

Revista de Letras

- Ciências da Comunicação



2

Série III

Nov.

de 2021

Departamento de Letras, Artes e Comunicação
Escola de Ciências Humanas e Sociais

utad UNIVERSIDADE
DE TRÁS-OS-MONTES
E ALTO DOURO

UNIVERSIDADE DE TRÁS-OS-MONTES E ALTO DOURO
ESCOLA DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
DEPARTAMENTO DE LETRAS, ARTES E COMUNICAÇÃO

Revista de Letras UTAD

- Ciências da Comunicação

Série III

N.º2

Novembro de 2021

REVISTA DE LETRAS UTAD

- Ciências da Comunicação

Direção: José Barbosa Machado

Editor: Fábio Fonseca Ribeiro

Revista de Letras UTAD / edição da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro,
Departamento de Letras Artes e Comunicação. – Série III, n.º2 (novembro de 2021)
– Vila Real, UTAD, Portugal.

Paginação e *design*: José Barbosa Machado

Imagem da capa: Serra do Marão

Site: <https://revistadeletras.utad.pt>

Artigos submetidos a *peer review*.

eISSN: 2975-8955 pISSN: 0874-7962

Índice

ARTIGOS 5

Mecanismos de formação do círculo de clausura do Estado

Esser Jorge Silva

Moisés de Lemos Martins 7-29

New Social Movements in Media: Marginal or Marginalized

Narratives? The view of young people

Daniela Esperança Monteiro da Fonseca

Fabio Fonseca Ribeiro 31-52

Uma contingência coletiva amplificada. Plataformas e comunicação digital

Pedro Rodrigues Costa 53-75

A humanização do outro na cobertura jornalística

de Antonio Pampliega nos conflitos contemporâneos do Afeganistão

Eduardo Ritter 77-93

A construção da identidade organizacional nas universidades

públicas portuguesas: à procura de uma definição

Sónia Silva

Teresa Ruão 95-115

RECENSÕES 117

B. C. Han: *A Expulsão do Outro – Sociedade, Perceção e Comunicação Hoje*

Pedro Rodrigues Costa 119-125

Laurent Binet: *A Sétima Função da Linguagem*

José Barbosa Machado 127-129

Eça de Queirós: *Correspondência de Fradique Mendes*

Esser Jorge Silva 131-133

ARTIGOS

MECANISMOS DE FORMAÇÃO DO CÍRCULO DE CLAUSURA DO ESTADO

Esse Jorge Silva (UTAD)

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade

Moisés de Lemos Martins (UM)

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade

ABSTRACT

Through two participant observations, collected during fieldwork in a study on political activity lived as a profession, this article explores the State – society dichotomy, supported by the legitimate and illegitimate, the possible and impossible, the acceptable and not acceptable, as manifest mechanisms of the functional abilities of the closure of the State, expressed in the principle of pure respect for the symbolic order, extensively corroborated by officials in separation practices with recourse to *extra-legal* grounds.

Both circumstances present a scenario that gives existence to a notion of the state disconnected from its original condition, i.e. society. A paradox emerges with respect to the meaning of who produces whom, and thus the state emerges as *naturating* nature, thus undoing its *naturated* nature.

In this hierarchy, an inversion emerges which removes power from the societal base. Installed as an entity of power eternally delegated to itself, it demonstrates how the state is transformed into a novel aggregation whose legitimacy overflows and is hyperbolized in relation to the society that gives rise to it.

Keywords: State; Civil society; Political; Closure; *Obsequium*.

RESUMO

Através de duas observações participantes, colhidas em trabalho de campo num estudo sobre a atividade política vivida como profissão, explora-se neste artigo a dicotomia Estado – sociedade, secundado na vertente do legítimo e do ilegítimo, do possível e do impossível, do aceitável e do não aceitável, enquanto mecanismos manifestos das habilidades funcionais do fechamento do Estado, expressos no princípio do puro respeito pela ordem simbólica, corroborados extensivamente pelos funcionários em práticas de separação com recurso a fundamentos *extra-lei*.

Em ambas as circunstâncias apresenta-se um cenário que dá existência a uma noção do Estado desligada da sua condição original, ou seja, a sociedade. Surge um paradoxo em relação ao sentido sobre quem produz quem, emergindo, desse modo, o Estado como natureza *naturante* desfazendo-se assim a sua *natureza naturada*.

Sobressai, nesta hierarquia, uma inversão que retira o poder da base societária. Instalado como entidade de poder a si eternamente delegado, demonstra-se a forma como o Estado se transforma numa novel agregação cuja legitimidade se extravasa e hiperboliza-se em relação à sociedade que lhe dá origem.

Palavras-chave: Estado. Sociedade Civil; Político; Fechamento; *Obsequium*.

Recebido em 26 de janeiro de 2021.

Aceite em 16 de março de 2021.

Introdução

O Estado apresenta sentido dúplice: na visão exterior dos seus constituintes é *uno*, fixando a sua indivisibilidade como *parti pris* indiscutível. Na visão interior dos mesmos constituintes é entendido como uma parte de um todo, representando um poder de cúpula, separado da sociedade civil. O Estado estabelece-se assim numa contradição: nos excursos sobre si, ele existe antes de tudo e todos os que o formam. Isto é: sendo produto consequente da sociedade que o configura, o Estado é, todavia, transformado, sob mágica, em condutor dessa mesma sociedade que, sob a mesma mágica, a ele fica submetido (Bourdieu 2014; Jones 2009; Kurtz *et al.* 1988).

Esta visão, aparentemente contrastante, resulta da circunstância das relações entre o Estado e o «conjunto da sociedade» decorrerem sob um paradoxo. Isto porque o Estado é, por um lado, “um produto da sociedade num estágio determinado do seu desenvolvimento” mas, por outro, ocupa também o lugar de testemunho no qual esta mesma sociedade está “envolvida numa insolúvel contradição” na medida em que se encontra dividida “em oposições irreconciliáveis” que se vê impotente para resolver (Poulantzas 1971: 45).

Não obstante, o Estado apresenta-se, a todo o tempo, dominado pela perspectiva absoluta e eterna da sua existência. Afirma Hegel que o Estado “é o racional em si e para si” (Hegel 1990: 225) e como tal “um fim próprio absoluto, imóvel [no qual] a liberdade obtém o seu valor supremo” (idem) possuindo, como consequência, “um direito soberano perante os indivíduos” (idem) que, por serem seus membros “têm o seu mais elevado dever” (idem). Deste modo, o Estado serve-se da abstração singular de cada constituinte para se afirmar soberano na sujeição submetida da totalidade dos seus construtores (Rose & Miller 2010). É uma entidade com poder saído da sociedade fragmentada e que, na metamorfose desse poder em unidade, se transforma, além de “estranho” e impessoal, num “poder acima dessa sociedade” que lhe deu origem. Nesta articulação, o Estado adquire a “função de «ordem», de ordem política [...] enquanto fator de coesão e unidade” assim impedindo, enquanto unidade formada, “a explosão do conflito político de classe” (Poulantzas 1971: 45).

Enquanto unidade formada, o Estado relaciona-se com o todo societal arquitetado sob um conjunto de estruturas que, na divisão da sociedade em classes, consente a dominação política de classe (Mosca 1923). Ainda que à partida o agente político o desconheça, a sua entrada no círculo de funcio-

namento do Estado, obriga-o a proceder de acordo com as idiossincrasias solidificadas pelas práticas costumeiras. Neste processo subsiste a constatação de Engels segundo o qual “a função social está sempre na base da dominação política” e esta última persiste imutável “enquanto preenche esta função social que lhe foi confiada” (Poulantzas 1971: 52).

A partir de dois quadros de experiência de investigação colhidos em observação participante explora-se, neste estudo de caso de natureza intensiva (Yin, 2011), os mecanismos de metamorfose do Estado. A análise tem por base a vertente do legítimo e do ilegítimo, do possível e do impossível, do aceitável e do não aceitável, demonstrando as habilidades funcionais do *fechamento* do Estado (Freund 2003), comprovadas no princípio do “respeito puro pela ordem simbólica” por aqueles agentes que, fazendo o Estado, se fazem a si como “detentores de um poder do Estado” (Bourdieu 2014: 72). Em ambas as circunstâncias apresenta-se um cenário que dá existência a uma noção do Estado separado da sua condição supra societal original (Botelho 2014).

A investigação demonstra como o Estado age enquanto natureza *naturante* (Espinosa 2019) constituindo-se na autoridade soberana exercida “sobre o conjunto de um povo e de um território determinado”, tese que contraria a noção do Estado como o “conjunto de pessoas organizadas que mandam no Estado” (Bourdieu 2014: 66). Afigura-se, em sequência, um paradoxo em relação ao sentido original sobre quem produz quem (Alexander 1997; Chambers & Kopstein 2008); (Alexander 1997; Chambers & Kopstein 2008), arquitetando-se, dessa forma, o Estado como natureza *naturada* (Bourdieu 2014; Espinosa 2019). Sobressai, nesta contradição, uma inversão que retira o poder da base societária na qual o Estado emerge como uma novel entidade cuja legitimidade extravasa-se ao ponto de se impor à sociedade que lhe dá origem, como se de uma entidade exterior se tratasse.

1. Incorporação do Estado no agente

O Estado fixa, em letras gravadas, todos os seus atos desde as suas formas de existir até aos seus métodos de funcionamento, limitando através de regras as linhas entre o consentido e o negado, o aceite e o proibido. Funda-se nos alicerces da impessoalidade burocrática recortada em claras, precisas e invioláveis determinações onde nunca há a possibilidade de errar. Do alto do seu caráter imperativo, o poder infinitésimo do Estado naturaliza-se ao ponto de jamais se justificar perante o indivíduo (Foucault 1994).

A forma inumana do dispositivo burocrático que dá vida ao Estado é

convertível e transmutável para os corpos dos seus componentes sociais. A interiorização do Estado pelo corpo tem como objetivo a exteriorização do Estado pela pose. Nessa senda é exigido a todo o representante da nação, logo todo o político, que tenha ‘pose de Estado’.

Ter ‘pose de Estado’ não é mais do que uma tecnologia política do corpo constituído pela inserção dos dispositivos ético, eugénico e alético que articulam e expressam engenharias de obediência e da disciplina do corpo (Martins 1990). Trata-se de uma figuração de compenetração (Elias 2001) em que um indivíduo apresenta o corpo erigido sob rigidez, fechando o rosto numa expressão aparentemente neutra que expõe, em traços marcados pela serenidade do olhar, consciência de submissão interior e visão exterior de poder (Foucault 1975). A ‘pose de Estado’ representa um momento superior de existência do indivíduo na política e é valorizada pela escassez: só a uns poucos é dada a possibilidade de serem possuídos pelas coordenadas de representação do Estado (Silva & Martins 2017a). Seja para onde for que o Estado vá, o corpo que o transporta abandona o indivíduo que há em si, para dar lugar à vertente indivisível da coisa pública (Brown & Gershon 2017).

Na pose adotada para transportar o Estado – que deve haver em si – o político tem na postura do soldado a figuração que compõe as linhas comunicativas manifestas nos seus gestos corporais. Executa-o de acordo com as formas com que o Estado corporizou a sua presença junto dos cidadãos (Feola 2018; Orum 1978). Ao mesmo tempo que segue o princípio de que “em qualquer sociedade, o corpo está preso no interior de poderes muito apertados que lhe impõem limitações, proibições ou obrigações” (Foucault 1975: 137), o político propõe-se, na sua composição, usar o seu corpo segundo as figurações estabelecidas pelos vincos e dobras exigidos àqueles a quem o Estado se introduz no corpo.

Tal como a figura do soldado, o político é operado segundo preceitos de adestração com vista à “submissão e utilização” (Foucault 1975: 138) sem carecer de comando a todo o momento, obedecendo à finalidade de se tornar num “corpo dócil” sempre disponível para “ser transformado e aperfeiçoado” com vista a integrar um sistema de ordens e regras rigorosas e permanentemente cumpridas. O seu corpo é programado até dele se obter uma “coerção sem folga” (Foucault 1975: 139) ao nível dos modos de ser, de parecer e de executar, segundo um processo de desapropriação e entrega de si aos preceitos de um organismo diretor até ao ponto de resposta inquestionável. Este “poder infinitesimal sobre o corpo ativo” (Foucault 1975: 139) disciplina a pessoa até o tornar numa máquina ao serviço do Estado.

Estas práticas organizam-se e estruturam-se “pelo modo como o saber é implementado numa sociedade”, nomeadamente como “é valorizado, distribuído, repartido e de algum modo atribuído” (Foucault 1996: 17), formando uma tecnologia de normalização que funciona “como formas de poder e saber” (Martins 1990: 87). A mágica da interiorização do Estado até à sua exteriorização pelo corpo revela a sua natureza de entidade de poder capaz de produzir normas pelo *implícito – portanto, veladas* –, sendo estas cumpridas pelo seu corpo expedicionário até ao rigor do *explícito – portanto categoricamente*.

2. Caso 1: Imperativo particular superior à lei geral

O primeiro caso observado resulta do recurso a uma estratégia de acesso a um agente político cuja entrevista se revela imperiosa numa investigação. Dada a impossibilidade de a ele chegar por vias de comunicação normais – e assim conseguir entrevistá-lo – o investigador impõe-se o trabalho de assistir a uma reunião de Câmara presidida pelo aludido político.

