apresentado neste texto ressalta a relevância e a necessidade de reflexões profundas sobre a comunicação e o trabalho, a importância da valorização das pessoas através de sua atividade laboral. As dificuldades em ambientes de precarização e suas interligações com as projeções voltados à ação social minimizam as condições sociais mais vulneráveis e buscam por um contexto de crescimento econômico sustentável que parta das pessoas e de suas capacidades de interagir e contribuir com o processo.

O trabalho decente portanto, constitui-se em acordo de trabalho de qualidade e é um compromisso que precisa se estabelecer entre governos, organizações de trabalhadores, sindicatos, organizações empresariais e empregadores para promover o desenvolvimento sustentável e a inclusão social por meio da garantia do trabalho digno a partir de parcerias locais e da sociedade civil.

Percebendo o bem-estar social como uma medida necessária para o sucesso do ecossistema e da ação social comunitária, conectada com aspectos de valorização da comunicação, da cultura e da vida.

REFERÊNCIAS

AMORIN, Anita; BAPTISTA, Fernando; IPPOLITO, Alessandro; DJACTA, Samar. *Academia sobre cooperação sul-sul e triangular: uma visão do trabalho decente* Anita Amorim, Fernando Baptista, Alessandro Ippolito, Samar Djacta e especialistas na área da CSST, Genebra: Organização Internacional do Trabalho, 2016. ISBN 978-92-2-831306-2 (web pdf).

ANTUNES, Ricardo. *O privilégio da servidão: o novo proletariado de serviços na era digital*. 2ª ed. São Paulo: BOITEMPO, 2020.

BUCCI, Eugenio. *A superindústria do imaginário: como o capital transformou o olhar em trabalho e se apropriou de tudo que é visível*. Belo Horizonte: Autentica, 2021.

COTS, Pedro Marin. *El territorio y la configuración de la ciudad*. Málaga, 2019. Disponível em [arc.219.pdf\(omau-malaga.com\)](http://arc.219.pdf(omau-malaga.com)). Acesso em 10 de abril de 2024.

DEJOURS, Christophe. *O fator humano*. 5ª ed. São Paulo: Editora FGV, 2007.

DEJOURS, Christophe. *A loucura do trabalho*. 6ª ed. São Paulo: Cortez, 2018.

FAIRWORK. Principals. In: [Fairwork | Principles](#). Acesso em 10 de abril de 2024.

FÍGARO, Roseli. Não há trabalho sem comunicação. In: GROHMANN, Rafael. (Org). *Os laboratórios do trabalho digital: entrevistas*. São Paulo: Boitempo, 2021.

FÍGARO, Roseli. Atividade de comunicação e trabalho. *Trabalho, comunicação e saúde*, jun.(1), p. 107-145, 2008.

FÓRUM DE CIUDADES Y TERRITÓRIOS CREATIVOS DA ESPANHA (2019). Ayuntamiento de Málaga, Gerencia municipal de urbanismo, obras e infraestruturas. Disponível em: <https://www.malaga.eu/recursos/urbanismo/anexofoto.pdf>. Acesso em: 10 de abril de 2024.

GOLDBERG-MILLER, Shoshanah BD; HEIMLICH, Joe E. Creatives' expectations: the role of supercreatives in cultural district development. *Cities*, v. 62, p. 120-130, 2017.

GORZ, André. *O imaterial: conhecimento, valor e capital*. São Paulo: Annablume, 2005.

HAHARI, Yuval Noah. *Sapiens: uma breve história da humanidade*. São Paulo: L&PM, 2015.

HUWS, Ursula. *A formação do cibertrariado: trabalho virtual em um mundo real*. São Paulo: Editora Unicamp. 2017.

MARX, Karl. *Manuscritos econômico e filosófico*. São Paulo: Boitempo, 2004.

MASI, Domenico de. *O trabalho no século XXI: fadiga, ócio e criatividade na sociedade pós-industrial*. Rio de Janeiro: Sextante, 2022.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO. Perspectivas sociais e de emprego, sumário 2023. In: [wcms_908208.pdf\(ilo.org\)](http://wcms_908208.pdf(ilo.org)). Acesso em 08 de abril de 2024.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO (OIT). Homepage. <https://www.ilo.org/brasilia/temas/fow/lang-pt/index.htm>. Acesso em: 05 de maio de 2023.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU) Homepage.

<https://www.ilo.org/brasil/tomas/fow/lang-pt/index.htm>. Acesso em: 05 de maio de 2023.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). ONU News. [Cultura e criatividade representam 3,1% do PIB Global e 6,2% de todos os empregos | ONU News](#) Acesso em: 10 de abril de 2024.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; DUFFY, Brooke Erin. Platforms and cultural production. Polity Press, Cambridge, 2022.

RYDER, Guy. In: ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO. Déclaration de l'OIT relative aux principes et droits fondamentaux au travail et son suivi, ISBN 978-92-2-037255-5 (impresso), ISBN 978-92-2-037256-2 (pdf Web); y en inglés: ILO Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work and its Follow-up, ISBN 978-92-2-037253-1 (impresso), ISBN 978-92-2-037254-8 (pdf Web). Disponível em: [wcms_716596.pdf \(ilo.org\)](https://www.ilo.org/public/eng/mediaweb/download.do?lang=en&file=wcms_716596.pdf). Acesso em 10 de abril, 2024.

SAMANS, Richard. Human-centred economics: the living standards of nations. Geneve (Suíça): Palgrave Macmillan, 2024. ISBN 978-3-031-37434-0 ISBN 978-3-031-37435-7 (eBook) <https://doi.org/10.1007/978-3-031-37435-7>

STANDING, Guy. O precariado: a nova classe perigosa. Belo Horizonte, Autêntica, 2020.

SUZMAN, James. Trabalho: uma história de como gastamos nosso tempo. São Paulo: Vestígio, 2022.

VAN DIJCK, José; POELL, WAAL, Martijn De. Platform Society. Cambridge Press, 2018.

AS TICS E OS VÍNCULOS NA AGRICULTURA FAMILIAR: UMA ANÁLISE DE GÊNERO E DE GERAÇÃO

CLARISSA SCHWARTZ¹

ADA CRISTINA MACHADO DA SILVEIRA²

INTRODUÇÃO

O texto apresenta a evolução do tema da apropriação das tecnologias de informação e comunicação (TICs) na agricultura familiar, a partir das relações de gênero no presente século. Para exemplificar a evolução no trato do tema, apresentamos dados empíricos de uma pesquisa com mulheres rurais, agricultores familiares e filhos e filhas jovens, tendo a temática da geração como um objeto específico.

Entre os vários antecedentes argumentativos sobre a importância das TICs para o desenvolvimento rural e para a agricultura familiar, estão as considerações sobre as características envolvidas na passagem de uma concepção de comunicação linear em favor da que damos primazia atualmente, denominada comunicação em rede (Guimarães e Silva, 2016).

Outro antecedente do tema, também trabalhado pelo Grupo de Pesquisa Comunicação e Desenvolvimento, consiste na pesquisa intitulada “A recepção das tecnologias de informação e comunicação entre os agricultores familiares de Santa Maria, Rio Grande do Sul” (Schwartz, 2007). Ela apresentou resultados que identificavam e permitiam alertar para a importância da telefonia móvel para a agricultura familiar³, grupo que contemplava na época 84% dos estabelecimentos agrícolas do Brasil (IBGE, 2006) e que tinha como características a produção baseada na diversificação de cultivos e criações e também o trabalho familiar com eventual mão de obra assalariada (Brasil, 2002). Em 2017, o censo agropecuário levantaria que as propriedades rurais familiares representavam 76,8% dos estabelecimentos rurais do Brasil (IBGE, 2020).

Schwartz (2007) havia constatado que apenas 11,5 por cento das propriedades rurais familiares do município de Santa Maria-RS não possuía telefone celular, revelando uma particularidade concreta do protagonismo da região Sul do Brasil no acesso às TICs. O que perdura até a atualidade, quando 92% dos domicílios rurais do país têm acesso ao telefone celular. E, na região Sul do Brasil como um todo, esse índice sobe para 97% (CGI.br, 2023).

Especificamente sobre o telefone celular, Schwartz (2007) diagnosticou que, para 26% dos entrevistados, a principal utilidade do equipamento era manter o contato com a família e para outros 26% a principal utilidade era resolver problemas do dia a dia e obter informações para evitar deslocamentos. A pesquisa entrevistou apenas um representante de cada família, sendo que 68,8% eram homens e 31,2% eram mulheres. Apesar de pouco menos de um terço dos entrevistados ser do sexo feminino, chamou a atenção o interesse e a valorização das mulheres em relação às TICs que, ouvidas em grupos de discussão mistos, tiveram participação ativa e destacaram que a telefonia móvel foi incorporada ao dia a dia das famílias que vivem no meio rural, possibilitando economia de tempo, dinheiro e maior contato com a família: “Hoje a gente não pode mais ficar sem telefone. Se tivesse que cortar, de não existir, eu acho que a gente não viveria”, descreveu uma agricultora ouvida

¹ Jornalista formada pela Universidade Federal de Santa Maria (1997), mestre e doutora em Extensão Rural pela mesma instituição (2007 e 2012) e doutora em Comunicação (2023) também pela UFSM. Realizou estágio de pós-doutoramento no PPG/Comunicação entre 2014 e 2016. É autora de diversos artigos no tema da Comunicação e Desenvolvimento. E-mail: clarissaschwartz@yahoo.com.br

² Professora titular da Universidade Federal de Santa Maria. Atua no Programa de pós-graduação em Comunicação, colabora com o Mestrado Profissional em Comunicação e Indústria Criativa da Universidade Federal do Pampa. Pesquisadora do CNPq. Professora visitante em universidades argentinas, paraguaias, mexicanas e sueca. Atua em projetos de pesquisa em midiatização, identidades contemporâneas, bem como em projetos de pesquisa e desenvolvimento. E-mail ada.silveira@ufsm.br

³ Naquele momento, ao todo, foram identificados 11 tipos de equipamentos de comunicação existentes nas propriedades rurais familiares: o rádio foi o único equipamento presente em todas as casas; a televisão estava em 98,7 por cento dos lares; o celular em 88,5%; o aparelho de cd em 59,9%; a antena parabólica em 38,2%; o videocassete em 19,1%; a máquina fotográfica digital em 10,1%; o microcomputador em 6,4% e aparelho de DVD em 6,4% das casas (Schwartz, 2007).

pela pesquisa.

Foi a partir da observação da relação das mulheres rurais com as TICs, especialmente com o telefone celular, que começamos a investigar supostas diferenças de gênero no uso e apropriação das TICs. Para investigar o assunto, foi elaborado em 2008 o projeto de pesquisa TICs e vínculo social: mulheres e relações de gênero na agricultura familiar⁴. O projeto foi criado perseguindo a perspectiva de que esta articulação pode ser determinante na fixação das jovens no meio rural e pode auxiliar a estreitar os vínculos afetivos e produtivos nas propriedades rurais familiares e teve como resultados o trabalho “TICs e relações afetivo-produtivas na agricultura familiar: enfrentando o isolamento e a exclusão digital” (Silveira: Schwartz, 2011) e também a oficina “A importância da Comunicação para a Mulher Rural”⁵.

Consideramos que o gênero é um elemento que constitui as relações sociais, a partir das diferenças percebidas e atribuídas entre os sexos. Ele também constitui uma forma primária de dar significado às relações de poder (Scott, 1995). A investigação foi iniciada partindo da hipótese de que a apropriação das TICs pode trazer benefícios para as mulheres rurais tradicionalmente vistas em um papel legitimado de subordinação dentro das propriedades, contribuindo para alavancar mudanças nas relações de poder dentro das famílias.

Apesar das TICs serem um tema central nas políticas públicas que têm como objetivo reduzir a pobreza e promover o desenvolvimento, a relação entre TICs e gênero é menos explorada, especialmente no meio rural. Os investimentos, que têm como objetivo facilitar o acesso a essas tecnologias, tradicionalmente concentram-se nas áreas com maior densidade populacional. No entanto, o alcance de políticas públicas também ao interior - embora ainda com desigualdades - tem possibilitado alterações significativas no dia a dia da família rural como a aproximação das pessoas tradicionalmente isoladas por longas distâncias e maior acesso à informação. Nesse sentido, a pesquisa analisa o processo de inclusão digital dos moradores do campo, especialmente dos jovens e mulheres, contribuindo também para embasar políticas públicas que ofereçam oportunidades para esses dois grupos minoritários dentre os agricultores familiares. Outra justificativa é a necessidade de conhecermos a importância das TICs não só para os aspectos produtivos das propriedades, mas também sua contribuição na manutenção dos vínculos afetivos da família rural.

Diante do exposto, aclaramos o problema central de pesquisa da seguinte maneira: as TICs conferem algum tipo de empoderamento às mulheres rurais? Partimos da ideia geral de que o empoderamento é a alteração dos processos e estruturas que reproduzem a posição de subordinação das mulheres (Young, 1997 apud Cordeiro, 2010) sendo que ele pode ser observado através de indicadores como a construção de uma autoimagem positiva e autoconfiança, desenvolvimento da habilidade de pensar criticamente e de tomar decisões (Cordeiro, 2010).

COMO PESQUISAR GÊNERO E GERAÇÃO

Um estudo de gênero ao buscar saber se as TICs conferem algum tipo de empoderamento às mulheres rurais deve compreender sua realidade de forma contextualizada, com ambos os sexos e, inclusive, filhos e filhas jovens, uma vez que o papel da mulher rural está vinculado culturalmente ao papel de mãe. Ao encaminharmos tais procedimentos, tivemos que nos debruçarmos sobre a temática da geração, buscando compreender o crescente êxodo rural, principalmente por parte das jovens rurais.