Na Câmara Municipal do Porto, após a entrada, forma-se uma antecâmara onde se juntam as pessoas que querem aceder ao edifício estatal. Estão quatro pessoas aguardando de pé. Ao fundo, ao lado de um dispositivo de deteção de metais, um agente da Polícia de Segurança Pública (PSP) aguarda. Enquanto espera para ser atendido, o funcionário confere os dados de um munícipe ali entrado. Pede-lhe um cartão, “qualquer cartão, exceto o bilhete de identidade” e, como se fosse uma troca, entrega-lhe um outro cartão plastificado recomendado a necessidade de o apor ao peito e entregar à saída. O poder do Estado quer saber quem se intrometeu no seu interior. Apor uma marca no peito do cidadão não só o mantém sob vigilância e controlo dos que habitam o espaço como, inclusive e, talvez mais importante, introduz no cidadão um dispositivo que lhe recorda a todo o tempo a sua condição de estranho naquele espaço. Passado o detetor de metais o munícipe dirige-se para a entrada acedendo ao interior do espaço municipal onde um novo funcionário o encaminha para a sala de reuniões.

Agora é a vez de o investigador ser atendido:

- *Posso ajudá-lo?*
- *Sim, obrigado. Pretendo assistir à reunião de Câmara. Como devo fazer?*
- *Inscreveu-se?*

– Não.

– Ah mas para assistir à reunião tinha que se inscrever...

– Têm a certeza?

– Claro!

– Não sabia. Então queria inscrever-me para assistir à reunião de hoje...

– Para esta já não pode... As inscrições já estão fechadas... Têm de ser feitas com uma semana de antecedência.

– ... Como se processa a inscrição?

– Os munícipes têm de se inscrever antes...

– ... mas eu não sou munícipe. Portanto não se aplica a mim...

– Não é munícipe? Então para que quer assistir à reunião?

– Porque sou cidadão...

– Ah mas tinha que se inscrever...

– Disse que tal era para munícipes e eu não vivo no concelho do Porto. Portanto não poderia inscrever-me nessa condição. Sou investigador académico de uma universidade a realizar doutoramento. É nessa condição que quero assistir à reunião de Câmara...

– Ah não sei... Não sei se é possível... Deixe-me falar lá para cima a ver o que se pode fazer...

(Surge uma nova funcionária com uma prancha de documentos na mão. Olha para uma folha aposta na base dura assente no seu braço esquerdo e confere com as anotações da funcionária na *ilha do atendimento* ao público. Não há dúvidas, é ela quem controla os nomes dos munícipes que vão falar na reunião. Quer saber quantas pessoas do público estão inscritas. Posta perante a circunstância do investigador, fita-o com tanta serenidade como severidade de quem sabe, e diz-lhe em tom apiedado...)

–...Não sei se vai ser possível... Devia ter-se inscrito. Sabe que só temos 28 cadeiras para o público... Devia ter-se inscrito antes. Vou ver o que se pode fazer mas não sei... Vou perguntar ao senhor presidente se é possível...

(Segue-se um espaço de aproximadamente uns dez minutos de espera até que o telefone toca)

– Pode entrar. Tem de deixar um cartão de identificação na receção mas não pode ser o Cartão de Cidadão... E tem de colocar este cartão no peito.

Figura 1 – Diálogo entre o investigador e os funcionários para acesso à reunião de Câmara.

O investigador entrega a carta de condução e, em troca, recebe um cartão com a indicação “Sessões Públicas”¹. Passa pelo detetor de metais e um funcionário, cujo papel é acompanhar pessoas à sala de reuniões, oferece-se para indicar a localização do elevador.

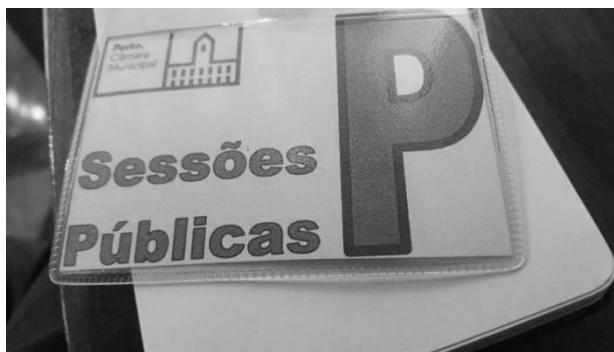


Figura 2 – Foto do cartão obrigatório para o público assistente às reuniões camarárias.

À entrada da sala de reuniões a funcionária controladora, vestindo um ar de proficiente executora, verificava com o olhar diligente os munícipes inscritos para usarem da palavra. Na área destinada ao público há efetivamente 28 cadeiras. Oito estão ocupadas com munícipes que, inclusive, usarão da palavra no final da ordem de trabalhos. Vinte estão vazias. De forma a ter um maior ângulo de visão, o investigador ocupa uma das cadeiras colocando-se no ponto mais afastado do local onde estão os membros do executivo assim ganhando um amplo ângulo de visão da sala de reuniões.

Segue-se a reunião na qual se descortina uma divisão entre o tempo político e o tempo institucional. No ‘período antes da ordem do dia’ realiza-se o tempo político. Trata-se do espaço usado pelos vereadores para a introdução de assuntos constituídos ou apresentados como novidade. É nesse espaço que o político demonstra a sua singularidade e marca as linhas das suas preocupações com as coisas da cidade.

O tempo institucional orienta-se por uma agenda cujos pontos vão sendo votados individualmente. Este é um espaço fundado no pragmatismo gestor da instituição: ou vota-se a favor, ou vota-se contra, ou se abstém. Neste espaço temporal realiza-se o programa dos vencedores eleitorais. Por vezes, quando julga necessário, o presidente de Câmara avança com explicações sobre a proposta. Na maior parte das vezes tal não é necessário.

¹ O número um da Lei 75/2012 de 12 de setembro, afirma que “as sessões dos órgãos deliberativos das autarquias locais são públicas” e o ponto número dois estabelece a realização de “pelo menos uma mensal”.

Avança o período do público. Este constitui um espaço em que o munícipe apresenta o seu problema particular à Câmara e em que o presidente ou o vereador adstrito à área do problema avança para apresentar uma solução. A relação do poder político local em reunião com o problema popular é de grande cumplicidade. Se por seu lado o munícipe se mostra doseado na forma de exprimir, na medida em que nem afronta nem mostra receio, este é o momento em que o poder político adota a pose descontraída de relação com a sociedade civil. Despe-se, por momentos, o ar circunspecto da tradicional pose de Estado, assim demonstrando, como que desmentindo algo, quanto é presente a sua disponibilidade ao cidadão.

O investigador procurou entabular uma apresentação assente na cordialidade com a assistente, entre outras tarefas, controladora das cadeiras do público. Pretendia falar com o presidente da Câmara. A nega foi rápida e imperativa: ‘impossível agora!’. A reunião já terminara. Podia, se quisesse, fazê-lo na próxima reunião, afirmou ríspida. Ali mesmo à frente o sorridente presidente da Câmara, cordial com todos, continuava impossibilitado.

Mas eis que, enquanto se forjava uma nova estratégia para o assalto às palavras do detentor poder – na forma de uma simples entrevista – o pesquisador se apercebe da possibilidade de se entrecruzar, naqueles passos perdidos, com o seu objeto de pesquisa. Ato contínuo, é isso mesmo que acontece. Rui Moreira está à frente do investigador. Não há tempo a perder nem receios a ultrapassar:

– Bom dia sr. Presidente! Mandei-lhe um e-mail em janeiro a pedir uma entrevista mas não me respondeu e eu preciso muito de o entrevistar para uma investigação académica ...

– Mandou-me um e-mail?

– Sim. Pedi também ajuda ao nosso comum amigo ‘Alfa’ e ele já lhe fez chegar a insistência minha...

– O ‘Alfa’? Mas ele não me disse nada...

– Falou com alguém do seu staff...

– Quando quer fazer a entrevista? Quer hoje?

– Pode ser dentro das possibilidades da sua agenda; tenho o tempo todo disponível...

– Então combine um dia com a minha chefe de gabinete que eu dou-lhe a entrevista...

Figura 3 – Diálogo entre o presidente da Câmara Municipal do Porto e o investigador.

Nesse mesmo dia, durante a tarde, a entrevista seria marcada para daí a seis dias, uma segunda-feira. Com a marcação vinha também a recomendação, muito clara, da chefe de gabinete, que o entrevistador teria vinte minutos para a realização da conversa.

No dia combinado, cinco minutos antes da hora marcada, o investigador apresentou-se, anunciando na recepção ter um encontro marcado com o edil. Menos de dois minutos depois recebia autorização para avançar por uma porta ao lado da ilha da recepção e apanhar o elevador para o terceiro andar onde, à esquerda e ao fundo de um corredor, uma ampla porta envidraçada anunciava ser a “Presidência”. Não escapa à observação que, nesse dia, o investigador não é submetido à detecção de metais. Também não há nenhum polícia (PSP) na área.

2. Dispositivos protetores do fechamento

No esquema possível da sequência hierárquica do poder, a autoridade ocupa um lugar primordial – na medida em que faz parte da conquista – enquanto a responsabilidade só se revela por solicitação exterior, seja pela atenção dada por detém o poder, seja pela manifestação de quem dele necessita (Weber 2005). O assumir do compromisso, fórmula geralmente usada pela política e pelos políticos, consiste mais no agarrar do poder e menos na submissão do indivíduo a um dever formado na obrigação (Flarhian 1980).

A transformação da autoridade em responsabilidade é talvez o primeiro dispositivo de autoproteção do político (Weber 2004b). A apresentação como *autoridade*, regra geral, é latente e subsumida na compreensão *ab anteriori* dessa qualidade introduzida na pessoa. Não há necessidade de uma autoridade proclamar-se como alguém na posse dessa qualidade. A autoridade revela-se na violência simbólica dos atos e no direito de a executar (Bourdieu 1989; Thompson 1995). A posse de autoridade não distingue as características de quem produz a ação autoritária. Esta tanto pode revelar-se na execução do dom virtuoso como nas práticas de um fora da lei.

Ser responsável introduz o princípio do agir consciente e a posse pessoal da capacidade de destrinça refletida. O indivíduo responsável incorpora em si a sensatez da decisão e concentra na sua figura as consequências das decisões. Em simultâneo, com o discorrer do tempo e a repetição da investidura, a expressão introduz-se no indivíduo como uma antonomásia. Ser *responsável* como rotulagem configura um fim em qualquer político.

Neste âmbito de atribuição, ser responsável por algo é ser o guarda

dessa coisa. É estar incumbido e, desse modo, outorgado. Ser responsável por algo do Estado é ser dado ao Estado. Enquanto zelador principal dessa coisa, todos os indivíduos em funções subordinadas passam a agir em defesa daquele a quem está atribuído o cargo probo. O princípio subsistente é o de que sendo ele o patrono legítimo de tudo, nada mais resta do que protegê-lo dos intrusos, alguns provavelmente malévolos, talvez porque também desejosos de se tornarem guardiões e, dessa forma, almejem o mesmo quadro de responsabilidade (Page & Jenkins 2005).

O segundo dispositivo de resguarda do político consiste no industriar dos funcionários em agentes fadados na incumbência orientada para a proteção dos “responsáveis”. A barreira que se forma em volta dos que detêm o poder político resulta, na maior parte das vezes, da autoridade colocada em prática por esse mesmo poder, transcorrendo, todavia, uma construída naturalização das dificuldades de acesso à sua volta, como se estas decorressem da aplicação de princípios tecno-legais mas que, na realidade se fundam em bases mais solidificadas urdidas nos sentidos construídos nas condições de formação do poder delegado (Furlong 1998).

Poder é a condição de existência do político (Brito 2016; Vasquez 1998). É uma configuração que se encrosta com facilidade. A consciência dessa posse e a possibilidade do seu uso origina, praticamente de forma acrítica e sem objeções da *entourage* próxima, a percepção que acompanha o fim de fronteira demarcada. A posse de poder promove mais *enormecimento* e menos o *enobrecimento* do seu detentor (Galbraith 2007; Lukes 2005; Parsons 1963).

Em certos casos, a ascensão ao poder promove o nascimento de sentimentos de superioridade não só em relação ao corpo de eleitores mas, num plano de maior proximidade, ao corpo de funcionários. Uma vez colocados perante um sistema talhado pela noção de dominação, os funcionários tendem a agir mais de acordo com o elemento político com quem partilham o espaço no seu dia e dia. Neste processo olvidam o seu dever de proceder segundo regras independentes prescritas em forma de lei obedecendo para além do exigido (Bourdieu 1989). A força das relações transcorridas num desenrolar quotidiano, produzido por uma autoridade, tende, regra geral, para a obediência a essa autoridade e conseqüente abandono da noção racional pelos executantes da responsabilidade exclusivamente a si atribuídas (Flarhnan 1980; Milgram 2009).

Apesar de protegido pela lei, nomeadamente no recorte dos limites da sua atividade, os funcionários públicos diretamente adstritos às instituições

comandadas por representantes políticos eleitos, nomeadamente autarquias, tendem a esquecer a sua obrigação pública e as suas prescrições funcionais, colocando-se no lugar de um dócil e submisso empregado ao serviço do patrão. A esperada dominação legal, baseada no cumprimento de leis e regras, concebida para a defesa dos funcionários no quadro das relações entre o político e o servidor público regulado pela burocracia, dá lugar a uma dominação de cariz tradicional que coloca o político no lugar de um patriarca dotado de um virtuosismo santificado. Enquanto parte mais fraca nas relações de quotidiano com o poder eleito, não resta ao funcionário remeter-se à condição de obediente respeitoso das circunstâncias (Weber 2004a).