Buscamos identificar como a família rural reconhece o papel da mulher rural, uma vez que é dentro da família que acontecem as primeiras experiências de divisão sexual do trabalho e onde essa

⁴ O projeto financiado pelo MDA-CNPq reuniu alunos de doutorado em Extensão Rural e de graduação em Comunicação Social com o objetivo de identificar os valores associados à atuação das mulheres na gestão das relações de gênero da agricultura familiar tomada como mediadora das relações afetivo-produtivas através do uso das TICs.

⁵ A oficina A importância da Comunicação para a Mulher Rural foi desenvolvida no dia 10 de julho de 2011 durante a sétima edição da Feira de Economia Solidária do Mercosul e contou com a participação de treze mulheres com atividades ligadas ao meio rural: duas de Santa Maria, RS, quatro do estado do Espírito Santo, duas de Minas Gerais e cinco argentinas das cidades de Bahía Blanca e General Roca. Das treze participantes, duas eram agricultoras, duas trabalhadoras em agroindústrias, três mulheres ligadas a atividades artesanais, uma advogada, uma professora, uma servidora pública, duas assistentes sociais e uma extensionista rural (Silveira; Schwartz; Souto, 2013).

visão adquire legitimação (Bourdieu, 2010).

No entanto, ao iniciarmos a pesquisa de campo, tivemos a preocupação de evitar divisões pré-estabelecidas acerca dos papéis dos membros da agricultura familiar. Por esse motivo, na primeira etapa do nosso percurso metodológico foram realizados grupos de discussão com mulheres, homens e jovens rurais para começarmos nossa pesquisa a partir da visão de nosso público-alvo. Também com o objetivo de minimizar a influência do pesquisador sobre o objeto estudado foi escolhida a metodologia Q para a coleta de dados e análise dos resultados. A metodologia Q, que tem como característica evitar respostas condicionadas, foi desenvolvida em 1953 pelo físico e psicólogo inglês Willian Stephenson (Hegedus, 2009), e tem como finalidade estudar a subjetividade humana. A metodologia também foi escolhida por reunir mais de um tipo de abordagem tanto na coleta como na análise dos dados e, ainda, por ser uma proposta que permite ao público-alvo responder às perguntas de forma lúdica sem a formalidade de uma entrevista estruturada ou semiestruturada, por exemplo.

Para a coleta e análise dos dados, a pesquisa utilizou a metodologia Q, que tem como características a produção de dados quali-quantitativos, ademais de buscar evitar respostas condicionadas e minimizar a interferência do pesquisador nos dados coletados. A coleta e análise de dados foram cumpridas seis etapas: realização de três grupos de discussão; entrevistas com seis informantes ligados à temática da agricultura familiar; elaboração de 32 assertivas a partir da transcrição e análise das entrevistas com os informantes; classificação das assertivas por dez famílias de agricultores familiares; obtenção de fatores a partir de software específico e análise e interpretação dos resultados. Os fatores são grupos de pessoas que têm padrões de respostas em comum (Hegedus, 2005).

Na coleta de dados aqui apresentada contemplou-se a perspectiva de dez agricultores, dez mulheres rurais e quinze jovens rurais (sendo dez meninas e cinco meninos) e foram feitas cinco análises fatoriais que buscaram identificar supostas diferenças de gênero e geração nos vínculos afetivos e produtivos estabelecidos por meio das TICs.

Uma perspectiva que favorece a aproximação com pessoas pouco familiarizadas com a exposição a situações de coletas de dados. Entre suas limitações, está o fato de que, como não trabalha com amostras probabilísticas, a metodologia não permite a generalização dos resultados obtidos. Para a aplicação da metodologia foram cumpridas seis etapas:

1) realização de três grupos de discussão: os grupos de discussão reuniram agricultoras e agricultores familiares e jovens rurais e foram realizados nos meses de maio e agosto de 2011. Inicialmente foram explicados os objetivos do trabalho e, em seguida, foram lançados dois assuntos gerais: o papel da mulher e do jovem rural atualmente e a importância das TICs no meio rural. Cada grupo discutiu o assunto por cerca de uma hora, totalizando três horas de gravações de áudio que foram transcritas e analisadas;

2) entrevistas com seis informantes: a partir das ideias e informações obtidas durante a realização dos três grupos de discussão, a pesquisa ouviu seis informantes em agosto de 2011. Aos informantes também foram lançadas as duas questões centrais: o papel da mulher e do jovem rural e a importância das TICs no meio rural. Posteriormente foram dirigidas algumas questões específicas que foram abordadas nos grupos de discussão. Todas as entrevistas foram gravadas e resultaram em quatro horas e 44 minutos de áudio. O material foi transcrito, analisado e sistematizado para a obtenção das trinta e duas assertivas necessárias para o desenvolvimento das outras fases da metodologia Q⁶;

⁶ Os informantes foram escolhidos a partir da relação que eles possuem com o público-alvo do estudo: agricultores, mulheres rurais e jovens rurais. São eles: Irmã Lourdes Dill (coordenadora do Projeto Esperança/Cooesperança da Arquidiocese de Santa Maria, RS), Joel Orlando Bevilaqua Marin (professor do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural da UFSM), Lérida Pavanello, primeira presidente do Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Santiago, RS), Jorge Aristimunha (supervisor regional da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural em Santa Maria, RS), Delcimar Borin (secretário executivo do Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Santa Maria, RS) e Gilmar Desconzi (supervisor do Serviço Nacional de Aprendizagem Rural na região centro do Rio Grande do Sul).

3) elaboração de 32 assertivas: a partir da análise e sistematização das entrevistas com os informantes, foram selecionados quatro aspectos que ficaram evidenciados nos grupos de discussão com agricultores familiares, mulheres rurais e jovens rurais e nas entrevistas com os seis informantes: o campo e a cidade; o papel da mulher rural e do homem rural; os jovens rurais e a família rural e a comunicação. Com base nas opiniões dos informantes sobre cada um desses aspectos foram extraídas as 32 assertivas. O Quadro 1 mostra a relação das assertivas elaboradas, as quais tiveram origem na expressão de pensamentos do senso comum da comunidade envolvida, mas também de afirmações únicas, transcritas literalmente e que trouxeram diferentes olhares sobre o mesmo tema:

Nº	Dimensão relacionada	Assertiva
1	O campo e a cidade	O meio rural é um lugar ruim de viver.
2		O meio rural é um lugar bom de viver.
3		O trabalho agrícola é puxado, sacrificante, pesado, difícil e tem baixa remuneração. O agricultor e a agricultora não têm descanso e trabalham inclusive sábados, domingos e feriados.
4		A situação do meio rural melhorou muito e o agricultor e a agricultora estão tendo muitas oportunidades. Nunca houve tanto crédito e a pequena propriedade se for bem planejada, bem trabalhada, é lucrativa.
5		O espaço da cidade tem mais lazer, mais oportunidades de emprego, além de acesso à educação, serviços bancários, comunicação. Tudo é mais fácil estando mais próximo da cidade. Além disso, os trabalhadores da cidade trabalham menos porque têm férias, domingos e feriados.
6		O meio rural proporciona bem-estar e maior qualidade de vida. Não tem estresse e não tem patrão.
7		O interior está masculinizado. As meninas vão para a cidade estudar, arrumam um emprego e não voltam mais. O esvaziamento do meio rural vai continuar e a população do campo vai diminuir ainda mais.
8		Muitos jovens saem do campo, vão para a cidade e estão retornando ao campo em função da exigência do mercado de trabalho urbano.
9	Papel da mulher e do homem rural	O trabalho doméstico é coisa de mulher. O grande papel da mulher rural ainda é ser cuidadora e administradora das relações familiares, esteio da casa e base de sustentação da família.
10		O homem rural se ocupa mais das atividades produtivas, do trabalho pesado na propriedade, que exige mais esforço físico.
11		A mulher que atua na lavoura tem três jornadas bem carregadas de trabalho. Ela se divide entre o trabalho na propriedade e filhos e sente que falta reconhecimento, valorização e remuneração pelas suas atividades.
12		A mulher rural não gosta do trabalho agrícola em geral porque ele é penoso, pesado. Cada vez diminuindo mais a presença da mulher nas tarefas mais rudes da agricultura.
13		A mulher rural atualmente está se inserindo na administração e gestão das propriedades rurais. Ela atua como detalhista no controle de gastos e muitas vezes se mostra mais eficaz que o homem na administração das propriedades.
14		A decisão do que vai ser feito nas propriedades ainda é dos homens. Eles concentram a renda e as mulheres ainda dependem deles.
15		A mulher rural conquistou a igualdade com o homem rural. Algumas estão até assumindo cargos de direção em cooperativas e sindicatos. Essas instituições, inclusive, incentivam a inclusão da mulher nas atividades produtivas.
16		Mulher nenhuma consegue chegar a lugar nenhum se não tiver o apoio da família.
17	Jovens rurais	O homem é mais apegado à terra, ele tem amor ao trabalho agrícola.
18		A mulher rural é mais desapegada ao campo e busca ocupações no espaço urbano porque no mercado de comércio ou na prestação de serviços ela tem o reconhecimento de trabalhadora, conquista mais autonomia pessoal. A mulher rural tem mais anos de estudo que os homens e não quer mais depender deles.
19		Ser agricultor ou agricultora é uma vocação, é algo que se aprende desde pequeno. Se fosse apenas uma questão econômica, os agricultores e agricultoras já tinham chutado o balde.
20		Os jovens rurais de hoje não têm vínculo com o trabalho rural.
21		Faltam incentivos do governo para o jovem rural permanecer no campo. A renda é o que vai determinar a permanência deles no meio rural.
22		A única possibilidade de crescimento, de ascensão social para os jovens do meio rural é por meio do ensino superior. Por isso os pais dizem: estuda pra ti não sofrer que nem teu pai, pra ti não sofrer que nem tua mãe.
23		As mulheres rurais incentivam principalmente as filhas mulheres a buscar ocupações fora do espaço agrícola porque não querem que a sina da mãe se repita na filha, não querem que elas passem pelas mesmas dificuldades. Elas estimulam que as jovens deixem o campo.
24		A mulher rural atual tem mais acesso à informação do que as gerações anteriores, seja pela televisão, celular, Internet, Emater, sindicatos e assistência social. Ela conhece seus direitos, deve ser mais independente.
25	A família rural e a comunicação	As mulheres se destacam na comercialização de produtos agrícolas diretamente ao consumidor. Elas fortalecem a ligação entre campo e cidade. Nas bancas de feiras onde existem mulheres a comunicação flui melhor.

26		O agricultor não vai para a lavoura sem o celular. Antes ele ia, não precisava de telefone. Hoje há necessidade. Os hábitos urbanos estão invadindo do meio rural.
27		A mulher rural é mais receptiva à inovação do que o homem. Ela busca informações e aplica mais as tecnologias do que os homens, que, por se considerarem experientes, têm dificuldade em aceitar inovações, mudanças.
28		Ter acesso aos meios de comunicação como computador, Internet e celular é importante principalmente para a educação e bem-estar dos filhos. Esses equipamentos facilitam o acesso à informação e ao lazer.
29		O jovem rural quer informação, ele precisa estar ligado, com celular, Internet. Se ele não tiver acesso a esses meios, ele se sente excluído.
30		As tecnologias de comunicação como o computador e a Internet são formas de melhorar a administração da propriedade rural. Hoje em dia tudo tá na internet. O que o agricultor precisa tá lá. Qualquer dúvida que ele tem, vai pesquisar.
31		O telefone celular possibilita estar conectado com os amigos, fazer negócios e obter informações sobre o mercado. Hoje tu pega o telefone, em segundos, minutos, resolve um bota de um problema e evita uma viagem até a cidade. A gente gasta, mas, ao mesmo tempo, economiza usando o celular.
32		É pequena ainda a presença da Internet no meio rural de Santa Maria. Entre os motivos estão o custo e a qualidade de sinal.

Quadro 1: relação de assertivas
Fonte: Elaborada pelas autoras.

4) classificação de assertivas pelo público-alvo: a ideia inicial da quarta etapa da metodologia Q era totalizar uma amostra de 40 pessoas, sendo dez pais, dez mães, dez filhas e dez filhos. As entrevistas foram marcadas nas próprias propriedades no período da tarde, quando os agricultores evitam ir para a lavoura em decorrência do sol forte. As famílias receberam as orientações para a classificação das assertivas, que prevê que: as assertivas que os participantes mais concordam são colocadas no lado positivo (+4, +3, +2, +1); as assertivas que os participantes menos concordam são colocadas no lado negativo (-4, -3, -2, -1) e as assertivas que os participantes demonstram neutralidade são colocadas na coluna central (0). Para iniciar a classificação, buscou-se o apoio de uma mesa, geralmente na cozinha, para que os participantes tivessem um espaço adequado para ler as tarjetas e escolher qual seria a classificação de cada uma de acordo com a importância de cada frase. A classificação foi feita de forma individual, mas para agilizar o processo, foram feitos dois conjuntos de tarjetas e grades de classificação. A grade de classificação (Figura 1) foi reproduzida em folhas de papel pardo para que os próprios participantes procedessem a sua classificação.

- 4	- 3	- 2	- 1	0	+ 1	+ 2	+ 3	+ 4

Figura 1: Grade de classificação da metodologia Q
Fonte: Hegedus, 2004.