3. Caso 2: a natureza paradoxal do direito no impresso administrativo

O programa do investigador era contactar com as assinaturas apostas nas declarações dos proponentes às eleições presidenciais. Interessava, nomeadamente, conhecer a proveniência geográfica desses proponentes e, dessa forma, esquematizar o desenho da rede dos cidadãos ativistas. Pretendia-se perscrutar duas ordens de sentido: por um lado compreender as estratégias usadas pelos candidatos no planeamento e execução da recolha dessas assinaturas e, por outro, perceber a existência, ou não, de movimentos de cidadãos, individuais ou coletivos, agindo ativamente na procura dessas listas para aí integrar a sua propositura.

A ideia de investigar a ‘declaração dos proponentes de apresentação de candidatura’ havia surgido após conhecimento do investigador, por via de um informante privilegiado, que um dos candidatos às eleições presidenciais de 2016, deparando-se com dificuldades na obtenção de assinaturas – nomeadamente querendo entregar o seu dossiê de candidatura com o máximo legal das quinze mil assinaturas exigidas – socorreu-se de um pequeno concelho, no norte de Portugal, com cerca de vinte mil eleitores, para completar a totalidade de proposituras exigidas por lei. Respondendo célere à solicitação, o aludido concelho completou, em tempo recorde, a totalidade das 15 mil assinaturas entradas no Tribunal Constitucional.

As hipóteses apontavam para o princípio concentracionário e revelavam uma cultura de recolha com base em redes de malha apertada com recurso a bases circunscritas entre familiares e conhecidos. A posse desta prova ajudaria na confirmação da tendência das proposituras dos candidatos a presidente da República assentarem numa base social muito restrita que, em

algumas circunstâncias, revelam o tráfico de interesses nos quais se misturam interesses pessoais com interesses públicos.

Para contactar com o *dossier* destas assinaturas com vista à produção de estatísticas recorreu-se ao Tribunal Constitucional, nomeadamente ao seu Presidente, pedindo-se, por escrito, acesso aos arquivos onde se guardam esses documentos. O texto da mensagem enviada explicava qual o objetivo do investigador, reforçando a ideia de se pretender, apenas, acesso à relação geográfica das assinaturas com vista à produção estatística.

A primeira mensagem não teve qualquer retorno. A insistência só resultou após contacto telefónico pedindo resposta à mensagem enviada e reenviada por correio eletrónico¹. Compreendido o problema entre emissor e recetor a insistência acabou por resultar, não numa resposta pelo mesmo meio escrito mas por um telefonema explicando a impossibilidade legal em permitir o contacto com os dados solicitados e a impossibilidade técnica em alocar um funcionário judicial ao trabalho de extração das estatísticas pretendidas. Essa dupla impossibilidade decorria, por um lado, da lei de proteção de dados pessoais² a que estavam sujeitas as fichas de assinaturas ali entregues e, por outro, assentavam na falta de recursos financeiros para contratar o aludido funcionário capaz de elaborar esse trabalho.

A alusão ao direito do trabalho e da investigação envolvida e a insistência numa resposta por escrito, acabou por resultar numa proposta verbal do Tribunal Constitucional assente nas seguintes condições: o investigador pediria acesso a esses documentos à Comissão de Proteção de Dados e, desde que esta comissão autorizasse, o Tribunal Constitucional não se oporia, ficando o pesquisador com autorização tácita de contactar as aludidas assinaturas proponentes.

Contactada a Comissão Nacional de Proteção de Dados (CNPd), à qual se solicitou um parecer sobre o acesso às aludidas “fichas de assinaturas” com o “único objetivo de obter os dados estatísticos da proveniência conceitual das assinaturas e, jamais, qualquer outro”, veio esta entidade a prosseguir a via da impossibilidade técnica de acesso aos dados com base no argumento de que tal contacto só poderia ocorrer mediante “consentimento expresso

¹ Não escapou nesta conversa a apreensão de dois sentidos revertidos para a estranheza. Desde logo o insistente questionário sobre quem se dirigia à instituição. Em segundo lugar a persistência recorrente no pedido de explicações sobre o pretendido. Em ambos os casos uma indisfarçada modulação vocal denunciava a excentricidade do momento. Entre o timbre forçadamente tolerante e a modéstia constrita afirmava-se o desábito da instituição em ser contactada por comuns cidadãos.

² Cfr. Lei n.º 67/98 de 26 de outubro da República Portuguesa, em vigor na data da observação.

do seu titular” ou, em alternativa, “desde que expurgado de quaisquer dados pessoais”.¹

Para aceder à condição de candidato a Presidente da República Portuguesa, o cidadão autoproposto tem de recolher um mínimo de 7,5 mil e um máximo de 15 mil assinaturas. Com a admissão de dez candidaturas², o número de assinaturas ascendia a um número situado entre as 75 mil e as 150 mil. Mesmo considerando o mínimo, a busca de consentimento expreso dos titulares remete para os territórios, se não do impossível, pelo menos do impensável e irrealizável. É uma “estratégia fatal” levada além do funcional, formada segundo um exagero tão grande, que não é mais do que a gestação de uma impossibilidade pelo exagero hipertélico (Baudrillard 1986).

Conhecer quais as condições técnico-legais e o modo de agir concebido pelo Estado para a recolha das assinaturas consigna um caminho a explorar. Além dos dados biográficos do candidato – a que se junta o local de residência –, o documento administrativo concebido como modelo³ para a recolha dos dados e assinaturas dos proponentes estabelece a obrigação da inclusão de dados de Passaporte, Bilhete de Identidade ou Cartão de Cidadão destes últimos para que tal tenha plena consideração legal. A conceção gráfica do formulário impõe a recolha realizada em sequência sob a forma de listagem. Assim, enquanto o proprietário da primeira assinatura fica em circunstância desconhecedora dos dados seguintes aos seus, a última pessoa a assinar tem a possibilidade de contactar com toda a listagem de dados dos seus predecessores. Acresce ainda a circunstância dos documentos necessitarem de colheita das assinaturas assente num processo organizacional – formal ou informal

¹ Resposta completa da CNPD: “Os tratamentos de dados pessoais, nos termos da Lei n.º 67/98, de 26 de outubro, alterada pela Lei n.º 103/2015, de 24 de agosto – Lei da Proteção de Dados Pessoais (LPDP), estão sujeitos a uma condição de legitimidade. Ou seja, tratando-se os dados que pretende recolher, de dados sensíveis por se incluírem na esfera da vida privada e na medida em que são suscetíveis de revelar convicções políticas, o seu tratamento só pode basear-se em disposição legal habilitante ou em autorização da CNPD assente no consentimento expreso do seu titular ou quando por motivos de interesse público importante esse tratamento for indispensável ao exercício das atribuições legais ou estatutárias do seu responsável (cf. artigo 7.º, n.º 1 e n.º 2). Assim, e porque o tratamento que descreve não preenche nenhum dos citados requisitos, uma eventual pronúncia desta Comissão, ainda que tivesse procedido à notificação, seria sempre no sentido de considerar que o acesso aos dados pretendidos apenas poderia realizar-se desde que expurgado de quaisquer dados pessoais.”

² Marcelo Rebelo de Sousa, Sampaio da Nóvoa, Maria de Belém Roseira, Cândido Ferreira, Edgar Silva, Henrique Neto, Jorge Sequeira, Marisa Matias, Paulo Morais e Vitorino Silva.

³ Modelo da Comissão Nacional de Eleições (CNE).

que seja – com recurso, em qualquer das circunstâncias, ao manuseamento diverso e incontrolável em que o documento circula, vadio, por uma infinidade de mãos. Em consequência o modelo do documento para uso público expressa duas realidades antagónicas e paradoxais.

- Enquanto circuitar entre mãos civis, ou partidárias, o aludido impresso contém as marcas de acreditação introduzidas pelo Estado para a sua livre, despreocupada e autorizada circulação. O desenho do impresso segue liberto e soberano. Neste estado, os dados pessoais ali apostos não se afiguram em risco de uso indevido, nem carentes de qualquer proteção ou acobertamento com vista à sua proteção. Mais do que autorizado, todo o olhar é convidado a pousar no documento, dessa forma funcionando também como vigia da retidão e impeditivo de atos de improbidade. Em simultâneo, a descobertura dos dados pessoais dos cidadãos proponentes, produz um transporte passivo de sentido, uma espécie de pressão osmótica cujo efeito indutor força o aparecimento sucessivo de assinaturas.

40 ANOS CHE **COMISSÃO NACIONAL DE ELEIÇÕES**

6.1 Modelo exemplificativo
DECLARAÇÃO DOS PROPONENTES
 de apresentação da candidatura de _____
 à Eleição do Presidente da República 2016

Os abaixo assinados declaram, por sua honra, propor como candidato à eleição para o Presidente da República _____ (nome completo), _____ (idade), CC/Bi n.º _____, do arquivo de identificação de _____, de _____ (ano de validade do CC ou data de emissão do BI), filho de _____ e de _____ (profissão), natural de _____ com residência em _____ (morada completa).

Proponentes:

(Nome completo) _____
 (CC/Bi/Passaporte n.º) _____ (ano de validade do CC ou data de emissão do BI/Passaporte), _____ (entidade emissora)
 (Nº de Eleitor) _____ (frequência e conceito do reconhecimento) _____ / _____
 Data: / / (Assinatura igual à do CC/Bi) _____

(Nome completo) _____
 (CC/Bi/Passaporte n.º) _____ (ano de validade do CC ou data de emissão do BI/Passaporte), _____ (entidade emissora)
 (Nº de Eleitor) _____ (frequência e conceito do reconhecimento) _____ / _____
 Data: / / (Assinatura igual à do CC/Bi) _____

(E assim sucessivamente, em cada folha)

Pág. 8 de 9

Figura 4 – Modelo de recolha de assinaturas proponentes para candidato a Presidente da República.

■ Após dar entrada no Tribunal Constitucional, apesar de a sua figuração não sofrer qualquer alteração, a sua natureza, quanto ao contacto entre pessoas, altera-se sem que tenha havido qualquer ato sobre si. A condição civil e pública, outrora atribuída ao modelo de recolha de assinaturas, transmuta-se para uma natureza privada e restrita, tornando-se impossível o seu acesso público. O toque mágico de receção pelo Estado introduz no modelo não só a condição de clausura como também lhe altera, radicalmente, o direito que o mesmo Estado lhe havia atribuído originalmente. Realiza-se aqui o *fetich*e da transformação prodigiosa no qual a acreditação pelo Estado é substituída pela autoridade do Estado.

A análise do uso do documento-modelo revela a perspectiva ambivalente inserida na sua génese. A natureza pública e de apelo certificador requerido através dos cidadãos para atestar as qualidades do agente político – putativo candidato à Presidência da República – implicada na sua origem, dá lugar, num segundo momento, não só ao seu enclausuramento mas, essencialmente, à impossibilidade de acesso futuro do cidadão à sua assinatura ali registada. Dito de outra forma: a natureza vagabunda, originalmente atribuída ao documento, é civilizada pela clausura do Estado a partir da valorização imposta pela natureza burocrática.

4. O poder da instituição gloriosa

A dificuldade de construção do Estado como objeto de estudo sociológico canaliza o raciocínio para representações simplificadas do campo, dominadas por ideias ajustadas entre o “interesse no desinteresse” e as práticas assentes em “valores do desapego”. Como ponto de partida, e de forma imprecisa, afirma-se que o Estado é um “setor do campo do poder, que se pode chamar de ‘campo administrativo’ ou ‘campo da função pública’” (Bourdieu 2014: 29). Cogita-se e conserva-se segundo a severidade do paradigma draconiano – é assim porque é assim! – persistindo, a todo o momento, como detentor do “monopólio da violência legítima” (Weber 2004b). Um tanto para além da fórmula weberiana, Bourdieu (2014) entrevê mais do que a força física nesse privilégio que o Estado se autoatribui, acrescentando tratar-se do “monopólio da violência física e simbólica” (Bourdieu 2014: 30). A introdução do ‘simbólico’ revela o “princípio oculto” só perceptível nas manifestações públicas sinalizadas nos fundamentos da “integração lógica e da integração moral do mundo social” (Idem 31) resultante das representações coletivas como noções-tipo das quais os indivíduos participam (Durkheim

2000). Daí decorre que o Estado está, à partida, assente no pressuposto consensual sobre a presença de conflitos, deixando lavrar a sua existência prática debaixo do princípio inscrito num recurso estabilizado na inevitabilidade subentendidamente observada de “haver uma espécie de acordo sobre os terrenos de desacordo e sobre os modos de expressão de desacordo” (Bourdieu 2014: 31). A ideia de controlo estatal assim plasmada introduz também o princípio termodinâmico de escape, sem a qual se daria a formação de um sistema fechado, submetido às leis da entropia e, desse modo, em permanente e iminente estado de irrupção (Von Bertalanffy 1972).

Isto é, para manutenção do consenso, o Estado constitui-se num campo fechado sobre si. Em simultâneo, impõe-se a receção de energias contrárias ao consenso pré-estabelecido. Mantém, todavia, as rédeas do controlo social. Um exemplo situa-se na condição subuniversal que lhe assiste (Jessop 2016). A sua disposição enquanto “campo da alta função pública” assenta numa rigidez ou severidade ortodoxa baseada num “conjunto de regras do jogo amplamente impostas, a partir das quais se estabelece, no interior do mundo social, uma comunicação que pode ser uma comunicação *no e pelo* conflito”. O Estado é, nesta perspetiva, a entidade criadora dos princípios fundamentais de adesão à ordem social com vista ao consenso e, em simultâneo, compõe-se baseado na autorização de “trocas que levam a um dissenso” (Bourdieu 2014: 31).

Observar e pensar o Estado como um fim em si esconde mais do que dá a ver. A forma de escape a essa teleologia inscrita nas “estruturas mentais” consiste em dedicar atenção aos atos do Estado, isto é, “aos atos políticos com pretensões a ter efeitos no mundo social” (Idem: 39). São atos tornados legítimos e eficazes porque inquestionados, fundados na crença da “existência do princípio que os fundamenta” (Idem) e, logo, desligados da necessidade de serem postos em questão. Ainda assim, tudo demonstra que sair da teleologia, quando se trata do Estado é assaz difícil porque, mesmo os aludidos atos de Estado, têm em comum serem produzidos por “agentes dotados de uma autoridade simbólica, e seguidas de efeitos” que remetem para uma “comunidade ilusória, de consenso último” no qual as pessoas, através do consentimento latente participam “consciente ou inconscientemente”, sendo essa comunidade de pertença o que geralmente se designa por “nação ou Estado” (Idem: 41).

A dicionarização trata o Estado como uma entidade dissémica, atribuindo-lhe dois sentidos justapostos. A fórmula de Bourdieu propõe-se distingui-los entre o «Estado 1» interpretado como o “aparelho burocrático de

gestão de interesse coletivos” e o «Estado 2», instituição dedicada ao sentido “em que a autoridade desse aparelho se exerce” (Idem: 64). Entre os conceitualizados «Estado 1» e «Estado 2» produz-se ora uma separação que dá lugar aos limites da sua responsabilização e à fronteira da sua desresponsabilização, ora a junção expressa na “visão oficial que se impõe como visão legítima” (Idem: 64) produzida como a licitude da sociedade em geral.

Na realidade esta junção remete para o entendimento do Estado para a posição do agente consignado à totalidade, mas que, todavia, em certas circunstâncias do seu funcionamento se separa em oposição entre Estado e sociedade civil, desta forma entroncando na fórmula avançada por Espinosa que divide o “Estado como natureza *naturante* e o Estado como natureza *naturada*”. O Estado como natureza *naturante* constitui-se na autoridade soberana exercida “sobre o conjunto de um povo e de um território determinado” tese que contraria a noção do Estado enquanto o “conjunto de pessoas organizadas que mandam no Estado” e que promove um paradoxo no sentido original sobre quem produz quem, formando-se, dessa forma, o Estado como natureza *naturada* (Idem: 66).

Sobressai, nesta hierarquia, uma inversão na medida em que ela mostra a existência inicial de uma base societária “organizada tendo um governo autónomo e essa sociedade exprime-se, manifesta-se, realiza-se no governo ao qual delega o poder de o organizar” (Idem). Instalado como poder delegado, o Estado emerge como uma novel entidade cuja legitimidade se extravasa e hiperboliza-se ao ponto de se impor à sociedade que lhe dá origem. Esta anástrofe das práticas desenrola-se segundo “uma inversão inconsciente das causas e dos efeitos” (Idem) similar à lógica do *fetich*e da mercadoria descrita por Marx (2015). Produz-se nesta contraversão uma mágica “que consiste em fazer como se o Estado-Nação, o Estado como população organizada” (Idem) existisse antes do conjunto de pessoas organizadas que, na realidade, lhe deram origem.

Esse Estado-Nação, nascido e situado em estrato superior ao Estado-Sociedade, surge como construção de agentes sociais “detentores desse capital de recursos organizacionais que era o direito romano”, nomeadamente profissionais juristas que traçaram as formas de uma nova conceção daquilo a que se chamará Estado, colocando o seu nascimento atrás da sua fecundação. Essa nova entidade surge configurada a funcionar como dispositivo de crença do mundo social em conjunto, sustentado em mecanismos linguísticos autorizados, legitimados e naturalizados passando “a enunciar o oficial e a pronunciar palavras que são, na verdade, ordens” (Idem) porque afirmadas como o primordial.

Com o *direito* como patrono, a repetida afirmação o “Estado é de direito” esconde a reivindicação de que «o Estado é *do* direito». Economistas, gestores, psicólogos, sociólogos, médicos ou antropólogos querendo falar pelo Estado em qualquer vertente, nomeadamente política, submeter-se-ão às fórmulas oficializadas e normativas do proceder e, querendo afirmar a expressão da delegação, fazem-no segundo as maneiras do direito (Silva & Martins 2017b).

Por isso, o Estado impõe-se critérios na escolha das pessoas para o seu seio fixando-se em indivíduos “respeitáveis e respeitosas” que aceitam agir “segundo as formas, sabendo impor as formas” e tenham sempre presente o respeitar da “regras do jogo”, ao que não deve faltar a arte de, invocando sistematicamente o direito, que não é mais do que “por o direito do seu lado”, acrescentando-lhe propriedades superiores na afirmação, sempre presente, “respeitar o direito” (Bourdieu 2014: 69). Funda-se nesta imbricação o *obsequium*, modo avançado por Espinosa (2019) que revela menos o respeito desses indivíduos pelas pessoas e mais a sua obediência e salvaguarda da ordem social imposta pelo Estado.

O respeito demonstrado pelos agentes próximos do poder do Estado dá lugar ao ato *obsequioso*, na medida em que “presta-se homenagem não à pessoa que na aparência se respeita, mas à ordem social que torna essa pessoa respeitável” (Idem). Trata-se, na realidade, de uma subordinação dos indivíduos ao ponto de submissão, como arautos do “respeito puro pela ordem simbólica”, por aqueles agentes que fazendo o Estado se fazem a si como “detentores de um poder do Estado” (Idem: 72).

Conclusão

O poder do Estado é um poder consensualmente reconhecido e no qual as forças produtivas sustentam-no – e sustentam-se – baseadas no consenso definidor daquilo que “é bom para o público, em público”. Ao conjunto de “pessoas que definem o público” é atribuída esta obrigação de explicar as pretensões do Estado e tornar facilmente compreensível aquilo que, à partida, é complexo. Estes especialistas do Estado transformam-se, paradoxalmente, nos “detentores do monopólio do bem público” e, através de uma naturalização metamorfósica, convertem-se nos “detentores do monopólio do acesso aos bens públicos” (Idem: 129). Dentro destas circunstâncias surge um fechamento de classe, um círculo que enclausura o político e lhe mostra um mundo de acordo com uma visão restrita do mundo (Ansell & Fish 1999; Freund 1969, 2003; Silva & Martins 2017a).

O Estado produz a cultura política do que é legítimo tornando as suas regras “implícitas” e desligadas de afronta possível. Essa circunstância introduz um antídoto, algo similar a uma “amnésia da gênese”, condição “inerente a toda a instituição exitosa” cuja natureza está atravessada pela capacidade de se impor “implicando o esquecimento da sua gênese” (Bourdieu 2014: 166). Desse modo, o Estado apresenta-se com um passado construído de acordo com as suas necessidades no presente (Jessop 2016). Em consequência, os cidadãos passam a agir de acordo com as premissas estatuídas sem se deterem ou questionarem sobre as suas verdadeiras origens (Botelho 2014; Rose & Miller 2010).

Na medida em que o Estado “existe na objetividade e na subjetividade, nas coisas e nos cérebros”, estabelece-se numa entidade constituída sob um dualismo patenteado no estado material e o no estado simbólico. Essas características, que fazem de si uma instituição bem-sucedida, compõem a sua existência assente tanto “na objetividade dos regulamentos como, na subjetividade das estruturas mentais atribuídas a esses regulamentos” (Bourdieu 2014: 166) tornando-o, além de invisível, também insensível. Omnipresente nas consciências, o Estado simplesmente “desaparece como instituição” ao *fazer-se* esquecer. Sem fotografia ou bilhete de identidade, a sua presença impõe-se lastrando os sentidos de submissão aos cidadãos sob efeitos determinísticos naturalizados segundo o “efeito do «é assim!»” (Idem), não logrando espaço para discussão.

O Estado socorre-se de um efeito de crença com vista à obtenção de ordem com o menor custo. Consegue “produzir um mundo ordenado sem dar ordens”. A explicação para esse “efeito quase mágico” advém não tanto da sua condição materialista mas da “acumulação de capital simbólico” que lhe subjaz. O simbólico enquanto obediência sem ordem, sem diretiva, sobrepõe-se à coerção do materialismo e explica a acumulação inicial de capital estatal introduzida pelos aspetos pessoais de diferenciação e destaque: “há pessoas que fazem obedecer, respeitar, porque são letradas, religiosas, sagradas, saudáveis, bonitas...”. Nesta aceção, compreendida na extensão da duração em que o Estado se vai fazendo, o Estado vai também fazendo, nomeadamente, inculcando “estruturas cognitivas semelhantes ao conjunto dos agentes submetidos à sua jurisdição”, assim constituindo-se, como referiu Durkheim (1985), no “fundamento de um conformismo lógico e de um conformismo moral” (Bourdieu 2014: 229).

Através das instituições que agem em seu nome, o Estado emerge como principal agente construtor da realidade social. Para tal serve-se de

“ritos de instituição”, ato cerimonioso a que se atribui o estado de obediência institucionalizada e cuja possibilidade de entrada estabelece “uma diferença definitiva entre aqueles que se submetem e os que não se submetem ao rito” (Bourdieu 2014: 230). Acentua-se aqui, de modo evidente, o cariz de obediência e sujeição, fadado aos que, mais do que pertencer, desejam anular-se na entrega. Os submetidos ao rito, porque constituídos em *obsequiosos*, tornam-se numa espécie de guarda pretoriana do Estado.

Referências bibliográficas

- Alexander, J. C. (1997): “The Paradoxes of Civil Society”. *International Sociology*, 12 (2), 115-133. <https://doi.org/10.1177/026858097012002001>.
- Ansell, C. K., & Fish, M. S. (1999): “The Art of Being Indispensable – Noncharismatic Personalism in Contemporary Political Parties”. *Comparative Political Studies*, 32 (3), 283–312. <http://cps.sagepub.com/content/32/3/283.full.pdf>.
- Baudrillard, J. (1986): *Les Stratégies Fatales*. Paris: Grasset.
- Botelho, A. (2014): “Political sociology: State-society relations”. *Current Sociology Review*, 62 (6), 868–885. <https://doi.org/10.1177/0011392114533213>.
- Bourdieu, P. (1989): *O Poder Simbólico*. Lisboa: Difel.
- (2014): *Sobre o Estado*. S,Paulo: Companhia das Letras.
- Brito, W. (2016): “Sobre o conceito do poder, da política e do regime político”. *Scientia Juridica*, 65(342), 357-382.
- Brown, N., & Gershon, S. A. (2017): “Body politics”. *Politics, Groups, and Identities*, 5 (1), 1-3. <https://doi.org/10.1080/21565503.2016.1276022>.
- Chambers, S., & Kopstein, J. (2008): “Civil Society and the State”. Em *The Oxford Handbook of Political Theory* (pp. 363-381). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199548439.003.0020>.
- Durkheim, É. (1985): *Sociologia, Pragmatismo e Filosofia*. Porto: Res.
- (2000): *As Formas Elementares da Vida Religiosa*. S.Paulo: Martins Fontes.
- Elias, N. (2001): *A sociedade de corte*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- Espinosa, B. (2019): *Tratado Teológico-Político*. Lisboa: INCM.
- Feola, M. (2018): “The Body Politic: Bodily Spectacle and Democratic Agency”. *Political Theory*, 46 (2), 197–217. <https://doi.org/10.1177/0090591717718526>.
- Flarhnan, R. E. (1980): *The Practice of Political Authority: Authority and the Authoritative*. Chicago: University of Chicago Press.
- Foucault, M. (1975): *Surveiller et Punir*. Paris: Gallimard.
- (1994): *Histoire de la sexualité I – La volonté de savoir*. Paris: Gallimard.
- (1996): *A ordem do discurso*. S. Paulo: Edições Loyola.

- Freund, J. (1969): *L'Essence du Politique*. Paris: Sirey.
- (2003): *Sociologia de Max Weber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Furlong, S. R. (1998): “Political influence on the bureaucracy: The bureaucracy speaks”. *Journal of Public Administration Research and Theory*. <https://doi.org/10.1093/oxfordjournals.jpart.a024373>.
- Galbraith, J. K. (2007): *A Anatomia do Poder*. Lisboa: Edições 70.
- Hegel, G. W. (1990): *Princípios da Filosofia do Direito*. Lisboa: Guimarães Editores.
- Jessop, B. (2016): *The State – Past, Present, Future*. Cambridge: Polity Press.
- Jones, M. (2009): “State”. Em *International Encyclopedia of Human Geography*. <https://doi.org/10.1016/B978-008044910-4.00806-3>
- Kurtz, D. V., Clastres, P., Hurley, R., & Stein, A. (1988): “Society against the State: Essays in *Political Anthropology*”. *Anthropological Quarterly*. <https://doi.org/10.2307/3317906>.
- Lukes, S. (2005): *Power: A Radical View*. London: Palgrave Macmillan.
- Martins, M. L. (1990): *O olho de Deus no discurso salazarista*. Porto: Afrontamento.
- Marx, K. (2015): *O Fetichismo da mercadoria e o seu segredo*. Lisboa: Antígona.
- Milgram, S. (2009): *Obedience to Authority*. New York: Harper Collins.
- Mosca, G. (1923): “La Classe Politica”. Em *Elementi di Scienza Politica* (pp. 52-72). Torino: Fratelli Bocca.
- Orum, A. M. (1978): *Introduction to Political Sociology: The Social Anatomy of the Body Politic*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Page, E. C., & Jenkins, B. (2005): “Policy Bureaucracy”. Em *Policy Bureaucracy: Government with a Cast of Thousands*. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199280414.001.0001>.
- Parsons, T. (1963): On the Concept of Political Power. *American Philosophical Society*, 107 (3), 232–262.
- Poulantzas, N. (1971): *Poder Político e Classes Sociais Vol. I*. Porto: Portucalense Editora.
- Rose, N., & Miller, P. (2010): “Political power beyond the State: Problematics of government”. *British Journal of Sociology*. <https://doi.org/10.1111/j.1468-4446.2009.01247.x>.
- Silva, E., & Martins, M. L. (2017a): “A cultura da entronização e da eternização da elite política”. Em Z. Pinto-Coelho, T. Ruão, & N. Zagalo (Eds.), *Arte, Políticas e Práticas – V Jornadas Culturais* (pp. 73-97). CECS.
- Silva, E., & Martins, M. L. (2017b): “Between the State and Society – Circulation of professions within the political elite”. *Revista Lusófona de Estudos Culturais*, 4 (2).
- Thompson, J. B. (1995): *Ideologia e Cultura Moderna – Teoria Social Crítica na Era dos Meios de Comunicação de Massa*. Rio de Janeiro: Editora Vozes.
- Vasquez, J. (1998): *The Power of Power Politics*. London: Cambridge.
- Von Bertalanffy, L. (1972): “The History General and Status of Systems Theory”.