⁷ Nas dez famílias visitadas foram encontrados apenas 15 filhos jovens, dez meninas e cinco meninos. Três famílias tinham apenas um filho, o que demonstra que a redução no número de filhos presente nas famílias urbanas também atinge as famílias rurais. As visitas nas propriedades aconteceram em janeiro de 2012. Após um contato telefônico com os proprietários, geralmente por celular, foram explicados os objetivos da pesquisa e depois foi marcada uma data em que pais e filhos pudessem estar juntos.

5) obtenção de fatores a partir do software específico: no retorno das propriedades, a ordem de classificação de cada um dos entrevistados foi inserida no software PCQ for Windows, desenvolvido especialmente para a metodologia Q;

6) análise dos resultados: com o objetivo de comparar a avaliação por gênero e geração, a análise foi feita em cinco grupos: grupo total de 35 entrevistados; grupo de 20 pais e mães; grupo de 15 filhos e filhas; grupo de 20 mães e filhas; grupo de 15 pais e filhos.

Esclarecida a fase de método e sua aplicação, passamos ao entendimento das relações afetivo-produtivas na agricultura familiar, partindo da perspectiva de vinculação social de Muniz Sodré (2002) expressa na competência comunicacional das TICs. Para o autor, a vinculação social pressupõe a inserção social do sujeito desde a dimensão da imaginação até sua conduta baseada em seus valores e são os vínculos que aproximam ou diferenciam os seres humanos.

ASTICS E OS VÍNCULOS AFETIVOS E PRODUTIVOS

A análise dos fatores nos indicou que as mulheres rurais estão assumindo um novo papel dentro das propriedades rurais familiares e na intimidade do núcleo familiar, rejeitando o papel legitimado de subordinação (Bourdieu, 2002). Essa mudança é impulsionada pelo maior acesso à informação por meio das TICs, especialmente o telefone celular. Especificamente no caso das jovens rurais, que na maioria das famílias visitadas possuem acesso à TICs como conexão com a Internet, os parâmetros de empoderamento como autoconfiança e habilidade de tomar decisões (Cordeiro, 2010) são ainda mais evidentes. Para Muniz Sodré (2002, p. 223) o objeto da comunicação é a vinculação social entendida não como “um simples processo interativo, porque pressupõe a inserção social do sujeito desde a dimensão imaginária até a deliberação frente às orientações práticas de conduta, isto é, os valores”. Ele afirma: “Não se trata, portanto, de vinculação como mero compartilhamento de um fundo comum, resultante de uma metáfora que concebe a comunicação como um receptáculo de coisas a serem “divididas” entre os membros do grupo social. Vinculação é a radicalidade da diferenciação e aproximação entre os seres humanos (Sodré, 2002, p. 224).

Assim, os vínculos são compromissos de vida e de morte que podem ser conscientes ou inconscientes: “A mídia trata esse vínculo como relação. Mas são coisas diferentes. [...] a comunicação é maior do que a mídia. Ela envolve a existência mesmo. O núcleo dela é a comunidade”. Já a mídia, para o autor, não é uma transmissão de informação, mas sim uma ambiência, uma forma de vida. “Aristóteles fala de três bios: do conhecimento, do prazer e da política. Eu descrevo a mídia como o quarto bios, que é o bios midiático, virtual. Da vida como espectro, da vida como quase presença das coisas” (Sodré, 2002, p. 223).

O autor concebe três dimensões na Comunicação: a vinculação, veiculação e cognição: a) veiculação: é a midiaticização, que está voltada para a relação e contato entre os sujeitos sociais através das TICs. Tem dispositivos de natureza societal, ou seja, uma ação de cima para baixo; b) vinculação: práticas estratégicas que visam promover ou manter o vínculo social. Usa formas de reciprocidade comunicacional afetiva e dialógica entre os indivíduos e tem natureza sociável, ou seja, de baixo para cima em redes de reciprocidade; c) cognição: práticas teóricas relativas à observação e sistematização das práticas de veiculação e estratégias de vinculação.

A partir de tal definição de vínculo foram identificados os fatores resultantes das duas últimas etapas da metodologia Q: a análise das respostas através de software específico e a análise e interpretação dos resultados. Hegedus (2009, p. 104) salienta que os fatores são obtidos através de respostas em comum.

Os grupos estudados empiricamente foram sintetizados com as denominações de Novos Vínculos, Vínculos em Questão, Vínculos Corretos, Vínculos em Conflito e Vínculos Educativos. Os cinco vínculos reúnem aspectos afetivos e produtivos. Os vínculos afetivos contemplam a relação entre maridos e esposas, pais e filhos, famílias e comunidades, entre os amigos, com o ambiente, com o trabalho e a própria percepção das pessoas acerca da consciência de seu papel em cada uma dessas

relações. Já os vínculos produtivos concentram-se na relação dos produtores com o mercado que compra os produtos da agricultura familiar, com o mercado que presta serviços para esse público, com o poder público, com as instituições que reúnem, representam e também orientam os agricultores, como as entidades sindicais, com as instituições de formação educacional e profissional, como as escolas, cursos técnicos, profissionalizantes e as universidades e também com o mercado de trabalho que oferece oportunidades fora da agricultura familiar. A seguir iremos detalhar cada um dos vínculos e suas características no grupo social trabalhado em Santa Maria-RS.

1 Novos vínculos

A partir do programa PCQ, o grupo total de 35 entrevistados resultou em cinco fatores que englobaram 20 participantes, sendo que o fator A foi o mais significativo e estável, com 40 por cento dos entrevistados: seis agricultores, duas mulheres rurais e seis jovens rurais, dois deles meninos e quatro meninas. É importante ressaltar que, apesar do fator A ser composto por homens, mulheres e jovens de ambos os sexos, a maioria é do sexo masculino.

A classificação feita pelo fator A revelou forte identificação e valorização do rural por parte dos entrevistados que pertencem a esse fator, ratificando a constatação de um fenômeno valorativo do meio rural. Eles são otimistas, gostam de viver no meio rural, consideram que o campo é um local que possibilita melhor qualidade de vida na comparação com a cidade e avaliam que o meio rural evoluiu bastante nos últimos anos, oferecendo boas oportunidades para a agricultura familiar. São famílias que pertencem ao novo rural e desempenham atividades agropecuárias impulsionadas por demandas de mercado (Graziano da Silva; Del Grossi; Campanhola, 2002).

O fator A ainda destacou a posição de igualdade com os homens conquistada pela mulher rural que, na opinião deles, tem mais informação e é mais independente do que as gerações anteriores e, em muitos casos, tem assumido uma função de liderança em entidades ou mesmo na relação direta com o mercado consumidor dos produtos da agricultura familiar.

Buscando atualizar o resultado, verificamos que o Censo Agropecuário de 2017 corrobora a percepção dos agricultores sinalizada pela pesquisa em 2012: a participação das mulheres na direção dos estabelecimentos subiu de 12,7 por cento em 2006 para 18, 7 em 2017. Em 20 por cento dos estabelecimentos, a direção é exercida pelo casal (IBGE, 2020).

Reiterando essa posição, o grupo ainda discordou das afirmações de que o trabalho doméstico ainda é responsabilidade da mulher, de que o poder de decisão nas propriedades permanece com os homens e de que a mulher não gosta do trabalho agrícola, mas admitiu que, cada vez mais, irá diminuir o número de mulheres no campo porque as meninas acabam optando pelo trabalho na cidade.

Sobre as novas gerações, o fator A discordou da afirmação de que os jovens rurais não têm vínculo com o trabalho rural, mas demonstrou que acredita que aqueles que vão para a cidade não costumam retornar. Sobre as TICs, o telefone celular foi selecionado como uma das mais importantes para o fator A, por possibilitar agilidade e economia. Já o acesso a elas não foi considerado pelo grupo um ponto fundamental para que os jovens rurais não se sintam excluídos.

Sintetizamos esse fator com o nome “Novos Vínculos” porque ele sinaliza uma mudança nas relações de poder dentro da família rural principalmente relativo ao papel da mulher rural que demonstra ser mais valorizado pelos maridos, filhos e pelas próprias mulheres. Com diferentes papéis sociais de homens e mulheres alteram-se também as relações de gênero e abre-se espaço para que se comece a percorrer um caminho de ressignificação de gênero em contextos rurais (Scott, 2010, p. 26).

As pessoas reunidas pelo fator “Novos vínculos” integram famílias onde o diálogo é presente e existe espaço para a diversidade de opiniões entre os gêneros e entre as gerações. Uma constatação que foi feita a partir das próprias discussões que eram geradas durante a classificação das assertivas. Uma relação aberta que, de modo geral, os casais que participaram da pesquisa não tinham com os pais e que as mães deles não tinham com os maridos e onde, inclusive, as relações de dominação entre os sexos e entre as gerações eram bastante comuns até mesmo porque estavam na “ordem das coisas”, Bourdieu (2010). Um exemplo impressionante dessa situação de dominação e violência simbólica vivida pelas mulheres rurais é um relato feito por uma das famílias. O pai de uma agricultora suicidou-se

por volta dos 30 anos após descobrir uma doença grave e deixou esposa e três filhos. A família não tinha nenhuma espécie de contato com a cidade porque todos os assuntos eram resolvidos pelo pai. Os filhos nem iam para a escola para evitar o contato com a cidade e aprenderam a ler com uma professora particular. A esposa se viu obrigada a assumir todas as funções do marido e sustentar, sozinha, os três filhos sem nunca ter tido nenhum preparo para isso. Uma situação bem diferente das famílias visitadas pela pesquisa. Verificou-se que há troca de experiências e cognições entre os gêneros e as gerações. Um compartilhamento que tem a colaboração de veículos como o telefone celular, equipamento presente em todas as propriedades pesquisadas, e da Internet, uma TIC que se aproximava do meio rural por meio dos filhos jovens que tinham acesso em casa ou na escola.

Mantendo o propósito de observar a evolução da característica, atualmente se pode verificar que 74% dos domicílios rurais brasileiros têm acesso à Internet (CGI.br, 2023).

Os outros quatro fatores resultantes do total de entrevistados obtiveram ao todo seis participantes, mas não demonstraram estabilidade e, por isso, não foram considerados.

2 Vínculos em questão

Também foi feita a distribuição das afirmativas por sexo. Das 20 mulheres que participaram da pesquisa, 11 delas foram distribuídas em quatro fatores, sendo que o fator A1 reuniu oito mulheres, sendo três mães e cinco filhas, ou seja, um fator onde predominou o pensamento das filhas jovens, sendo que três delas também integraram o fator A.

As afirmações reunidas pelo fator A1 demonstraram muitas diferenças em relação ao fator A. As afirmações classificadas por esse fator indicam que as mulheres rurais ainda se sentem as únicas responsáveis pelo trabalho doméstico e pelo cuidado da família, que elas consideram o trabalho agrícola pesado e, que, apesar de terem três jornadas de trabalho, não recebem a valorização que gostariam. Apesar disso, as entrevistadas pertencentes a esse grupo discordaram da afirmação de que o apoio da família é indispensável para a mulher conquistar o que deseja, sinalizando que as novas gerações já consideram as mulheres rurais mais capazes, independentes e autônomas.

Na ligação entre o campo e a cidade, o fator A1 também considerou que a mulher tem mais habilidades de comercialização do que os homens. Sobre a vida no meio rural, as entrevistadas reunidas por esse fator, assim como o fator A, revelaram que gostam de morar no campo e consideram que o local proporciona melhor qualidade de vida, mas julgam que o acesso aos serviços básicos como saúde, educação e comunicação é mais fácil na cidade onde também supõem que o trabalho não é tão pesado e contínuo. Ainda sobre a vida no meio rural, a fator A1 discordou da afirmação de que a vida melhorou muito no campo e de que nunca houve tantas oportunidades demonstrando uma visão mais cautelosa em relação às supostas melhorias de condições do campo.

Sobre as novas gerações, o fator A1 considerou que faltam incentivos para o jovem rural permanecer no campo, mas discordou das afirmações de que as mães incentivam principalmente as filhas a deixar o meio rural, de que a única possibilidade de ascensão para os jovens rurais é por meio do estudo e de que alguns jovens que foram para a cidade estão retornando ao campo.

Sobre as TICs, o fator A1 não concordou com a afirmação de que elas são fundamentais para que os jovens rurais não se sintam excluídos e que o agricultor hoje usa o celular até quando vai para a lavoura. Ou seja, o telefone celular não era etnã considerado indispensável.

O fator A1 foi sintetizado com o nome “Vínculos em questão”, pois percebe poucas mudanças no papel da mulher rural e demonstra uma forte crítica e insatisfação com a manutenção da tripla função da mulher rural de mãe, agricultora e dona de casa que resulta em um ciclo contínuo de trabalho

⁸ Para que um fator seja considerado estável, é recomendável que ele seja composto por, no mínimo, três pessoas (Stricklin, 2012).

(Silva; Portela, 2010). Apesar disso, esse fator gosta de viver no meio rural, mas almeja o conforto que existe na cidade, demonstrando que não está satisfeito com a situação em que vive e, por isso, questiona sua situação e é inquieto com seu papel. Importante ressaltar que, das cinco meninas que integram esse fator, todas estão buscando uma colocação fora do meio rural.

Os outros três fatores resultantes na análise que reuniu o grupo de 20 mulheres tiveram apenas uma pessoa envolvida cada um e, por isso, não foram considerados.

3 Vínculos corretos

Os homens que participaram da pesquisa foram reunidos em um fator A2, com seis pessoas, sendo cinco pais e um filho.