Academy of Management Journal, 15 (4), 407-426. <https://doi.org/10.2307/255139>.

Weber, M. (2004a): *Economia e Sociedade – Vol. II*. S. Paulo: Editora Universidade de Brasília.

----- (2004b): *Economia e Sociedade – Vol. I*. S. Paulo: Editora Universidade de Brasília.

Yin, R. K. (2011): *Qualitative research from start to finish*. London: The Guilford Press.

**NEW SOCIAL MOVEMENTS IN MEDIA:
MARGINAL OR MARGINALIZED NARRATIVES?
THE VIEW OF YOUNG PEOPLE**

Daniela Esperança Monteiro da Fonseca (UTAD)

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade

Fabio Fonseca Ribeiro (UTAD)

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade

ABSTRACT

New social movements emerge in Portugal as relevant actors in democratic decision-making processes. As more democratic, young and urban, new social movements engage in a relevant change in the processes of negotiation (Santos 2008, 2001; Schemmeling 2009; Swyngedouw 2010; Touraine 2002, 1994), publicizing marginal claims and minority flags (Guerra 2006; Henriques 2007; Picolotto 2007; Alonso 2009).

So, this article aims to discover: “How to define today’s narratives of the New Social Movements in Portuguese media, in the view of young people?”. The methodological resources used are documentary research and inquiry to a nonprobabilistic sample survey by voluntary system.

The most significant results found about new activism are: a) journalistic pieces are evaluated, by youth, as partial, superficial and controversial; b) the respondents associate some advantages to the new activism: flexibility, new technologies, and the perception of helping the world; c) and, finally, the respondents associate disadvantages to the new activism: extremism, violence, controversy.

Keywords: New Social Movements; Activism; Media.

RESUMO

Os novos movimentos sociais surgem em Portugal como atores relevantes nos processos democráticos de tomada de decisão. À medida que se tornam cada vez mais democráticos, jovens e urbanos, os novos movimentos sociais operam uma não menos importante mudança nos processos de negociação coletiva (Santos 2008, 2001; Schemmeling 2009; Swyngedouw 2010; Touraine 2002, 1994), divulgando, não raro, reivindicações marginais e bandeiras minoritárias (Guerra 2006; Henriques 2007; Picolotto 2007; Alonso 2009).

Nesse contexto, visa o presente artigo responder à questão de partida que aqui se propõe: “Como se definem, nos media portugueses, as narrativas dos Novos Movimentos Sociais, na perspetiva dos mais jovens?”. Os recursos metodológicos utilizados neste trabalho são a pesquisa documental e o inquérito via questionário, administrado a uma amostra não-probabilística por sistema de voluntariado.

Os resultados preliminares do estudo apontam para o facto de: a) as peças jornalísticas serem avaliadas, pelos jovens, como parciais, superficiais e controversas; b) os inquiridos associarem algumas vantagens ao novo ativismo, como a flexibilidade, a associação às novas tecnologias, e a perceção altruísta do novo ativismo; c) e, finalmente, os inquiridos associarem também desvantagens inequívocas aos novos movimentos sociais, a saber, o extremismo, a violência, e a controvérsia.

Palavras-chave: Movimentos Sociais; Ativismo; *Media*.

Recebido em 10 de junho de 2021.

Aceite em 4 de novembro de 2021.

Introduction

The original purpose of this work was stated in the original question: “How to define today’s narratives of New Social Movement in Portuguese media?” In the course of the research, it became more relevant to change the initial question, adding a new challenge, by focussing on how new generations see activism. The question was thus rephrased to “How to define today’s narratives of New Social Movements, in Portuguese media, in the view of young people?”. This change is justified by the emphasis on the effect that the new type of activism has on young people, since they are, for several reasons, excluded from the traditional forms of association. In this respect, it is important to observe different approaches that have highlighted the role of young people in the organization of social movements, and their participation in “dense social networks” (Garcia & Martin 2010; Sanchez 2011 *apud* Lima & Artiles 2014: 143). In that sense, Estanque states that the dynamics and social tensions of today are taken by the role of the middle class and youth (Estanque 2014: 53). As suggested by Lima and Artiles, there is a bigger capacity from new social movements to attract young people, once as traditional groups have “difficulty to organize: unemployed, precarious workers and young people in general” (2014: 143). This work has three central objectives: first, it aims to analyse the image that new social movements have in Portuguese society, through media, especially in the view of new generations; it aims to understand, secondly, how some of these movements have developed over the years; and, finally, it intends to apprehend social, cultural, economic and political contexts, in which that projection takes place.

The theoretical framework of this text refers to the classic authors of the new social movements and other perspectives that reflect about the field.

1. New type of activism: contexts

The emergence of social conflicts and its connection to the information mechanisms was always a relevant subject; nevertheless, there are few publications in which the link between communication and the new social movements is evident. In Portugal, some traditional studies link the topic to Sociology (Santos 1995; Costa 1997; Estanque 1999, 2005; Ferreira 2001; Silva 2002, 2007), Marketing (Montargil 2008; Almeida 2009), Journalism

(Correia, Marques, Fidalgo, Bento, Camilo, Ferreira & Serra 2002; Mendes & Seixas 2005; Cabo 2008; Moretti-Pires, Júnior, Vieira, & Moscheta 2016), but, specifically, it is less common to connect youth and perception of new activism in research, not only because it is a recent occurrence, but also because young people usually have different connections with activism. In this sense, bibliographic review favours a Sociology approach to this text, crossing several areas: a) globalization, as a process with economic, social, political and cultural effects; b) changes in the role of the nation-state, as socio-political transitions occur; c) and, of course, the rise of new social movements, seen as a corollary of the phenomena previously indicated. In addition, it is important to comprehend changes in the cultural, social and political fields, which are taking place today, being materialized in ephemeral relationships between individuals, and the acceleration of collective life. It is also fundamental to set those factors in a particular frame, a specific society, that some define as individualistic (Touraine 1994, 2002), other, as risk society (Beck 1992; Giddens 2000), and that cannot be disassociated from the principles of uncertainty. As Hespanha and Carapinheiro (2001: 14) refer, today there are great difficulties in the way individuals relate themselves to the institutions, to the extent that the uncertainty that accompanies their decisions has grown greatly. In this scenario, new social movements appear in general contexts that bring out some specific aspects of space, time and circumstance. One might think that the space is marked by a new representation of a hedonistic and a pleasure society (Lash 1984), time is set by the urgency and by different temporalities, sometimes brief, others extended; and circumstance is defined by new movements arising with new themes of fight (Silva 2007; Santos 2008), new claims (Reis 2009), new demands in everyday life. In political terms there are new dynamics occurring, reshaping political culture based on the traditional image of nation-state and readjusting the power of other economic, social and political actors, both national and international. The nation-state has lost much of the authority, being acquiescent to multinationals, or to supranational economic agencies such as the World Bank, the IMF and the World Trade Organization, as suggested by Santos (2001a: 36-37), stating that the power of selfdetermination of the nation-state is set by economic agents. Despite that, other visions identify an exception to the most powerful nation-states, saying that some of them, rather than demonstrating a loss of hegemony, keep the domain and the orchestration of those changes (Reis 1996). Still in the political field, there has been an exclusion of citizens from the power centres, which generates new

forms of opposition born out of the people. In this regard, relevant are the words of Guerra (2006) when she points out that those movements make the political actor more visible, giving the community more co-responsibility in regarding problems and solutions “and appealing to mediators, of various types” (Guerra 2006: 42). In fact, real policy is no longer held by traditional parties, by members and/or by the State, but “under political field” – where the citizen can compensate the absence of compromise of conventional political organizations by activism. In the same sense, Lima and Artiles synthesize it like this:

The trends confirm, in large part, the prevailing idea [...] that social protest mobilizations may not only be understood as an expression of the worsening economic and social conditions, but above all as an expression of metapolitics motivations related to the degree of dissatisfaction with the functioning of democracy and the absence of responses of the political system to economic and social problems (Lima & Artiles 2014: 108).

In terms of economic issues, some factors are associated with the multinationalization and a triad of Economics (Reis 2001: 120), placing the world under three Capitalisms: European, Japanese and North American (Santos 2001a). In addition to the development of global alliances and the intensification of global economic relationships, and related to a transnationalization of capital and consumption, there is an absorption of power, from multinationals, which are under the world’s largest 100 financial enterprises, resulting in 50 percent of multinational companies leading 70% of world trade business, carried out by only 500 multinational companies (Santos 2001a: 36). On the rise of new social actors, the third item mentioned before, will be defined more profoundly in the following subject.

2. New social movements

When someone refers to the issue of the new social movements there is a different image of those that occurred in the 1960’s. The truth is that this new activism is, somehow, already traditional, outlining two conflicting trends: on the one hand, a rise in a global scale of activism, combining violent practices with new social issues and various identity flags; on the other hand, showing the register of a certain accommodation/ institutionalization, which make them already old. In context, it would be necessary to distinguish two periods: a stage that elects social movements from the 1960’s;

another stage that some refer to as the arising of brand-new social movements (Lima & Artiles 2014). Untying these two periods makes it possible to identify some differences, namely: a) a chronological dimension, linking the first movements to the 20th century, and the new from the end of the 20th century and the beginning of the new Millennium; b) a thematic shift in agenda, that tends to support individual and existentialist contents, further elaborated by new social movements; c) a change in the themes of struggle, now more individualistic, paradoxically far from and near feminism, civil rights, environmental concerns from the 1960's, bringing to the public what Inglehart, in 1977, called, "post materialist" values that were embodied in direct forms of political action, far from revolution by violence; d) a change in the ownership of social subject which points the face of the crowd to new social movements, and, to the old, a clearer leadership, supported by party-political connections; e) a change in the historical subject, which happened to have a global face, but an anonymous one, away from the usual leaders and notables (Martins & Medeiros 2001: 165); f) and, finally, one of the most important changes occurs in the connection that these brand new social movements have with media, becoming action boosters, tutoring new customers, disclosing events, validating the existence of the group, displaying the strength that it has over other actors (Henriques 2007: 100). Therefore, it is important to describe which values, readings, narratives, the public creates regarding these groups, comparing to the academic opinion about its strengths and weaknesses of activism. The first purpose will be answered with the survey data; the second one, will be discussed in the next item, where there is a compilation of new activism positive and negative characteristics.

3. Strengths and weaknesses of new movements

In the following summary of what has been mentioned, it is possible to read the new activism as a duplicity of virtues and defects. Within the framework of the virtues, it should be noticed that these movements have greater openness to the exercise of citizenship, giving the voice to the excluded and guaranteeing much representativeness; they are more urban, alternative, free, creative, moving by networks of solidarity, which means they become more attractive to new generations; promoting equality, places them as bastions of the rejection of authoritarianism and hierarchy. In that sense, it is still pointed out, in the virtues of the new activism, the fact that they are

places of discussion, contrary to socialism/capitalism narratives, promoting new themes, as said before, pushing for a direct unmediated action (Peruzzo 1993). Proposing a different approach, being more nonhierarchical, decentralized and fluid in action, also guided for a policy action directed to the public (Santos 2001c), the new social movements have a more immediate communicative effectiveness, as they are more quickly projected in media, given their multiple performances and their amateur formats, both intimate and creative.

For this reason, it is also possible to witness a transition in the communicative field, which is one of the essential parts of the new social movements. Because of the themes, the values and the culture involved, it is no longer possible to make a coherent planning of the created actions, since many of them are being performed at the same time events happen. There are too many issues, diverse causes that operate on short time and for which there is no possibility of a prior planning. Seen also as an inadequacy, not only a virtue, this fact presents other incapacities of new social movements, by the observation of theoretical studies, defined as follows: a) new social movements are ephemeral movements, less planned, and without immediate social transformation capacity; b) they do not have an institutional reality, are in the economy, have no continuous activity of goods and services production; c) they are guided by the requests of selfish nature (Candler 1999), trampling traditional mechanisms of democracy; d) they break the rules of the game, defining non-negotiable goals, and challenging the legitimacy of power (Melluci 1996: 24); and e) they are heterogeneous movements with a fractured identity, being impossible to quickly identify the history actor (Santos 2001b: 179). Considering the characteristics pointed out previously, the the empirical study will be presented, looking for the peculiarities illustrated before, reflected on, or not, in the way youth visualize new activism.

4. Methodology

This study is part of a methodological triangulation which combines the advantages of quantitative methods with the benefits of some qualitative analysis techniques, proposing the presentation of the results through the appliance of a survey to a nonprobabilistic sample for a voluntary system, using social media, and employing documentary research, with visual analysis of the pages of the most important social movements in Portugal of the last five years. Through the process of sampling selected for the purposes of

investigation, 102 valid cases were considered for analysis. Linked to the advantages of the more objective aspects of the relationship with a certain portion of the population, obtained by the survey's data, examining the digital domains of new movements, expressed before was also the aim of this study.

5. Results

Although it is not possible to generalize the conclusions taken by surveys data, once the sample was a non-probabilistic one, some of the results are assumed as relevant, since they represent some trends in the youth's way of viewing new social movements. In the research, three groups of issues that this study aims to identify were defined: a) a demographic profile of respondents; b) the relationship of young people with the new type of activism; c) and the youth acquaintance with how the media cover new social movements.

In the demographic draw of the study, the predominant age group of the work was between 16 and 21 years of age, as the survey was applied mainly to graduation students (chart Nr. 1).

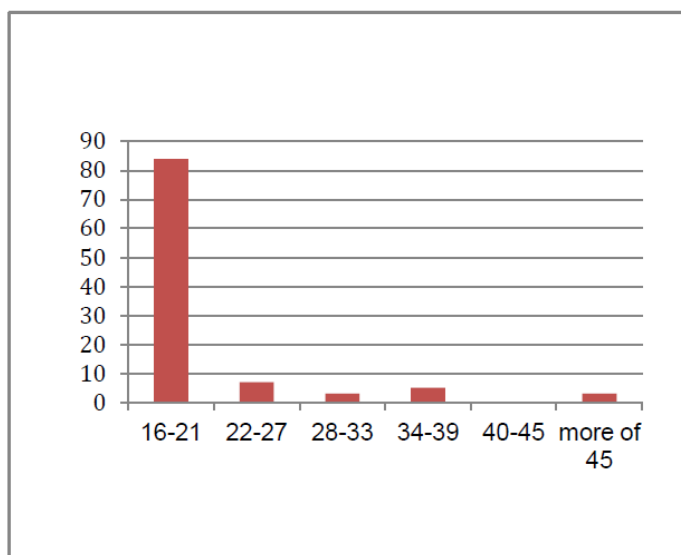


chart 1 age of respondents

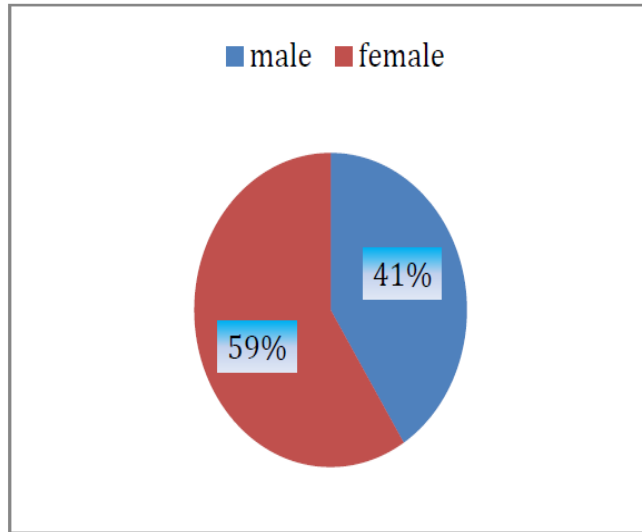


chart 2: gender of respondents

In terms of gender, more women (59%) than men (41%) responded to this survey, as seen in chart Nr. 2. In terms of location, it is possible to identify the prevalence of individuals from the North of the country, as well as the supremacy of *student*, as the profession chosen more often, as pointed in charts Nrs. 3 and 4.

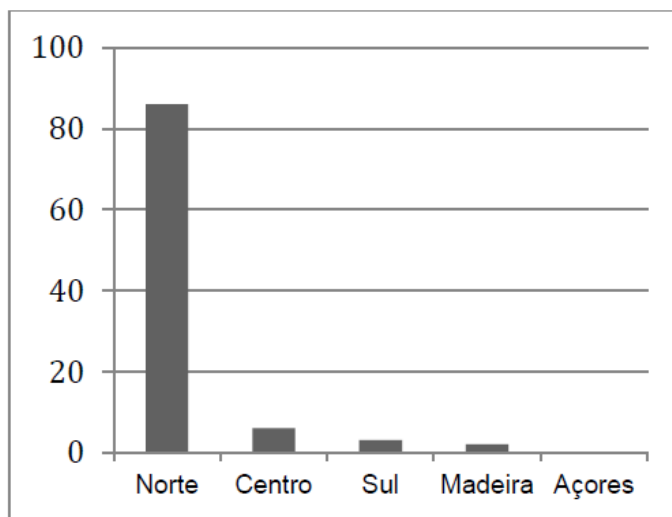


chart 3: location of respondents

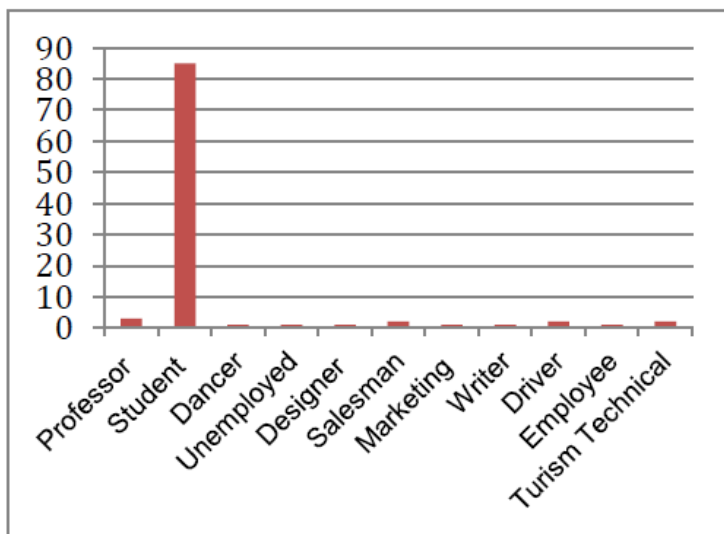


chart 4: profession of respondents

On how individuals are related to activism, it is important to observe some of the data. With regard to the direct question “*do you know what the word activism means?*”, almost half (45.5%) of the respondents consider knowing the meaning of the word, as seen in the chart Nr. 5. Notwithstanding, the value is *high*, with a percentage of people who replied *maybe* (31.7%), expressing some uncertainty on how to define this concept.

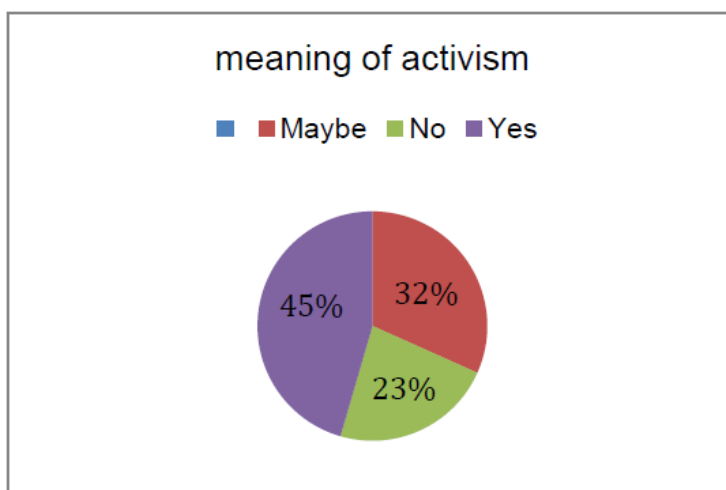


chart 5: recognition of the term activism

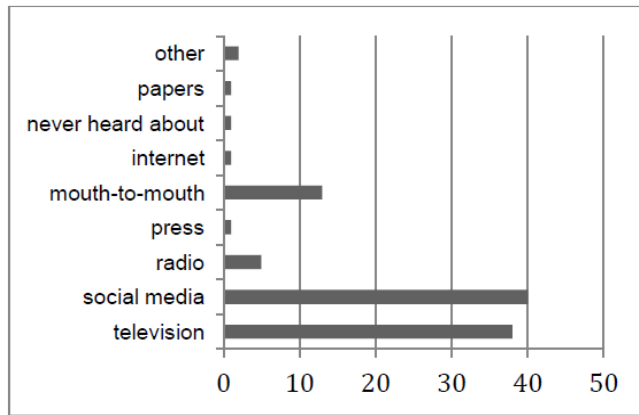


chart 6: contact location with the term activism

When questioned about where this relationship was established, most respondents took contact with the word in social networks, soon followed by television, as can be confirmed by chart Nr. 6.

Regarding how individuals conceptualize the word activism, through the choice of three words-synonyms, the vast majority of respondents associate activism with *audacity*, *controversy*, *freedom*, as revealed by the chart that follows:

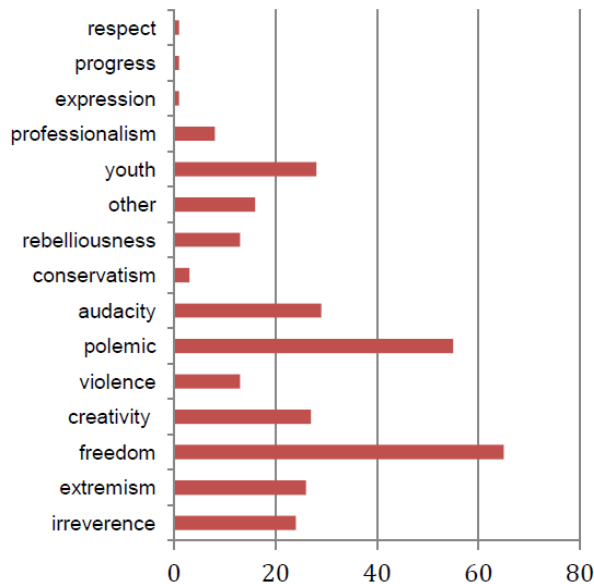


chart 7: 3 characteristics that define actual activism

When the respondents were questioned about the best-known activist groups, the following answers were registered:

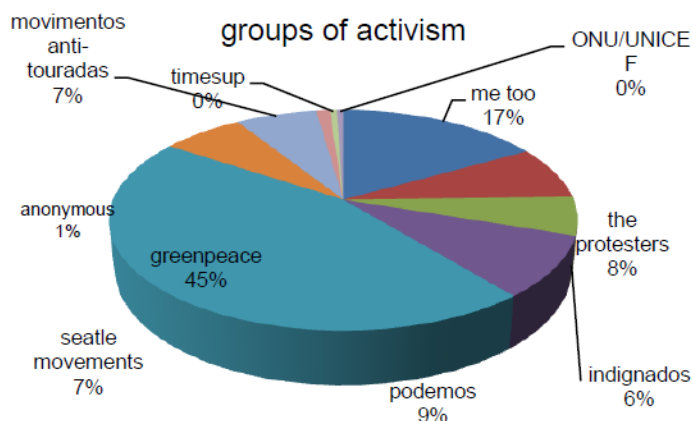


chart 8: best-known groups, in the perception of the respondents

According to the data, the environmental movement Greenpeace (45%) presents a greater recognition, better than any other group, being the only environmental movement pointed out by respondents. Secondly, there is a percentage that identifies the group *#me too*, with 17% of the values and the anti bullfighting movement, which has a large group of followers among young people in Portugal, claimed (7%).

Despite the projected data, when the question to know which group would have impressed more the respondent changed, there were changes in the answers, showing LGBT movements in the first place, the women's movement in second place and the *Protesto da geração à rasca*, in third place. This question was an open response; hence, there is great variety in the figures presented in the chart.

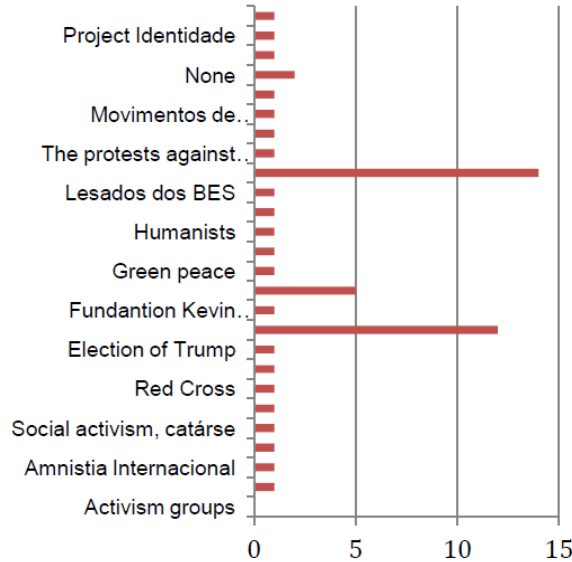


chart 9: the most striking movement for respondents

Considering, finally, the third group of issues, mainly the relationship of the individual with the way media portrays the new social movements, the results showed that the younger generation see that news coverage produced on the new type of activism is mostly controversial, partial and stereotyped, as can be seen in graph Nr. 10.

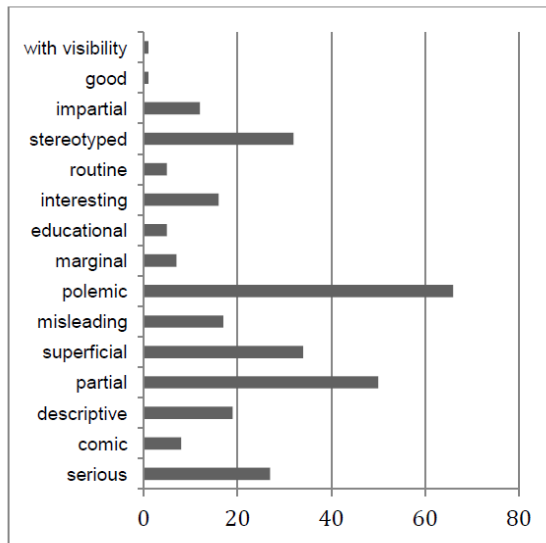


chart 10: perceptions about the way media treat new activism

About the less pointed values, connected with the news coverage on new activism, definitions are mostly related to *educational*, *good* and *fair*, especially when confronted with most rated conflicting values. Responses are the responsibility of the respondents, since it was an open question.