De modo geral, o fator A2 é bastante semelhante ao fator obtido do grupo total até mesmo porque os seis integrantes do fator A2 também fazem parte do fator A. Sobre a vida no meio rural, o fator A2 considerou que o campo é um lugar bom de viver com melhor qualidade de vida do que a cidade e que a situação do meio rural melhorou muito. No entanto, o grupo reunido por este fator deixou claro que não considera a agricultura uma vocação. Conforme foi constatado nas visitas às propriedades, na maior parte dos casos, os agricultores relataram que apenas seguiram a profissão dos pais e não tiveram a chance de continuar com os estudos ou optar por outra carreira, mas, a partir do momento em que começaram a trabalhar no campo, não desejaram fazer outras coisas. Para eles, trocar o campo pela cidade significa desistir, fracassar, até mesmo porque provavelmente estarão subordinados a alguém e deixarão para trás a autonomia que possuem no meio rural.

Com relação à divisão de tarefas na propriedade, o fator A2 observou que os homens se ocupam das atividades que exigem mais esforço físico, mas discordou das afirmações de que o trabalho doméstico ainda é responsabilidade das mulheres e de que o poder de decisão nas propriedades rurais permanece com os homens. O fator A2 vislumbrou que as mulheres rurais conquistaram a igualdade com os homens, estão assumindo cargos de liderança e podem chegar aonde desejarem, mesmo sem o apoio da família. No entanto, o fator discordou da afirmação de que as mulheres são mais receptivas à inovação do que os homens.

O grupo revelou que acredita que ter acesso aos meios de comunicação como computador, celular e Internet é importante para a educação e o lazer dos filhos, mas avaliou que o esvaziamento do meio rural vai continuar. Também sobre as TICs, o fator A2 atribuiu vantagens como agilidade e economia para o uso do telefone celular. Apesar disso, não considerou o equipamento um item indispensável para o agricultor dentro das propriedades.

O fator A2 foi sintetizado com o nome “Vínculos corretos”. É um vínculo que reconhece o papel das mulheres como aconteceu com o fator A, mas ainda vê com certa desconfiança e negação uma postura mais inovadora por parte das mulheres em relação aos homens, por exemplo. Isso foi evidenciado durante a classificação das assertivas. Os homens concordaram com todas as assertivas de valorização da mulher, talvez porque integram entidades sindicais ou grupos de agricultores que incentivam essa igualdade, mas, quando se comparavam com as mulheres, demonstravam receio e ansiedade.

Algumas mulheres relataram nos grupos de discussão que os maridos perguntam e ouvem a opinião das esposas, mas, na prática, fazem o que querem. O fator “Vínculos corretos” demonstra a intenção de estabelecer novos vínculos, mas não consegue superar comportamentos tradicionais e legitimados (Bourdieu, 2010) apesar de estar em uma posição enfraquecida (Touraine, 2007). É importante ressaltar que consideramos que essa prática pode ou não acontecer de forma intencional, mas, em ambos os casos, traz para as mulheres a sensação de desvalorização.

4 Vínculos em conflito

A última diferenciação que foi feita foi o estudo por geração. Entre os 20 pais e mães entrevistados foram identificados quatro fatores que reuniram 14 pessoas. O fator A3 reuniu dez pessoas sendo sete pais e três mães.

O fator A3 considerou que o meio rural é um lugar bom de viver, que a situação do meio rural

melhorou muito e que o espaço tem qualidade de vida superior que a cidade. Também concordou que, nas propriedades, os homens se ocupam mais das tarefas pesadas e que o interior vai ficar cada vez mais masculinizado porque as mulheres optam pelo trabalho na cidade. Ainda sobre as mulheres, o fator considerou que elas são mais desapegadas do campo, são mais independentes e conhecem mais os seus direitos em relação às gerações anteriores e podem conquistar o que desejam independente do apoio da família. O fator também discordou da afirmação de que o poder de decisão nas propriedades permanece com os homens.

Sobre o jovem rural, o fator A3 discordou das afirmações de que os jovens rurais estão retornando ao campo, que eles não têm vínculo com o trabalho rural e que necessitam das TICs, caso contrário se sentirão excluídos. Mas o fator considerou importante ter acesso aos meios de comunicação para a educação e para o bem-estar dos filhos.

O grupo foi sintetizado com o nome “Vínculos em conflito”, pois demonstra como esse fator redefine os papéis de homens e mulheres rurais, principalmente, na questão da divisão do trabalho. Enquanto o homem se ocupa mais das questões produtivas, a mulher rural, que tem mais informação, sai do eixo doméstico e está buscando ocupações no espaço urbano. É um fator que demonstra que os casais no meio rural já não seguem o mesmo caminho (Touraine, 2007).

5 Vínculos educativos

Já entre o grupo dos filhos composto por dez meninas e cinco meninos foi identificado o fator A4 que reuniu três meninas.

As jovens reunidas no fator A4 têm forte ligação com o meio rural e gostam de viver no campo (Brumer, 2007), dado que rejeitar o trabalho agrícola não implica necessariamente rejeitar a vida no meio rural, principalmente quando começam a ter mais contato com a cidade e com seus problemas como trânsito, violência, poluição e estresse. Nesse momento, as especificidades do campo como lugar calmo, tranquilo e sossegado passam a ser mais ressaltadas pelas jovens.

O fator A4 se ressentia da falta de oportunidades para as novas gerações, mas discorda da afirmação de que os jovens rurais de hoje são pessoas sem vínculo com o meio rural. Apesar disso, reconhece que, quando o jovem vai para a cidade trabalhar, dificilmente retorna. As jovens também consideram que até hoje a mulher rural ainda tem sobrecarga de trabalho, apesar de ter conquistado uma situação de igualdade com o homem rural, ter mais acesso à informação e obter destaque na comercialização dos produtos da agricultura familiar. O fator A4 valoriza o telefone celular como equipamento de comunicação.

Sintetizamos esse fator pelo nome “Vínculos educativos”. Ao contrário do fator “Vínculos em conflito”, as jovens reunidas por esse fator não se ressentem da condição de mulheres rurais e sabem bem o que querem e onde querem chegar, porque têm mais acesso à informação e outra maneira de se relacionar com o mundo (Aguiar; Strapasolas, 2010, p. 166). Esse é um fator que não acredita em uma divisão sexual do trabalho a partir das diferenças biológicas entre os sexos ou uma rejeição da mulher à atividade rural. O que elas buscam é crescer onde desejarem e, quando não encontram essa oportunidade no meio rural, buscam na cidade.

As jovens do fator A4 não saem do meio rural em função de uma suposta dominação masculina dos pais ou irmãos, mas em busca de oportunidades que encontram por meio dos estudos. Como lembrou Touraine (2007) elas não querem nem conquistar a igualdade nem afirmar as diferenças. Fazem parte de um modelo de sociedade em que o matrimônio há muito tempo deixou de representar a única perspectiva para as mulheres rurais (Silva; Schneider, 2010) e almejam passar de espectadoras distantes a produtoras dessa organização social (Touraine, 2007).

Percebemos que a classificação dos fatores obtidos em nossa pesquisa concentrou-se em cinco aspectos: a) na qualidade de vida do meio rural: avaliado como um local bom de viver e que proporciona mais autonomia para o trabalhador; b) na preocupação com o esvaziamento do meio rural: principalmente em função do êxodo das jovens rurais; c) na divisão sexual do trabalho: é rejeitada, pela maioria dos fatores, a ideia de que o trabalho doméstico ainda é uma responsabilidade apenas das mulheres, mas as próprias mulheres assinalam que essa ainda é uma realidade no meio

rural ao classificar essa assertiva na posição +4. Ainda sobre esse aspecto, a maior parte dos fatores rejeita que o poder de decisão nas propriedades ainda é uma exclusividade masculina; d) no processo de empoderamento das mulheres rurais: através principalmente do acesso à informação; e) na importância do telefone celular: a maior parte dos fatores consideraram que ela possibilita economia de dinheiro, tempo e mais contato com amigos e parentes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente investigação foi iniciada tendo como hipótese que a apropriação das TICs poderia trazer benefícios para as mulheres rurais, tradicionalmente vistas em um papel legitimado de subordinação dentro das propriedades, contribuindo para alavancar mudanças nas relações de poder dentro das famílias rurais.

Quanto aos usos das TICs, a pesquisa identificou que mães e filhas as usavam para estreitar os vínculos, sejam eles afetivos ou produtivos. As mães usavam o telefone celular principalmente para ter contato com a família, mas também para receber pedidos de clientes e agilizar prestações de serviços. A principal função do aparelho usado pelas mães era falar ao telefone. Já as filhas o usavam para manter o contato quase permanente com a família e os amigos e para buscar informação acerca do futuro profissional. Constatou-se que, entre as jovens, as mensagens de texto já se configuravam como a principal função usada nos telefones celulares, antevendo uma situação hoje proliferada por diferentes aplicativos de mensagens.

Os diferentes usos das TICs fazem com que o tamanho do mundo em que as filhas vivem passe a ser diferente do tamanho do mundo que as mães conhecem (Aguar; Strapasolas, 2010), rompendo com o simbolismo rural passado de geração para geração. Para as filhas o mundo é maior e com mais possibilidades e, para as mães, o mundo é menor e com chances mais restritas. Observa-se que os filhos que têm mais habilidades com as TICs vivem em uma espécie de mundo paralelo, mesmo morando na casa dos pais ou trabalhando com eles na agricultura familiar. Em que pese o aparente favorecimento de atitudes pro-ambiente urbano que as TICs possam facilitar, acredita-se, no entanto, que, para os jovens especialmente, a presença das TICs no meio rural também pode ajudar a amenizar as rupturas entre o meio rural e o meio urbano, contribuindo para a existência do continuum entre essas duas realidades (Dudrán, 1998 apud Wanderley, 2000).

Mesmo discernindo entre acesso e uso, esses aspectos não respondem ao problema central de nossa pesquisa: as TICs conferem algum tipo de empoderamento às mulheres rurais? Para responder à questão, recorreremos aos indicadores de Young (1997 apud Cordeiro, 2010): a construção de uma autoimagem positiva, a autoconfiança, o desenvolvimento da habilidade de pensar criticamente e de tomar decisões são indicadores do processo de empoderamento que puderam ser observados na maior parte das mulheres ouvidas pela pesquisa. As mães e filhas jovens comparam-se principalmente com as gerações anteriores e relatam que hoje não aceitam mais uma posição de subordinação dentro da família, questionando os papéis tradicionais atribuídos às mulheres de mães e donas de casa. Nesse sentido, as mulheres atribuem às TICs expressões como “porta aberta” e “luz no fim do túnel”, demonstrando que elas são importantes no processo de mudança que conduz ao empoderamento da mulher rural.

No entanto, mães e filhas ainda consideravam o machismo como uma característica ainda muito presente no meio rural. Por outro lado, os próprios homens demonstram que buscam valorizar mais as mulheres, na tentativa de superar uma visão androcêntrica e a própria divisão sexual do trabalho. Consideramos que as instituições às quais os entrevistados pertencem como o Projeto Esperança e o Sindicato dos Trabalhadores Rurais também contribuem nesse sentido, uma vez que são entidades que valorizam a igualdade de gênero e incentivam a autonomia das mulheres, principalmente através da aquisição de uma renda própria, apesar de esse processo não ser simples como lembrou Saffiotti (2009) porque, de forma geral, enquanto os homens têm liberdades quase absolutas, as mulheres como categoria social ainda muitas vezes buscam aprovação dos maridos antes da tomada de decisão. No entanto, a autonomia das mulheres rurais é facilitada por alguns fatores como o aumento da escolaridade e a própria redução do número de filhos (Sorj, 2009). Com mais

formação e menos filhos para cuidar, as mulheres têm mais tempo para assumir novos papéis fora do eixo doméstico e, principalmente, para cuidar mais de si mesmas. É importante ressaltar que essa autonomia é incentivada pelos próprios pais que não vislumbram mais para as filhas o casamento como único caminho futuro (Silva; Schneider, 2010), o que evidencia uma mudança nas relações de poder dentro das famílias.

Apesar das mudanças de vida elencadas pelas mulheres, elas não rejeitam o meio rural. Enquanto no grupo de discussão com jovens rurais observou-se um desejo pela vida na cidade, na visita às propriedades verificou-se um sentimento de que o rural é onde as jovens realmente se sentem em casa, confirmando a afirmação de Brumer (2007) de que as jovens gostam de viver no meio rural. Consideramos, no entanto, que esse sentimento é verdadeiro a partir do momento em que é fruto de uma escolha e não uma imposição decorrente da falta de oportunidades ou da manutenção do papel de subordinação da mulher dentro das famílias. O processo de empoderamento das mulheres rurais foi constatado nos cinco principais fatores identificados: Novos Vínculos, Vínculos em Questão, Vínculos Corretos, Vínculos em Conflito e Vínculos Educativos. Eles são fatores que demonstram essencialmente mudança, vontade de mudar, discurso de mudança, ação para mudar e mudança pela educação. Nenhum deles concorda com a permanência da mulher rural em uma posição de subordinação. Isso não significa que foram rompidos os vínculos tradicionais que estavam na ordem das coisas (Bourdieu, 2010). Mas é um processo. Assim como Touraine (2007), acreditamos que as mulheres rurais estão com a palavra. Elas sabem que têm voz e podem ser ouvidas.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, V. P.; STROPOSOLAS, V. As problemáticas de gênero e geração nas comunidades rurais de Santa Catarina. In: SCOTT, P.; CORDEIRO, R.; MENEZES, M. (Org.). Gênero e geração em contextos rurais. Ilha de Santa Catarina: Ed. Mulheres, 2000. p.159-183.

BOURDIEU, P. A dominação masculina. 9. ed. Tradução: Maria Helena Kühner. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

BRASIL. MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO. Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar. Brasília, 2002. Disponível em:
<http://www.pronaf.gov.br/quem_somos/perguntas.htm> Acesso em: 22 fev. 2007.

BRUMER, A. Gênero e agricultura: a situação da mulher na agricultura do Rio Grande do sul. Revista Estudos Feministas, aneiro-abril, p. 205-227, 2004. Disponível em:
<<http://www.scielo.br/pdf/ref/v12n1/21699.pdf>>. Acesso em: 10 dez. 2010.

CGI.br. Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros - TIC Domicílios 2023. Disponível em: <https://cetic.br/pt/tics/domicilios/2023/domicilios/A/> Acesso em: 26 jan. 2024.

CGI.br. A problemática dos jovens rurais na pós-modernidade. In: CARNEIRO, M. J.; CASTRO, E. G. (org.). Juventude rural em perspectiva. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007. p. 35-41.

CORDEIRO, R. Empoderamento e mudança das relações de gênero. In: P. SCOTT, P.; R. CORDEIRO (Orgs) (p.145-171). Agricultura familiar e gênero: práticas, movimentos e políticas públicas. Recife: Editora Universitária, 2010.

GUIMARÃES E SILVA, M. A apropriação de TICS por extensionistas e agricultores familiares: uma leitura a partir da teoria da comunicação linear e em rede. (p.52-75). In: E. A. VIZER; E. M. BARICHELLO; A. C. M. SILVEIRA (Orgs.). Rural Conectado: Mídia e processos sociotécnicos no Brasil e Argentina. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2016. Disponível em: <https://www.ufsm.br/editoras/facos/rural-conectado-midia-e-processos-sociotecnico-no-brasil-e-argentina> Acesso em 9 jan. 2024.

GRAZIANO DA SILVA, DEL GROSSI, M; CAMPANHOLA, C. "O que há de realmente novo no rural brasileiro". Cadernos de Ciência e Tecnologia, v. 19; n.1 p. 37-67, 2002.

HEGEDUS, P. Percepciones nacionales sobre desarrollo rural en Uruguay mediante metodologia Q. In: J. ALMEIDA; J.A. MACHADO. Desenvolvimento rural no Cone Sul. Porto Alegre: Holos Meio Ambiente e Desenvolvimento, 2009. p. 104-125.

HEGEDUS, P. Metodologia Q. Palestra no mestrado em Extensão Rural. 2004.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Atlas do espaço rural brasileiro. Rio de Janeiro: IBGE, 2020. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101773> Acesso em: 26 jan. 2024.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Censo agropecuário 2006. Rio de Janeiro, 2006. Disponível em:
<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/agropecuaria/censoagro/1995_1996/default.shtm> Acesso em 30 set. 2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Censo Demográfico 2010. Rio de Janeiro, 2011. Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/default.shtm>>. Acesso em: 10 jul. 2011.

SAFFIOTI, H. Gênero e patriarcado: violência contra mulheres. In: VENTURI, G.; RECAMÁN, M.; OLIVEIRA, S. (Org.). A mulher brasileira nos espaços público e privado. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2009. p. 43-59.

SCHWARTZ, C. A recepção das tecnologias de informação e comunicação entre os agricultores familiares de Santa Maria, Rio Grande do Sul. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural). Universidade Federal de Santa Maria, RS, 2007.

SCHWARTZ, C. Relações de gênero e apropriação de tecnologias de informação e comunicação na agricultura familiar de Santa Maria –RS. 2012. 279 p. Tese (Doutorado em Extensão Rural) Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2012.

SCOTT, J. Gênero: uma categoria útil para a análise histórica. 1995. Tradução: Christine Ruffin Dabat e Maria Betânia Ávila. Disponível em: <http://www.dhnet.org.br/direitos/textos/generodh/gen_categoria.html>. Acesso em: 01 nov. 2009.

SCOTT, P.; CORDEIRO, R. Agricultura familiar e gênero: práticas, movimentos e atores. In: P. SCOTT; R. CORDEIRO. (Org.) (p.17-27). Agricultura familiar e gênero: práticas, movimentos e políticas públicas. Recife: EdUFPE, 2010.

SILVA, C.; PORTELLA, A. P. Divisão sexual do trabalho em áreas rurais do Nordeste Brasileiro. In: P. SCOTT; R. CORDEIRO (Org.) p. 127-144. Agricultura familiar e gênero: práticas, movimentos e políticas públicas. Recife: EdUFPE, 2010.

SILVA, C. B.; SCHNEIDER, S. Gênero, trabalho rural e pluratividade. In: P. SCOTT; R. CORDEIRO; M. MENEZES, M. (Org.) (p.185-209). Gênero e geração em contextos rurais. Ilha de Santa Catarina: Mulheres, 2000.

SILVEIRA, A. C.; SCHWARTZ, C. TICs e relações afetivo-produtivas na agricultura familiar: enfrentando o isolamento e a exclusão digital. In: II CONFERÊNCIA DO DESENVOLVIMENTO. Brasília, 2011. Anais... Brasília: Instituto de Economia Aplicada, 2011.

SILVEIRA, A. C.; SCHWARTZ, C.; SOUTO, C. Gênero e TICs: expondo a intimidade das relações de poder na agricultura familiar. Revista Latino-americana de Geografia e Gênero, v. 4, n. 1, p. 22-35, jan. / jul. 2013.

SODRÉ, M. Antropológica do espelho. Petrópolis: Vozes, 2002.

SODRÉ, M. Objeto da comunicação é a vinculação social. Entrevistadora: Desirée Rabelo. Revista PCLA, v. 3, n. 1, 2001. Disponível em: <<http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista9/entrevista%209-1.htm>> Acesso em 15 dez. 2010.

SORJ, B. Trabalho remunerado e não-remunerado. In: G. VENTURI.; M. RECAMÁN; S. OLIVEIRA (Org.). A mulher brasileira nos espaços público e privado (p. 107-119). São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2009.

STRICKLIN, W. Estabilidade dos fatores [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <clarissaschwartz@yahoo.com.br> em 19 mar. 2012.

TOURAINÉ, A. O mundo das mulheres. Petrópolis: Vozes, 2007.

WANDERLEY, M. N. B. "A emergência de uma nova ruralidade nas sociedades modernas avançadas - 'o rural' como espaço singular e ator coletivo". Estudos Sociedade e Agricultura, n. 15, 2000.

COMDEV E A PERSPECTIVA COLABORATIVA EM “NOVOS” MODELOS DE NEGÓCIO DIGITAL

CARLISE PORTO SCHNEIDER RUDNICKI¹

COMDEV, INFORMAÇÃO E A IDEIA DE RACIONALIDADE: AS REGRAS DO JOGO

A comunicação para o Desenvolvimento (Comdev) compreende um espaço de significações múltiplas, transitando entre a economia, a sociologia e a comunicação, dentre outras áreas. Diferente do pensamento da economia clássica, em que o mercado se refere a um modelo de concorrência perfeita, a teoria dos mercados de informação assimétrica traz à tona as informações na perspectiva das “falhas de mercado”. Dessa forma, estudar o comportamento das pessoas perante os mecanismos de governança demanda compreender os atributos comportamentais dos sujeitos.

Amartya Sen (2010), sob a luz da liberdade, sendo o desenvolvimento econômico não considerado um fim em si mesmo, mas priorizar a qualidade de vida das pessoas. Nessa perspectiva, salientamos que a Comdev tem como objetivo incluir todas as pessoas, “nossas gentes” e, principalmente, incluí-las na composição dos processos de governança dos territórios. Entretanto, o caminho não é simples, pois, conforme Leitão (2007), “Ao mantermos o mesmo modelo mental dos colonizados, perdemos nossa capacidade de pensar, criar e imaginar, limitando-nos a repercutir pensamentos alheios” (Leitão, 2007, p. 29).

A proposta, do ponto de vista empírico, tem como base reflexões sobre o projeto de extensão #ElasnaTI², que envolve capacitações junto a mulheres com interesse em discutir o processo de produção de conteúdo digital, sob a perspectiva da comunicação e inclusão sob quatro perspectivas. A primeira, voltada às discussões sobre comunicação inclusiva e acessível; no segundo momento, focamos na ideia de produção de conteúdo para redes sociais; a terceira, sobre a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD); e, por fim, um módulo sobre criação de conteúdo embasado em inteligência de mercado (BI) e utilização de softwares. De forma resumida, iniciamos a trilha formadora falando sobre a importância do trabalho comunicacional na ideia do design universal e da dimensão anti capacitista no planejamento do conteúdo. O segundo módulo aborda a produção de conteúdo tradicional, sem levar em consideração as preocupações técnicas com a interface com tecnologias assistivas. Na terceira etapa, as discussões sobre privacidade, dados e orientações legais sobre a criação de banco de dados e o uso dos mesmos, desde a coleta. No quarto encontro discutimos sobre a base do planejamento estratégico, tendo como foco tomadas de decisão baseadas em um pensamento analítico preditivo, seguido da utilização do software Power BI.

O modo de produção de conteúdo, em geral realizado a partir de ações baseadas em acertos e erros, demonstram como a comunicação tem sido apropriada nos modelos de negócios, hoje cada vez mais situados no digital. Portanto, tem se apresentado como um desafio - não apenas em relação às críticas à ideia de desenvolvimento, mas quanto ao contexto digital no qual as ações têm sido conduzidas.

A dimensão teórica ancora-se nos pressupostos encontrados nas discussões sobre comunicação e desenvolvimento, na nova sociologia econômica e na nova economia institucional

¹ Professora adjunta no departamento de Ciências da Comunicação (UFSM) e no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (POSCOM). Relações Públicas, mestre e doutora em Desenvolvimento Rural, pós-doutorado em Comunicação. Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: carlise.rudnicki@ufsm.br.

² A proposta do artigo se refere a reflexões que ocorreram no curso piloto do projeto de extensão, voltado à capacitação em produção de conteúdo acessível e inteligência de mercado (UFSM), incluindo a coleta de dados primários durante a trilha formativa e a partir da avaliação do curso. O trabalho envolveu a organização de palestras envolvendo diferentes temáticas, como: comunicação acessível e inclusiva, produção de conteúdo em redes sociais, Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), inteligência artificial e inteligência de mercado.

(NEI). Nesses espaços, a racionalidade transita, ora relacionada fortemente à economia, ora voltada à importância da ideia de cooperação. A partir de pensamentos oriundos da nova sociologia econômica e da comunicação, no sentido de compreender, teoricamente, possíveis motivações capazes de gerar a adoção de ações cooperativas. Dessa forma, buscando sanar alguns questionamentos que surgiram a partir da NEI, utilizamos as discussões fomentadas por Granovetter (1985, 2007), Ostrom e Walker (2005), envolvendo comportamentos coletivos e relações de confiança, bem como as noções de oportunismo, racionalidade limitada e reputação. Se a confiança tem sido pensada como uma expectativa de cumprimento de promessas ou ainda um mecanismo eficiente de controle perante comportamentos oportunistas, pretendeu-se aqui apontar também outras perspectivas sobre o tema, tendo em vista a percepção da importância de questões como cooperação e solidariedade, irracionalidade, motivações, costumes, tradição e religião.

As regras do jogo e os jogadores (respectivamente as instituições e as organizações) ressaltadas por Douglas North (2006), trazem à tona reflexões sobre a forma como as organizações se apropriam de valores, crenças e normas instituídas para atuar e justificar suas ações e missões (North, 1990). Para o autor, as regras formais são as leis, constituições e regulamentos específicos. Já as normas informais de comportamento são mais importantes e complexas, encontrando-se, geralmente, nos traços culturais e podendo, inclusive, superar as regras formais.

Hui et al (2014) destacam nossos tempos como um “momento crítico para a reflexão sobre o futuro da tecnologia e da geopolítica”, bem como a necessidade de uma rearticulação com a tecnologia. A economia colaborativa, como um “novo” modelo de negócios, debate-se, em tempos algorítmicos de indústria criativa e, certamente, demanda olhares críticos. Muito ouvimos falar sobre a necessidade de uma sociedade inclusiva, de uma economia colaborativa e de processos de comunicação inclusivos. Entretanto, os discursos multidisciplinares e coletivos seguem carregando consigo os ares neoliberais, ou seja, ainda com pouca adesão às práticas colaborativas. Assim como o criticado mercado de trabalho, o campo acadêmico se encontra imbricado às preocupações estatísticas e aos jogos algorítmicos.

A concepção de racionalidade na NEI, especialmente em Williamson (1986, 2002), é a impossibilidade de prever todas as contingências que envolvem as transações futuras. O comportamento oportunista seria, nessa linha, uma consequência dessa incapacidade de prever (incertezas) e, por outro lado, o risco e a assimetria da informação. Entretanto, se a era de serviços, considerada também a era da informação, a possibilidade de obter mais informações, recai na questão da assimetria de informações, pois a crença de que os sujeitos cada vez mais têm condições de acessá-las e ampliar o conhecimento, deve ser pensada com menos entusiasmo. Na obra *The Market for 'Lemons': quality uncertainty and the market mechanism*, de George Akerlof (1970), escrita após as ideias germinais de Coase, existe uma preocupação maior com a “informação assimétrica”, e mesmo a necessidade de conhecer a reputação daqueles com quem se negocia. O termo lemons é usado como um comparativo entre limões (ácidos) e pêssegos (doces), buscando discutir o mercado de carros usados (ruins e bons), em que existe incerteza em relação à qualidade e à assimetria de informação. Para o autor, as instituições poderiam amenizar estes problemas (Akerlof, 1970), sendo essencial entender modelos econômicos em que a confiança é um fator decisivo, já que as garantias não escritas, informais, são precondições para as transações e para a produção (1970).