In reference to the global perception of new activism performances, respondents show a positive opinion, observing the fact that values are located between *reasonable* and *good*, as can be seen in the chart Nr. 11.

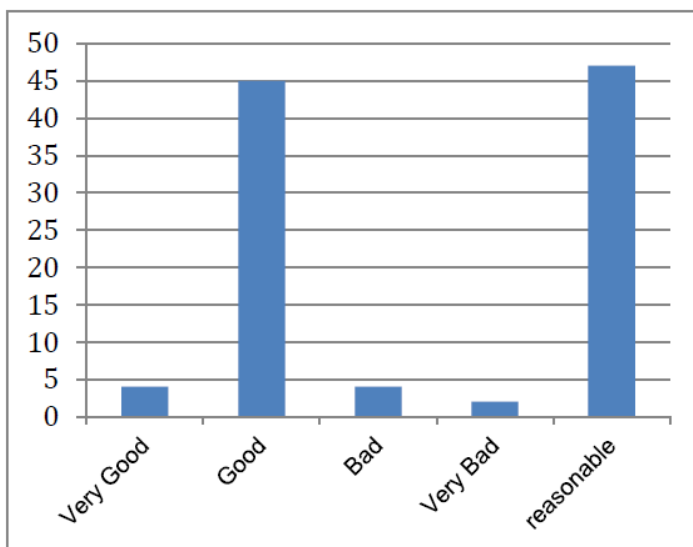


chart 11: perception about new movements performance

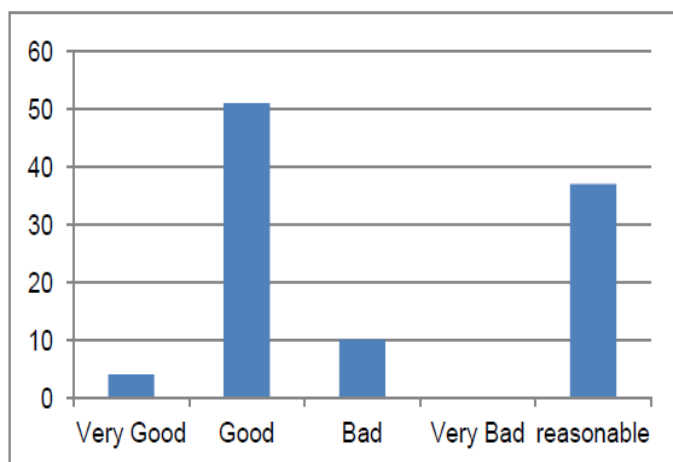


chart 12: perception about new movements influence power

When the question was to see reaction of the subjects about the influence of these social actors, the results differ slightly, as noted in the chart Nr. 12.

When individuals were questioned about the benefits associated with the new type of activism, it was found that most of them indicated the “access to social networks” as an advantage of the new activism, soon followed by a confusing response in context: “I don’t know”, “help change the world” and “Union of people”, as can be seen in the chart below:

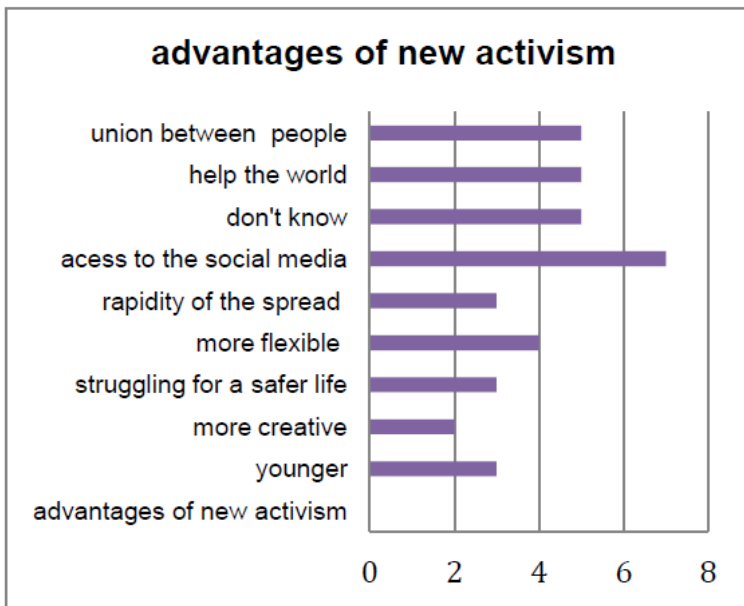


chart 13: advantages that individuals associate to the new activism

In the opposite direction, was also asked to what extent it would be possible to associate a set of disadvantages to the new activism, according to new generations. The answers have varied between “violence”, “extremism” and “I cannot answer”, as is shown in the following chart:

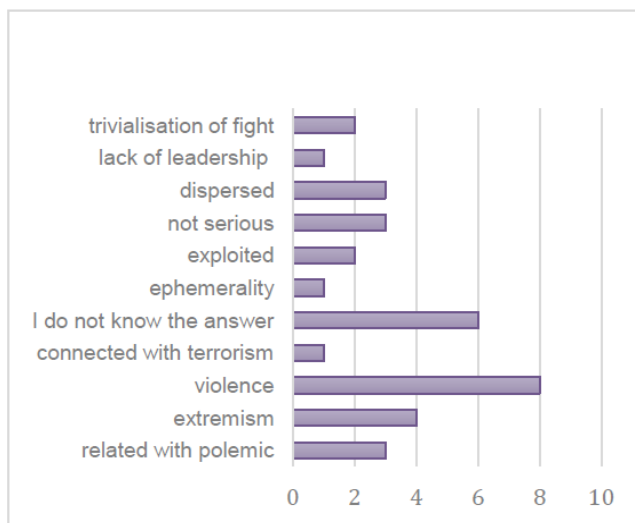


chart 14: disadvantages of new activism

Questioned about the reasons that would lead someone to be an activist, the majority of the respondents voted for “struggling for a safer life”, “defend the rights of other people” and, interestingly, also “improving my curriculum”, as presented in chart Nr.15. This particular last sentence reveals the selfish motivations previously pointed out by theoretical perspectives.

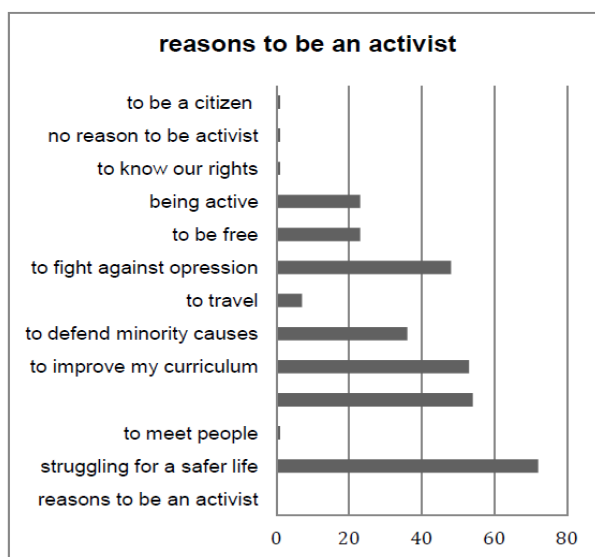


chart 15: reasons not to be an activist, according to the respondents

When questioned about the reasons for not being an activist, people responded as follows:

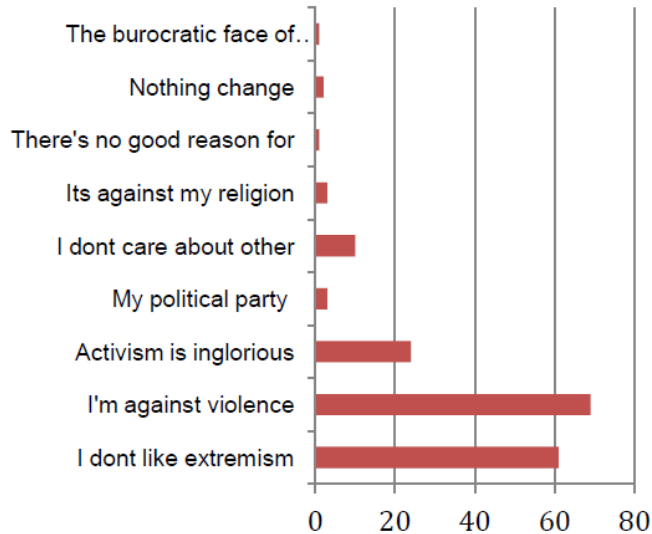


chart 16: reasons not to be an activist, according to the respondents

According to the chart, the majority of respondents believe that one of the most important reasons not to be an activist is *violence*, visible in the affirmation “*I am against violence*”; the second reason pointed out refers to the issue of *extremism*, being perceptible by the statement “*I don't like extremism*”, and the third reason is the misconception of the work of an activist seen as “inglorious”. Interestingly, attention should be focussed on the sentence “*I don't care about the others*”, proving, once more, the selfishness linked with the interests of new activism. On the last question of the survey, it was suggested that respondents complete a sentence that began as follows: “I would be an activist to...”.

Data should be seen in the graph Nr. 17. By reading the previous suggestion, most of the people said “*it would be to be able to fight*”, followed by “*to defend causes*” and “*to change the world*”, which is not divergent from the results obtained in previous questions.

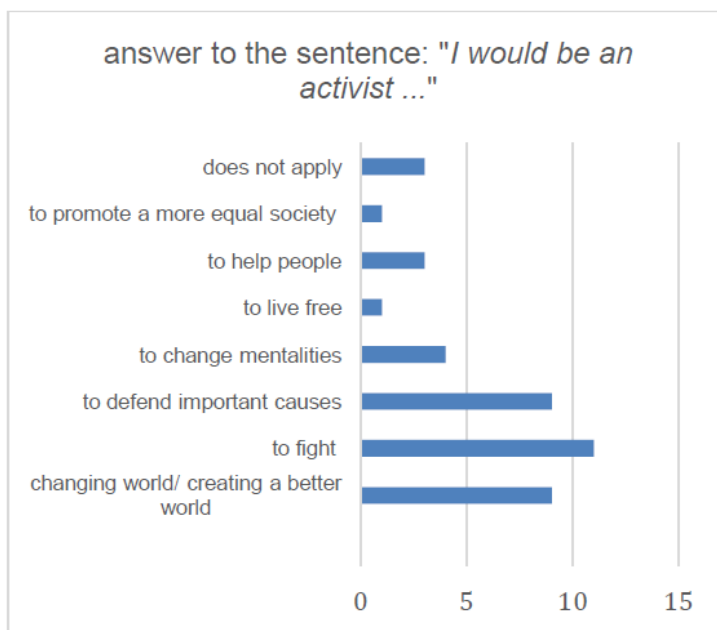


chart 17: answer to the phrase "I would be an activist"

To fight, to change de world, to defend important causes and to help people are the reasons why some young students would join activism; even so, in some cases, the answer was “*does not apply*”, as it was someone else’s problem to do that job.

Conclusions

This article started with an initial question to be answered after the survey was conducted. Responding to that question, there is a standpoint that must be considered: the way new generations are examining new movements.

In that perspective, three key issues are considered which raised more attention: a) the journalistic pieces are evaluated mostly as partial, superficial and controversial; b) the respondents associate some advantages to the new type of activism: flexibility, new technologies, and the perception of helping the world; c) finally, the respondents associate disadvantages to the new activism: extremism, violence, controversy.

It is also important to note that when people were invited to select three words to define activism, the majority choose *audacity*, *controversy* and *freedom*; despite that, when asked about the media narratives regarding new

social movements, the respondents portray these narratives as *partial, superficial, polemic* and *stereotyped*. The only repeated word is *controversial*.

In reference to the movements that respondents consider more relevant, there is a preference for the *#metoo* movement, followed by the *anti bullfighting movement* and Green Peace; however, when the question was “*what movement impressed you most in recent years*”, the first to appear are the LGBT movements, followed by different feminist movements and the *Protesto da Geração à Rasca*, which makes the feminist movements be the only coincidence with the previous answer.

When faced with the advantages and disadvantages of the new social movements, through an open question, one of the second selected categories in both cases was “I don’t know”, indicating that young people are not aware of the importance of new activism in many cases.

Finally, when asked respondents to complete the sentence “*if I were an activist was to ...*”, most of them chose responses like to change the world, fighting for a better life, to improve living conditions, to defend important causes, or to help others.

This study provided an image of what young people think about activism, although it is not possible to extend these results to the universe, since it was a non-probabilistic sample. Even so, the image of what youth think about new social movements was clarified by the research. In future studies, it would be necessary to improve survey questions, and also open the instrument to other students and universities, in a way of getting to know what university students think about new activism.

Bibliographical references

Almeida, P. P. (2009): *O sindicato-empresa. Uma nova via para o sindicalismo. Uma análise do sindicalismo de serviço. O benchmarking de boas práticas*. Lisboa: Bnomics, Deplano Network.

Alonso, A. (2009): “As teorias dos movimentos sociais: um balanço do debate”. *Revista Lua Nova*, vol. 76, 49-86. São Paulo. Internet. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/ln/76/n76/n76a03.pdf> (Consultado em 24 de agosto de 2009).