A comunicação como processo e a potência do viés colaborativo nos remetem a uma perspectiva de pensar as tecnologias sob a perspectiva sociocultural. A economia colaborativa, como um “novo” modelo de negócios, debate-se, em tempos algorítmicos de indústria criativa e, certamente, demanda olhares críticos. Partindo da ideia do território como espaço de vida, acolhimento, política planejada, e diversidade (Furtado, 2004; Santos, 2005; Leitão, 2007).

Conforme Peruzzo, “[...] a comunicação pode contribuir para os processos de conhecimento, organização e ação, para garantir o cumprimento de todos os direitos humanos” (Peruzzo, 2016, p.23). Teixeira Coelho (1997, p. 31) enfatiza a constante preocupação de mídias, governos e sujeitos com a ideia de estabilidade democrática e financeira, esquecendo-se de que “É mais do que tempo de colocar a pirâmide marxiana sobre sua própria base: infra-estrutural não é a economia, é a cultura”.

Complementando tal inquietação, indica-se nas palavras de Silva (2021) que "O importante, segundo organizações que procuram uma sociedade mais inclusiva, privilegiar o ser humano acima de suas condições físicas, sensoriais ou intelectuais (Silva, 2021, p.186).

Na perspectiva da cidadania, acreditamos na necessidade de pensar a produção de conteúdo a partir da ideia de design universal. Em julho de 2023, foram publicados, pela primeira vez, indicadores para pessoas com deficiência, uma parceria entre a Secretaria Nacional dos Direitos da Pessoa com Deficiência (SNDPD) - Ministério dos Direitos Humanos e da Cidadania (MDHC) e o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). As universidades públicas, não apenas pressionadas pelos atos normativos e legislações, têm sido chamadas a lutar, a acolher e a refletir sobre a complexidade das vivências e dos mecanismos sociais que potencializam discriminação dirigida a pessoas com deficiência, orientações sexuais, raça e etnia, identidades de gênero não normativa, dentre outras. Os números demonstram o quanto é crucial pensar estratégias para atender a todas as pessoas, não apenas devido a sua representatividade, mas pela mobilização da sociedade em organizá-las. Desse modo, no campo da educação e da comunicação, urge trabalhar, dentre as previstas pela Lei Brasileira de Inclusão (Lei 13.146/2015), as barreiras de comunicação e informação e, especialmente, aquelas atitudinais. O capacitismo se mostra como um guarda-chuva para outros "ismos", como sexismo, racismo, anti-ambientalismo, dentre outros (Wolbring, 2008), apresentando-se como um desafio para a comunicação e o exercício da cidadania.

POSSÍVEIS CONEXÕES ENTRE CONFIANÇA, MERCADOS E INCLUSÃO

A ideia de imersão do comportamento econômico nas relações sociais de Granovetter contrapõe-se ao viés ortodoxo da economia, o qual se supõe imerso nas relações sociais até o período pré-mercantil. Seguindo esta linha, as relações com o mercado passariam a ser mais autônomas com o advento da modernização, assim a racionalidade adquire um caráter cada vez mais econômico.

Estas relações, construídas à base de confiança, ou seja, em expectativas positivas de comportamento, demonstram, nesse exemplo, diferentes meios de os agentes agirem. Se pensarmos a racionalidade dos agentes, percebe-se também que as regras estabelecidas pelas instituições e organizações nem sempre são suficientes para manter a "ordem", ou seja, a não quebra de contratos e a tentativa de evitar comportamentos oportunistas.

Assim, ressaltamos no trabalho a economia colaborativa como um modelo de negócios: o consumo de bens e serviços por meio de trocas e compartilhamentos e, mais do que isso, um estilo de vida colaborativa. A partir dos dois tipos de *embeddedness* (imbricamentos), o autor retrata universos sociais distintos: relacional e estrutural. São estes diferentes tipos de "imbricamento" (relacional: família, amigos, enfim, relações pessoais próximas) e o estrutural (relações mais distantes, porém mantidas devido aos laços fortes e fracos). Na verdade, são os laços fracos, através das relações de proximidade cotidianas, que possibilitam a conexão entre universos sociais distintos (Granovetter, 1985). Os laços fortes exigem mais tempo e troca, como a amizade. Por outro lado, os fracos encontram-se nas relações já existentes, mantidas pela proximidade cotidiana.

A análise das tríades (relações entre três indivíduos), esquema denominado por Granovetter "Effects of Tie Strength and Source Status on Attained Occupational Status", mostra que, se existem as relações fortes AB e AC, então existe a relação BC. Da mesma forma, as pontes (ligações entre dois indivíduos situados em agrupamentos distintos e não conectados, a não ser por essa ligação que se torna a ponte entre os dois grupamentos), ele aprofunda a análise na direção de que são as relações fracas que importam para a expansão e força das redes. Entretanto, apesar das possibilidades analisadas sob o olhar relacional, miramos também para questões estruturais, pois o Brasil ocupa a primeira posição no ranking de concentração de renda e riquezas.

É a ideia acima de cultura que trazemos nas trilhas para pensar a inclusão ao produzirmos conteúdo. Para Sassaki (2009), é um caminho de adequação dos sistemas sociais adequados a toda diversidade humana "[...] composta por etnia, raça, língua, nacionalidade, gênero, orientação sexual, deficiência e outros atributos - com a participação das próprias pessoas na formulação e execução dessas adequações" (Sassaki, 2009, p. 1). Portanto, estamos lidando com questões culturais arraigadas

em nossa sociedade. Motivam-nos, também, as discussões de Cláudia Leitão (2007), para pensar a cidadania cultural embasada na ideia economia criativa brasileira a partir de princípios voltados à conexão complexa e necessária entre cultura e desenvolvimento.

Segundo Hott, Rodrigues e Oliveira (2018), a noção de acessibilidade se expande para áreas relacionadas à promoção da qualidade de vida para todas as pessoas, dando relevância à autonomia, independência, segurança e à garantia de acesso à informação e comunicação. Partindo-se do pressuposto de que a “deficiência” não está nas pessoas, mas na sociedade que oferece barreiras, surge na militância acadêmica o termo “capacitismo”, uma luta para dar visibilidade a processos de opressão e discriminação de pessoas com deficiência e relacionados a outros sistemas de opressão - sexismo, racismo, LGBTfobia, etc (Gesser, Bock e Mello, 2020).

A estratégia pela qual se luta não se refere a uma condição de engajamento baseado em visualizações, mas aquela que apresenta potência de envolver todas as pessoas, sejam quais forem suas realidades e características. Mafra (2006), ao falar sobre comunicação estratégica e mobilização social enfatiza, que “[...] a mídia não oferece um espaço único e igual para que os movimentos contemporâneos divulguem suas causas” (Mafra, 2006, p. 41). A comunicação estratégica, conforme o autor, ao construir conversações com os públicos, possibilita-nos de forma planejada agendar processos comunicativos, sobretudo quando se tratam de questões de interesse público. Ainda assim, em uma sociedade capacitista e meritocrática como a nossa, o desafio é imenso. Somando-se às contribuições apresentadas sobre economia criativa e cidadania cultural, visualiza-se a comunicação como um lugar de “encontro” (Peruzzolo, 2006). Portanto, há uma possibilidade de “ser”, em uma sociabilidade mais igualitária e inclusiva.

PERCURSO METODOLÓGICO: A INCLUSÃO COMO DISCURSO E AS PRÁTICAS EFETIVAS

Nossa metodologia envolve a pesquisa bibliográfica (Lakatos; Marconi, 2003, p.183) e a análise de dados primários coletados durante a trilha formativa, envolvendo diferentes blocos temáticos. Sendo o foco do artigo refletir sobre o consumo da produção de conteúdo inclusiva, analisamos as percepções e impactos, de forma comparativa, entre quatro módulos, intrinsecamente relacionados: 1) acessibilidade e produção de conteúdo; 2) produção de conteúdo em redes sociais - modelo “tradicional”; c) inteligência de mercado (BI) e softwares; e d) Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

No que tange ao nosso primeiro encontro, foram tratadas as temáticas da inclusão e barreiras, em especial aquelas de comunicação, informação e atitudinais, intercalando com a prática de produção de conteúdo acessível em redes sociais e plataformas. Em primeiro lugar, conversamos sobre as diversas perspectivas de modelos de negócios, levando em conta os aspectos colaborativos e de inclusão não apenas na execução das tarefas, mas no trabalho em equipe.

Apesar do discurso geral o reconhecimento da acessibilidade, percebemos o quanto, na prática, isso não acontece, tendo como base os relatos durante as discussões. Ademais, destacamos que a dimensão capacitista é muito presente e se encontra conectada às questões de sexismo, homofobia, transfobia e racismo, por exemplo, o que levou, em diversos momentos, a uma divisão no grupo, quando grande parte das participantes defenderam pontos de vista diferentes. O grupo envolveu a seleção de 20 mulheres, com as seguintes faixas etárias: 33%, de 31 a 40 anos, 25% de 41 a 50 anos, 33,3% de 51 a 60 anos e 8,3% com 60 +. Um aspecto relevante a destacar, é uma forte religiosidade no grupo, sendo esta majoritariamente evangélica (Pentecosta e Batista), representada em 46,2%; 15% luteranas, 15% espíritas e 15,4 % (outra). Ninguém optou por religiões de matrizes africanas.

Conforme a imagem abaixo (Figura 1: Questão 1- Módulo acessibilidade e produção de conteúdo), a temática apresentou 69,2 % “muito relevante” e 30,8 % (relevante). 84,6 % declararam intenção em aplicar. No entanto, ao compararmos com o curso 2 (Produção de conteúdo em redes sociais), a aplicabilidade foi de 100%, sendo 75% considerado “muito relevante” e 25% “relevante”. Percebemos nas discussões alguns movimentos de sensibilização das participantes, porém, no momento da execução das tarefas propostas no curso (produzir um conteúdo em formato acessível, como por exemplo, legenda e descrição de imagem), evidenciaram as ações como “trabalhosas”.

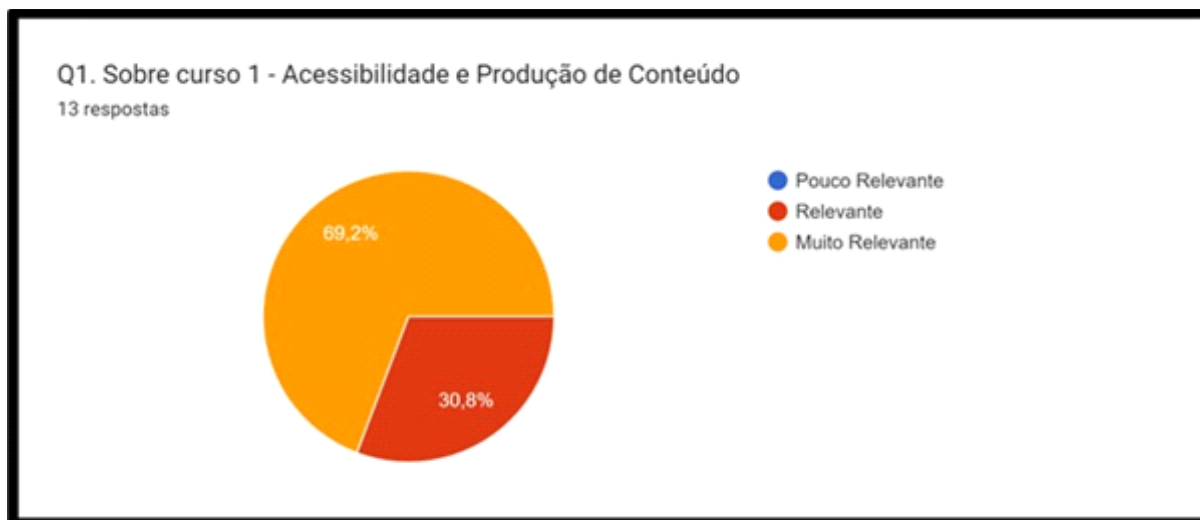


Figura 1: Questão 1 - Módulo acessibilidade e produção de conteúdo
Fonte: Elaborada pela autora (2023).

Já o terceiro curso (inteligência de mercado, representado na Figura 2 (Questão 8- Módulo BI), foi considerado, por unanimidade, muito “difícil”, exigindo alta demanda de tempo e dedicação. Durante a aula, evidenciamos a relevância do planejamento e do uso de dados e tomadas de decisão a partir de predições. Na pesquisa, este foi o único considerado com porcentagem “pouco relevante” (7,7 %). Ao mesmo tempo temos 23,1% como “relevante” e 69,2% “muito relevante”. Uma reflexão importante alude à representação que a tecnologia apresenta para o mercado de trabalho, sendo a utilização de softwares uma ferramenta indispensável. Por outro lado, o trabalho de planejamento no sistema de tomada de decisão não demonstra a mesma representatividade. Uma das hipóteses se refere ao fato de 100% dos produtores de conteúdo envolvidos no curso não serem da área de comunicação, o que explica o não destaque a necessidade de um planejamento baseado em dados.

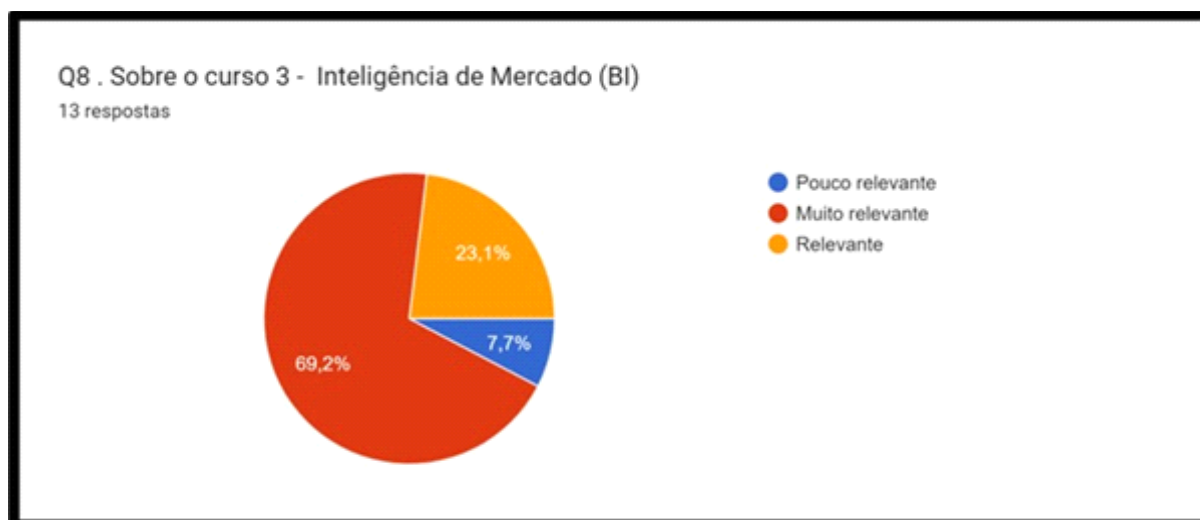


Figura 2: Questão 8 - Módulo BI
Fonte: Elaborada pela autora (2023).

Mesmo entendendo que as temáticas de acessibilidade e inteligência de mercado são muito importantes para o mercado de trabalho das participantes, foram considerados “trabalhosos” e “com muito tempo a ser despendidos”, exigindo um esforço pessoal que se entrelaça com outras ações, como o planejamento e a mensuração das ações. Assim sendo, as metodologias embasadas em “acerto e erro” no momento de produzir conteúdo, seguem sendo aquelas adotadas por todas. Ao

questionarmos sobre o curso 2 (Produção de Conteúdo em Redes Sociais), a categoria “muito relevante” aumenta quase 10 %, com desejo de aplicabilidade declarada em 100%.

Sobre a última questão (Figura 2 - Módulo mais relevante), destacamos os seguintes resultados: 38,5% escolheu produção de conteúdo para redes sociais; em segundo lugar, “acessibilidade em produção de conteúdo” e “software BI” (23,1%); por último, o encontro sobre a LGPD (15,4%).

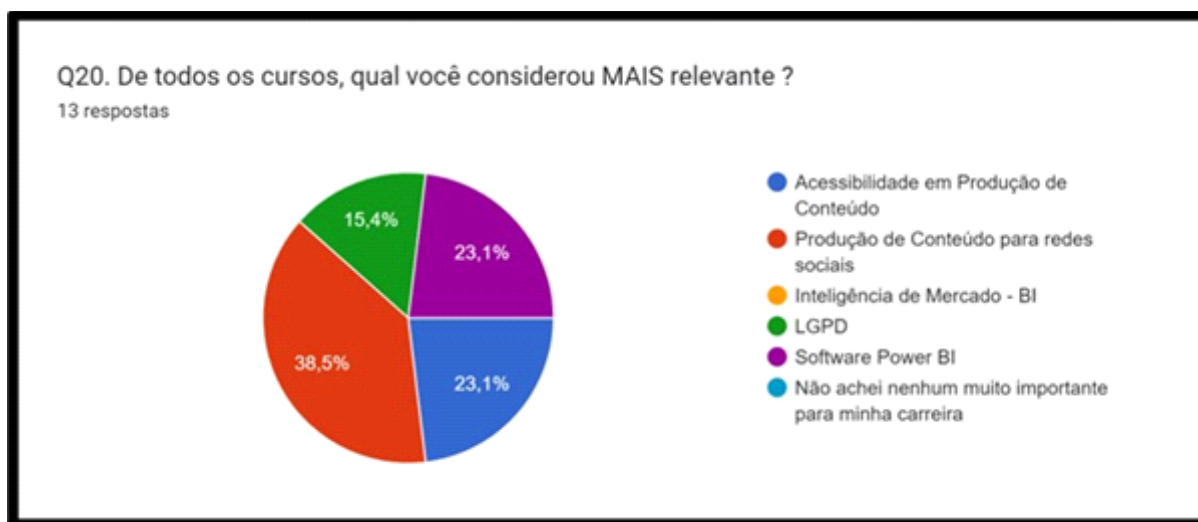


Figura 3: Questão 20 - Módulo mais relevante
Fonte: Elaborada pela autora (2023).

Ainda sobre a “Figura 3: Questão 20 - Módulo mais relevante”, quando solicitamos as motivações das escolhas das respostas (declaradas na avaliação), as afirmações foram: “minha necessidade”, “trabalho”, “macetes das redes sociais para atingir persona e público-alvo”, “atingir o objetivo final”, “venda” e “foco no marketing”. O módulo “inteligência de mercado”, que caracteriza a base para todo o entendimento do software Power BI (atividades práticas) e para ações e decisões baseadas em planejamento, foi aquele marcado como o menos relevante. Por outro lado, o uso “prático” do PowerBI foi destacado com grande relevância (84% +). Interessa destacar que, durante este encontro, apenas duas participantes, conforme havíamos solicitado, estavam utilizando notebook para baixar o software, sendo que, até a finalização, não foram adiante nas etapas de uso. Tal situação (o não uso durante a aula) gerou muitas dúvidas após o encontro. Observamos também que, mesmo explicitando a importância de entender e praticar o BI, é essencial entender que o mercado como fim em si mesmo, ou seja, sem entender as necessidades dos clientes. Trata-se de um processo que inicia com a verificação das informações, a distribuições para profissionais, conforme suas competências e a análise a partir dos insights, com foco não apenas nos lucros, mas na construção de relacionamentos com os públicos de interesse. Para tanto, instaurar ambientes colaborativos, é crucial, o que demanda mais do que um produto ou serviço com engajamento, mas questões éticas, como o uso dos dados, inclusivas e acessíveis a todas as pessoas.

Recuperando as leituras teóricas, ao tentar entender o que embasa as ações colaborativas (inclusivas, neste caso), Ostrom (2008) foca na confiança que se opõe à perspectiva encontrada na “Tragédia dos Comuns”. Neste artigo do biólogo norte-americano Hardin, publicado em 1968, ele argumenta que a competição, e não a colaboração, frente a um produto natural escasso, oferece um final em que as escolhas baseiam-se nas necessidades individuais. Preocupado com o crescimento da população humana, a solução viria de um controle severo e de incentivos via punições. Tal ideia também pode ser analisada a partir da “teoria dos jogos”, dilema dos prisioneiros, os quais acabam se traindo, dada a falta de informação sobre os jogadores e, consequentemente, a falta de confiança mútua.

Dentre as descobertas em suas pesquisas, temos sujeitos que buscam conversar e conquistar a confiança uns dos outros, de forma recíproca. Para Ostrom (2008), os fatores relevantes para o sucesso

ou fracasso de um acordo de cooperação se referem à construção de um plano em comum, ao tipo das lideranças, ao entendimento das consequências das ações dos envolvidos. Já Ostrom e Walker (2005) atentam para fatores institucionais e culturais que afetam as expectativas do comportamento dos outros e as suas expectativas de nosso comportamento. Para os autores, um dos principais problemas na compreensão das instituições diz respeito à diversidade de situações da vida contemporânea e às complexidades do cotidiano (dentre essas a permanência da incerteza). Apreendemos que muitos comportamentos adotados estão relacionados não apenas a uma necessidade individual, mas a uma cultura organizacional, a hábitos e valores cotidianos nos modelos de negócios.

Finalmente, urge considerar que as relações de confiança não são estáticas. Embora seja necessária como base para uma relação, também é moldada por ela. Por isso, deve ser vista como um processo repleto de não apenas uma racionalidade consciente, premeditada, mas por outras variáveis não observáveis. Assim, se parte da abordagem sociológica tende a atribuir à confiança, compreendido como lealdade, expectativas mútuas e reciprocidade (Zucker, 1986); de outra forma, para Giddens (1992), perante a incerteza e os riscos contemporâneos, a racionalização de probabilidade é insuficiente para dar segurança aos indivíduos. Assim, o autor reflete sobre a forma como se criam as relações de confiança e o sentimento de segurança nos indivíduos, face aos novos riscos, característicos de sistemas sociais em mutação. Para ele, os riscos, em especial os ambientais e tecnológicos e de graves consequências, são considerados elementos-chave para entender as características, os limites e transformações do projeto histórico da modernidade.

IMBRICAMENTOS FINAIS: COMUNICAÇÃO, ECONOMIA E A IDEIA DE DESENVOLVIMENTO

As informações assimétricas, a partir da corrente de estudos voltada à microeconomia, são vistas como uma “falha de mercado”, causando desequilíbrio e, possivelmente, cancelamentos de negócios. Isso significa que uma das partes envolvidas apresenta informações de pior ou melhor qualidade que a outra. A confiança, podemos dizer, seria

Algumas perspectivas sobre as relações de confiança podem diferenciar-se bastante: para alguns, essa é considerada uma “ação” (as pessoas decidem confiar); para outros, é um “estado mental”: se possui ou não (neste caso, não seria possível decidir confiar ou não). A confiança também deve ser analisada conforme o contexto em que se encontra e os elementos que a compõem como a cultura, a tradição, os hábitos e as relações de poder, encontradas em todos os espaços de negociação. A tradição, como uma forma de resgate constante do passado, se apresenta como um fator importante para a confiança.

A vontade em trabalhar de forma colaborativa foi atravessada pelo “foco no marketing”. Apesar da ampla legislação e falas sobre a importância de fala ancoradas na necessidade de uma economia colaborativa, inclusive frente a todas as questões climáticas que têm sido destacadas nas diferentes mídias - e os discursos que circulam sobre a necessidade de comportamentos coletivos, o caminho é longo. Sabemos que as engrenagens que modulam a serviço do marketing não estão na esfera do visível e a utópica noção de imparcialidade e transparência é encontrada desde os estudos mais amplos sobre a tecnologia, como salientado anteriormente. Também entendemos que a importância de pesquisas neste sentido, demonstram a necessidade de entender as novas gerações além da sua forma de consumir e produzir conteúdo, mas levar em consideração considerações éticas e lugares de fala. Nessa perspectiva, a riqueza do tripé pesquisa/ensino/extensão está na diversidade de contribuições nos processos de participação e emancipação, possibilitando que as questões em pauta sejam acessadas por meio de diferentes perspectivas.

A partir das análises, as preocupações destacadas temos: a simplificação do trabalho em organizar as informações a partir de um planejamento, tendo em vista a importância de uma visão sistêmica para as tomadas de decisão. O fato de 100% dos responsáveis pela produção de conteúdo do curso de extensão não terem formação na área de comunicação, demonstra o que já vivenciamos no cotidiano: a precarização de nossa área. Nesse sentido, a produção de conteúdo não apenas é deslocada do planejamento, mas também se mantém desconectada de questões mais amplas e necessárias, como a relevância de pensar um design universal, já que este, em regra, faz parte de um

plano maior. Não há, nesse caminho, espaço para a inclusão de temas transversais, como inclusão, enquanto exigem dedicação, tempo e formação específica. Ademais, a comunicação e o desenvolvimento estão conectadas à noção de cultura, sendo o desafio organizar as informações sobre as ações e propostas no intuito de gerar informações, "chegando" em todos os lugares e fortalecer a rede.

REFERÊNCIAS

- AKERLOF, G. A. The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*, Cambridge, v. 84, n. 3, p. 488-500, aug. 1970.
- FURTADO, Celso. Os desafios da nova geração. *Economia Política*. v. 24, n. 4 outubro/dezembro, 2004. p. 483-486. Disponível em: http://www.ie.ufrj.br/celsofurtado/pdfs/os_desafios_da_nova_geracao.pdf. Acesso em: 10 de nov 2023.
- GIDDENS, A. As consequências da modernidade. São Paulo: Unesp, 1992.
- GRANOVETTER, M. Ação econômica e estrutura social: o problema da imersão. *RAE Eletrônica*, São Paulo, v. 6, n. 1, jan./jun. 2007.
- _____. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. *The American Journal of Sociology*, Chicago, v. 91, p. 481-510, Nov. 1985.
- HOLT, Danieli; RODRIGUES, Georgete M; OLIVEIRA, Laís P. de. Acesso e acessibilidade em ambientes web para pessoas com deficiência: avanços e limites. *Brazilian Journal of Information Studies: Research Trends*. 12:4 (2018) p.45-p.52. Disponível em: <https://revistas.marilia.unesp.br/index.php/bjis/article/view/8318>. Acesso em 2 out. 2023.
- HUI, Xiang, SAEEDI, Maryam, SHEN, Zeqian; SUNDARENSAN, Neel. From Lemon Markets to Managed Markets: the Evolution of eBay's Reputation System, Working Paper. Ohio State Univ, 2014. Disponível em: <https://www.eief.it/files/2014/05/saeedi.pdf>.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos de metodologia científica, 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- LEITÃO, Cláudia Souza. Criatividade e emancipação nas comunidades-rede: contribuições para uma economia criativa brasileira. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2023.
- NORTH, Douglas. Custos de transação, instituições e desempenho econômico. Rio de Janeiro, Instituto Liberal, 2006.
- _____. Institutions, institutional change and economic performance. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.
- OSTROM, Elinor; WALKER, John. Trust and reciprocity: interdisciplinary lessons for experimental research. New York: Russell Sage Foundation, 2005.
- OSTROM, Elinor. How do institutions for collective choice involve? In: Elinor Ostrom and the Bloomington School of Political Economy. Daniel H. Cole and Michael D. McGinnis (org.) Bloomington: Indiana University, 2008.
- SANTOS, M. Sociedade e Espaço: a formação social como teoria e método. In: SANTOS, Milton. Da totalidade ao lugar. São Paulo: Edusp, 2005.
- SASSAKI, Romeu Kazumi. Inclusão: acessibilidade no lazer, trabalho e educação. *Revista Nacional de Reabilitação (Reação)*. São Paulo, ano XII, mar./abr. 2009, pp. 10-16.
- SEN, A. Desenvolvimento como Liberdade. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

WILLIAMSON, O. E. Markets and Hierarchies: analysis and antitrust implications. New York: The Free Press, 2002.

_____. The Mecanismos of Governance. Oxford: Oxford University Press, 1996.

WOLBRING, Gregor. The poliPcs of Ableism. Development, Washington DC, v. 51, n.2, p. 252-258, 2008

ZUCKER, L. Production of Trust: institutional sources of economic structure, 1840-1920. Berkeley, USA: Research in Organizational Behavior. Vol. 8, p. 11-53.



ORGANIZADORES

FLAVI FERREIRA LISBOA FILHO

Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, do Programa de Pós-Graduação Profissional em Patrimônio Cultural e do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria - UFSM. Pró-Reitor de Extensão da UFSM. Bolsista de Produtividade em Pesquisa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq. Doutor em Ciências da Comunicação. Pesquisador-líder do Grupo de Pesquisa Estudos Culturais e Audiovisualidades. E-mail: flavi@ufsm.br

ELISA LUBECK

Professora Adjunta do Curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Pampa – Unipampa. Pós-doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria – UFSM. Graduada em Comunicação Social Habilitação Relações Públicas (UFSM) e em Sistemas de Informação (UFN); Mestre em Extensão Rural (UFSM); Doutora em Educação nas Ciências (UNIJUÍ). E-mail: elisalubeck@gmail.com

LUCIOMAR DE CARVALHO

Pós-doutorando e Professor Voluntário no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM); Doutor em Comunicação (UFSM); Mestre em Desenvolvimento, Especialista em Gestão e Processos da Comunicação e Bacharel em Design Gráfico (UNIJUÍ). E-mail: luciomar.carvalho@ufsm.br

AUTORES

ADA CRISTINA MACHADO DA SILVEIRA

Professora titular da Universidade Federal de Santa Maria. Atua no Programa de pós-graduação em Comunicação, colabora com o Mestrado Profissional em Comunicação e Indústria Criativa da Universidade Federal do Pampa. Pesquisadora do CNPq. Professora visitante em universidades argentinas, paraguaias, mexicanas e sueca. Atua em projetos de pesquisa em midiaticização, identidades contemporâneas, bem como em projetos de pesquisa e desenvolvimento. E-mail: ada.silveira@ufsm.br

ANDERSON LOVATO

Doutorando em Comunicação na Universidade Federal do Santa Maria (UFSM). Mestre em Comunicação e Indústria Criativa pela Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA). Especialista em Novas Tecnologias, Transformação Digital e Agilidade na FIA Business School. Especialista em Gestão de Marketing pelo Centro Universitário Senac. Relações Públicas pela Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA). Assessor de Comunicação e Marketing na Sicredi Região Centro RS/MG. E-mail: anderson.lovato@acad.ufsm.br

ARTUR A. SÁ

Doutor em Geologia e Professor Associado do Departamento de Geologia da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (Portugal). Coordenador da Cátedra UNESCO de “Geoparques, Desenvolvimento Regional Sustentado e Estilos de Vida Saudáveis. Membro do Comité Executivo da Rede Global de Geoparques e Avaliador Sênior da UNESCO para os Geoparques Mundiais da UNESCO. E-mail: asa@utad.pt

CARLISE PORTO SCHNEIDER RUDNICKI

Professora adjunta no departamento de Ciências da Comunicação (UFSM) e no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (POSCOM). Relações Públicas, mestre e doutora em Desenvolvimento Rural, pós-doutorado em Comunicação. Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: carlise.rudnicki@ufsm.br

CAROLINE DELEVATI COLPO

Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas e professora do Curso de Relações Públicas da UFPB/PB. Coordenadora do Grupo de Pesquisa CACTO – Comunicação, Afeto, Cultura, Trabalho e Organizações. Doutora em Comunicação Social pela PUC/RS. Mestre em Desenvolvimento Regional pela UNISC/RS e graduada em Relações Públicas pela UFSM/R. E-mail: carolinecolpo@gmail.com

CLARISSA SCHWARTZ

Jornalista formada pela Universidade Federal de Santa Maria (1997), mestre e doutora em Extensão Rural pela mesma instituição (2007 e 2012) e doutora em Comunicação (2023) também pela UFSM. Realizou estágio de pós-doutoramento no PPG/Comunicação entre 2014 e 2016. É autora de diversos artigos no tema da Comunicação e Desenvolvimento. E-mail: clarissaschwartz@yahoo.com.br

ELISA LUBECK

Professora Adjunta do Curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Pampa – Unipampa. Pós-doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria – UFSM. Graduada em Comunicação Social Habilitação Relações Públicas (UFSM) e em Sistemas de Informação (UFN); Mestre em Extensão Rural (UFSM); Doutora em Educação nas Ciências (UNIJUÍ). E-mail: elisalubeck@gmail.com

ELIZABETH SILVA

Doutora em Geografia, com especialização em Geoparques e Desenvolvimento Sustentável. Coordenadora dos Grupos de Trabalho em Desenvolvimento Sustentável da Rede Europeia de Geoparques e da Rede Global de Geoparques. Coordenadora Executiva do Geoparque aspirante Algarvensis (Portugal). Colaboradora da Cátedra UNESCO de “Geoparques, Desenvolvimento Regional Sustentado e Estilos de Vida Saudáveis”. E-mail: elizabethsilva.m@gmail.com

EMMALINE ROSADO-GONZÁLEZ

Doutora em Geologia, especializada em Geoparques Mundiais da UNESCO e Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Coordenadora da Rede de Geoparques Mundiais da UNESCO da América Latina e Caribe. Académica da Universidade Nacional Autónoma do México, e colaboradora da Cátedra UNESCO de “Geoparques, Desenvolvimento Regional Sustentado e Estilos de Vida Saudáveis”. E-mail: emma.rogz@gmail.com

FLAVI FERREIRA LISBOA FILHO

Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, do Programa de Pós-Graduação Profissional em Patrimônio Cultural e do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria - UFSM. Pró-Reitor de Extensão da UFSM. Bolsista de Produtividade em Pesquisa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq. Doutor em Ciências da Comunicação. Pesquisador-líder do Grupo de Pesquisa Estudos Culturais e Audiovisualidades. E-mail: flavi@ufsm.br

GIBSY LISIE SOARES CAPORAL

Administradora. Mestre em Administração. Professora do Instituto Federal Farroupilha. Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Pesquisadora CAPES -PRInt na Universidad de Sevilla, Espanha. Faz parte do Grupo de Pesquisa Comunicação Organizacional e Institucional. Pesquisadora no Projeto Comunicação e trabalho nas configurações midiáticas e estratégicas da comunicação organizacional, na UFSM. Integra o Grupo de Pesquisa ComPoder, Comunicação e poder y pensamiento crítico ante el cambio global, da Universidad de Sevilla (Espanha). Email: gibsy.caporal@acad.ufsm.br

JAQUELINE QUINCOZES KEGLER

Professora Associada do Departamento de Ciências da Comunicação (UFSM). Líder do Grupo de Pesquisa Comunicação e Desenvolvimento/CNPq. Tutora do Programa de Educação Tutorial da Comunicação Social (PETCom). Mestre em Comunicação (UFSM) e Doutora em Extensão Rural (UFSM). Atua em projetos interdisciplinares que tematizam comunicação pública e desenvolvimento das instituições e do território. E-mail: jaqueline.kegler@ufsm.br

JAYANE EVELLEN DE FÁTIMA CRUZ DE SOUZA

Jornalista, mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas e integrante do Grupo de Pesquisa CACTO – Comunicação, Afeto, Cultura, Trabalho e Organizações - UFPB/PB. E-mail: jayaneevellen@gmail.com

JESÚS ENRIQUE MARTÍNEZ-MARTÍN

Doutor em Ciências da Educação. Mestre em Comunicação em Ciência e Mestre em Geologia. Professor e Investigador da Universidad Internacional de la Rioja (Espanha). Colaborador da Cátedra UNESCO de “Geoparques, Desenvolvimento Regional Sustentado e Estilos de Vida Saudáveis”. E-mail: jesusenmm@gmail.com

JOSÉ MARTINHO LOURENÇO

Doutor em Geologia e Professor Auxiliar do Departamento de Geologia da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (Portugal). Atua nas áreas de Ciências da Engenharia e Tecnologias com ênfase em Engenharia do Ambiente/Engenharia Geológica, Geologia, Sistemas de Informação Geográfica, Georreferenciação, Modelação 3D e cartografia por métodos clássicos e fotogrametria. Colaborador da Cátedra UNESCO de “Geoparques, Desenvolvimento Regional Sustentado e Estilos de Vida Saudáveis”. E-mail: martinho@utad.pt

LUCIOMAR DE CARVALHO

Pós-doutorando e Professor Voluntário no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM); Doutor em Comunicação (UFSM); Mestre em Desenvolvimento, Especialista em Gestão e Processos da Comunicação e Bacharel em Designer Gráfico (UNIJUÍ). E-mail: luciomar.carvalho@ufsm.br

MARIA SALETT TAUKE SANTOS

Jornalista, professora titular da Universidade Federal Rural de Pernambuco, doutora em Ciências da Comunicação pela ECA-USP; Pesquisadora do GP- Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local da Intercom; autora dos livros, entre outros, Inclusão Digital, Inclusão Social: usos das tecnologias da informação e comunicação nas culturas populares (2009); Extensão Rural-Extensão Pesqueira: estratégias de comunicação para o desenvolvimento (2014); Comunicação para o Desenvolvimento- Redes da Memória (2016); e Travessias Acadêmicas das Tecnologias da Comunicação para o Desenvolvimento (2019). E-mail: mstauk@hotmail.com

MARIA IVETE TREVISAN FOSSÁ

Relações Públicas e Administradora. Doutora em Administração. Pós-Doutora pelo Centro de Estudos Universidade Nacional de Quilmes- Argentina. Professora Titular do Departamento de Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) dedicada a disciplinas da área de Metodologia da Pesquisa, Gestão de Projetos Sociais e Comunicação Organizacional. Coordenadora do Grupo de Pesquisa Comunicação Organizacional e Institucional, CnPq. Coordena, entre outros projetos, o Projeto Comunicação e trabalho nas configurações midiáticas e estratégicas da comunicação organizacional, na UFSM. Email: fossa@terra.com.br

MARIANA FERREIRA REIS

Doutora em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Mestra em Extensão Rural e Desenvolvimento Local pela Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE). Atualmente, é vice-coordenadora do grupo de Pesquisa Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação (Intercom) e integra o grupo de pesquisa Comunicação, Mídia e Narrativas Culturais (Comum), da Universidade Federal do Recôncavo Baiano (UFRB). Vínculo Institucional: Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia (Irdeb). E-mail: paramarianareis@gmail.com

MAURICIO REBELLATO

Doutorando em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria e Mestre pelo mesmo Programa. Especialista em Televisão e Convergência Digital pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Bacharel em Comunicação Social-Jornalismo pela Universidade de Cruz Alta. Faz parte do Grupo de Pesquisa Estudos Culturais e Audiovisualidades. E-mail: mauricio-rebellato@hotmail.com

NUNO MONTEIRO VAZ

Doutor em Geologia e Professor Auxiliar do Departamento de Geologia da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (Portugal). Desenvolve atividade científica na área da Estratigrafia, Paleontologia, Património Geológico e Desenvolvimento Sustentável. É coordenador científico do projeto “Geoparque Atlântico” (Portugal). Colaborador da Cátedra UNESCO de “Geoparques, Desenvolvimento Regional Sustentado e Estilos de Vida Saudáveis”. E-mail: nunovaz@utad.pt

TIAGO COSTA MARTINS

Doutor em Desenvolvimento Regional (UNISC). Docente dos programas de pós-graduação em Políticas Públicas (Unipampa) e em Patrimônio Cultural (UFSM). Bolsista Produtividade em Pesquisa CNPq – PQ2. Investigador no Centro de Investigação Transdisciplinar Cultura, Espaço e Memória - CITCEM, Faculdade de Letras, Universidade do Porto, Portugal. E-mail: tiagomartins@unipampa.edu.br

VICTOR CESAR RODRIGUES CARVALHO

Doutorando em Comunicação Midiática pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Mestre em Comunicação Midiática pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Atualmente, integrante do grupo de pesquisa Estudos Culturais e Audiovisualidades, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail: victor.rodrigues@acad.ufsm.br

VICTOR DA SILVA OLIVEIRA

Doutor em Geografia (UFPE). Docente da Faculdade de Geografia IETU/Unifesspa e dos Programas de Pós-Graduação em Planejamento e Desenvolvimento Regional e Urbano na Amazônia (Unifesspa) e em Geografia (UFNT). E-mail: victorsoliveira@unifesspa.edu.br



 gp_estudosculturais