Aragón, Pablo; Gallego, Helena; Laniado, David; Volkovich, Yana; Kaltenbrunner, Andreas (2017): “Online network organization of Barcelona”, in Aragón *et al.*, (org), *Comput Soc Netw*, 1-29. Internet. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/319880156_Online_network_organization_of_Barcelona_en_Comu_an_emergent_movement-party (Consultado em 24 de dezembro de 2018).

Baldi, Vânia; Rosa, Jorge Martins (2018): “As Formas Contemporâneas dos Conflitos e das Apostas Digitais”. In: *Observatorio*: 1-3.

Beck, Ulrich (1992): *Risck Society: Towards a New Modernity*. London: Sage.

Campos, Maria da Paz; Artiles, António Martin (2014): “Descontentamento na Europa em tempos de austeridade: Da ação coletiva à participação individual no protesto social”. In: *Revista Crítica de Ciências Sociais*: 137-172.

Correia, João Carlos (Org.); Marques, António; Fidalgo, António; Bento, António; Camilo, Eduardo; Ferreira, Gil; Esteves, João Pissarra; Santos, José Manuel e Serra, Paulo (2002): *Comunicação e Poder*. Covilhã: Livros LabCom.

Estanque, E. (1999): “Acção colectiva, comunidade e movimentos sociais: para um estudo dos movimentos de protesto público”. In: *Revista Crítica de Ciências Sociais*, n.º 55: 85-111.

----- (2005): “Trabalho, desigualdades sociais e sindicalismo”. In: *Revista Crítica de Ciências Sociais*, n.º 71: 113-140.

Estanque, Elísio (2014): “Rebeliões de classe média? Precariedade e movimentos sociais em Portugal e no Brasil (2011-2013)”. In: *Revista Crítica de Ciências Sociais*: 53-80.

Estanque, Elísio; Costa, Hermes (2014): “Trabalho, precariedade e rebeliões sociais”. In: *Revista Crítica de Ciências Sociais*: 3-8.

Ferreira, António Casimiro (2001): “Para uma concepção decente e democrática do trabalho e dos seus direitos”. In: Boaventura de Sousa Santos (org.). *Globalização, Fatalidade ou Utopia?*. Porto: Edições Afrontamento: 255-293.

Guerra, Isabel (2006): *Participação e Acção Colectiva. Interesses, Conflitos e Consensos* (1.ª edição). Estoril: Príncipe Editora.

Henriques, M. S. (2007): “Ativismo, movimentos sociais e relações públicas”. In: Kunsch, Margarida; Kunsch, Waldemar (orgs.), *Relações Públicas Comunitárias, A Comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora*. São Paulo: Summus Editorial: 92-104.

Lash, Scott (1984): *The militant worker: class and radicalism in France and America*. London: Heinemann Educational Books.

Lindgren, Simon (2015): “The Work of Audiences in the Age of Clicktivism: On the Ins and Outs of”. In: *Media Fields Journal*: 1-7.

Martins, Manuel (2008): *Comunicação e Marketing Político*. Lisboa: ISCSP.

Martins, Fernando José; Medeiros, Dalva Helena (2001): “Os movimentos sociais e as suas perspetivas educativas”. In: *Guairaca*, 17: 159-178.

Mendes, José Manuel; Seixas, Ana Maria (2005): “Acção colectiva e protesto em Portugal. Os movimentos sociais ao espelho dos media (1992-2002)”. In: *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 72: 99-127.

Melucci, Alberto (1996): “Juventude, tempo e movimentos sociais”. In: *Revista Brasileira de Educação*, 5: 5-14.

Montargil, Filipe (2008): “O Estado, o trabalhador e o cidadão na sociedade da

informação”. In: Meirinho, Manuel (coord), *Comunicação e Marketing Político*. Lisboa: ISCSP: 111-135.

Moretti-Pires, Rodrigo; Júnior, Zeno Carlos; Vieira, Marcelo; Moscheta, Murilo (2016): “Pastores, ovelhas desgarradas e as disputas pelo rebanho: Sobre a transcrificação na parada do orgulho LGBT de São Paulo em 2015”. In: *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 110: 99-116.

Peruzzo, Cecilia (1993): “Relações públicas, movimentos populares e transformação social”. In: *Revista Brasileira de Comunicação*, XVI, 2: 125-133.

Picolotto, Everton Lazzaretti (2007): “Movimentos sociais: abordagens clássicas e contemporâneas”. In: *COnline, Revista Eletrônica de Ciências Sociais*, 2: 156-177.

Reis, José (1996): “O Estado e a Economia numa época de globalização”. In: *Oficina do CES*, 68: 1-20.

----- (2001): “A globalização como metáfora da perplexidade? Os processos geoeconómicos e o “simples” funcionamento dos sistemas complexos”. In: Boaventura de Sousa Santos (org.), *Globalização, Fatalidade ou Utopia?*. Porto: Edições Afrontamento: 110-145.

----- (2009): “Os caminhos estreitos da economia portuguesa: trabalho, produção, empresas e mercado”. In: *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 85: 5-21.

Santos, Boaventura de Sousa (2001b): “Os processos de globalização”. In: Boaventura de Sousa Santos (org.), *Globalização, Fatalidade ou Utopia?*. Porto: Edições Afrontamento: 31-105.

----- (2001c): “Los nuevos movimientos sociales”. In: *OSAL*: 177-184.

----- (2009): “If God were a Human Right Activist: Human Rights and the challenge of Political Theologies”. In: *Law, Social Justice & Global Development*: 1-42.

----- (Org.) (2001a): *Globalização, Fatalidade ou Utopia?*. Porto: Edições Afrontamento.

----- (Org.) (2008): *As vozes do mundo* (Coleção Reinventar a Emancipação Social: Para Novos Manifestos/6 ed.). Porto: Edições Afrontamento.

Schemmeling, Carol (1999): “The US environmental movement”. In: Vasconcelos, Lia; Baptista, Idalina (eds.), *Environmental activism in society, Proceedings of a Workshop on the role of environmental activism in society: environmentalism in 2020* (Luso-American Development Foundation ed.). Lisbon: TextypeArtes Gráficas: 21-34.

Silva, Manuel Carvalho da (2007): *Trabalho e sindicalismo em tempos de globalização. O real valor do trabalho e do emprego em tempos de crise*. Mafra: Círculo de Leitores.

Swyngedouw, Erik (2010): “Apocalypse Forever? Post-political Populism and the Spectre of Climate Change”. In: *Theory, Culture & Society*, 27 (2-3): 213-232.

Teisserenc, Pierre; Teisserenc, Maria José (2018): “Mobilização, conflitos e reconhecimento do território: comunidades quilombolas na ilha do Marajó Brasil”. In: *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 115: 51-74.

Thomas, Emma; Smith, Laura; McGarty, Craig; Reese, Gerhard; Kende, Anna; Bliuc, Ana-Maria; Curtin, Nicola; Spears, Russel (2018): “How social movements mobilize action within and across nations to promote solidarity with refugees”. In: *European Journal of Social Psychology*, 49: 1-53.

Touraine, Alain (1994): “*Las transformaciones del siglo XX*”, Discurso de abertura na Primera Reunion Provisional del Intergovernmental Council of the Management of Social Transformations Programme, Paris. Internet. Disponível em: <http://www.geocities.ws/nayit8k/biblioteca/transfo.html> (Consultado em 21 de abril de 2011).

----- (2002): “*De la economia global a la guerra regional*”, Trabalho apresentado no Foro Complutense, Madrid, Espanha: Fundación General UCM. Internet. Disponível em: <http://www.fundacionucm.es>. (Consultado em 12 de março de 2012).

UMA CONTINGÊNCIA COLETIVA AMPLIFICADA. PLATAFORMAS E COMUNICAÇÃO DIGITAL

Pedro Rodrigues Costa (UM)

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade

ABSTRACT

This article proposes the replacement of the notion of collective conscience by the notion of collective contingency. Based on a re-reading of the main social science theorists in this field, an attempt is made to demonstrate that the notion of collective contingency is more adequate in the study of social phenomena of change and movement, as is the case of the most common phenomena in the digital era. In an attempt to achieve greater objectivity and measurability on this notion, we also propose a study about the *contingent intellects*.

This conceptual proposal is intertwined with the thesis that digital communication amplifies, through the mass dissemination of *contingent intellects*, the power and expression of *collective contingency*. To demonstrate this, we focus on three recurrent phenomena in digital: the hate on Facebook, the use of archetypes as a weapon to capture attention on YouTube and the dimension of “truth” on Wikipedia. We conclude that the collective communicational contingency decisively marks sociological and political rhythms, producing feedback dynamics (positive and negative) and, with that, a consequent amplification of its strength in the various human spheres.

Keywords: communication; digital networks; collective contingency; amplification.

RESUMO

Este artigo propõe a substituição da noção de consciência coletiva pela noção de contingência coletiva. A partir de uma releitura dos principais teóricos das ciências sociais neste campo de reflexão, tenta-se demonstrar que a noção de contingência coletiva é mais adequada no estudo de fenómenos sociais sujeitos à mudança e ao movimento, como é o caso dos fenómenos mais comuns no digital. Numa tentativa de alcance de maior objetividade e mensurabilidade sobre esta noção, é, paralelamente, proposto o estudo sobre os *intelectos contingentes* que pairam sobre o tempo vivido.

Esta proposta conceptual interliga-se com a tese de que a comunicação digital amplifica, através da disseminação em massa de intelectos contingentes, o poder e a expressão da contingência coletiva. Para o demonstrar, debruçamo-nos sobre três fenómenos recorrentes no digital: o ódio no Facebook, o uso de arquétipos como arma de captura de atenção no YouTube, e a dimensão da “verdade” na Wikipédia. Concluímos que a contingência comunicacional coletiva marca decisivamente os ritmos sociológicos e políticos, produzindo dinâmicas de retroalimentação (positivas e negativas) e, com isso, uma conseqüente amplificação da sua força nas diversas esferas humanas.

Palavras-chave: comunicação; plataformas digitais; contingência coletiva; amplificação.

Recebido em 15 de maio de 2021.

Aceite em 15 de junho de 2021.

Introdução

A bibliografia científica, da mais antiga até à mais recente, utiliza recorrentemente o conceito de consciente coletivo. Relaciona-o em múltiplas dimensões da análise social, como por exemplo na intersecção entre a pandemia do Covid-19 e as mensagens bíblicas (Martelli e Martelli 2021); na relação entre a sociedade e as mudanças climáticas (Ambrizzi *et al.* 2021); nos desafios da educação e da docência à distância (Velooso 2021); nos estudos sobre dignidade homossexual (Ramos e Maior 2021); entre mais 52 resultados que o motor de busca do Google Académico gerou apenas em português.

Grande parte da responsabilidade deste fenómeno deve-se à excelente qualidade do trabalho conceptual de Émile Durkheim (1858-1917). A outra parte da responsabilidade, porventura maior ainda, é da capacidade de reprodução dos sistemas de ensino em geral, forças imensas na transmissão, imitação, socialização e reprodução.

Não obstante os méritos do conceito de consciente coletivo, um outro ilustre contemporâneo de Durkheim, e até um pouco mais velho, Gabriel Tarde (1843-1904), não era tão positivista sobre uma pretensa “consciência” que se propagaria pelas coletividades. No seu entender, as sociedades seriam mais o resultado de imitações, ora conscientes ora inconscientes, do que propriamente “consciências” ativas e atentas (Tarde 1978).

O embate epistémico entre estes dois sociólogos pendeu para o mais novo, tornando as suas explicações mais célebres e mais legitimadas pela academia, portanto mais imitáveis e propagáveis – tal como Gabriel Tarde astutamente anunciava. Durkheim terá beneficiado, neste embate, de um conjunto de trabalhos anteriores e com forte eco académico, sobretudo os de Marx (1818-1883) e Engels (1820-1895) sobre classes sociais e “consciência de classe” (Grayling 2020).

Nada disto é novo. A ciência é um processo em múltiplas direções e em permanente construção. Nunca está parada nem é definitiva. Todavia, é importante não criar “caixas negras” sobre os diversos conceitos (Latour 2012). Sobretudo num tempo onde tudo se move a uma “velocidade libertadora” (Virilio 2001), onde reinam culturas como a do hiperconsumo (Lipovetsky 2010), a da ubiquidade (Valéry 2005) e a do presentismo (Hartog 2003).

É o que propomos com este texto: impedir a reificação conceptual em torno do conceito de consciência coletiva, apelando a um uso mais restrito e não tão subjetivo e generalista. Para tal, propomos algo mais de acordo com

as referências do tempo vivido, portanto mais comum, mais ajustável e mais eficaz. Invocamos, assim, o conceito de contingência coletiva, algo mais próximo da filosofia de Heráclito e que proponha uma maior atenção às noções de mudança, movimento e transformação.

Entendemos que esta alteração epistémica permitirá conceder maior primazia aos diversos conceitos inscritos nas dinâmicas de movimento e mudança; o que, em nosso entender, se ajusta mais às dinâmicas que a comunicação atual, eminentemente digital e global, está sujeita.

Se ao invés de pensarmos em consciência pensarmos em contingência, estamos, primeiramente, a conceder primazia à relação do sujeito com o espaço-tempo, com o nada e com a circunstância (Bergson 2011; Sartre 2005; Ortega y Gasset 1967). Se ao invés de pensarmos num coletivo “consciente” pensarmos num coletivo “contingente”, concedemos o enquadramento necessário para justificar ações, pensamentos e representações que a força do tempo vivido indicia e propicia.

Esta procura pela contingência subscreve também Gilles Deleuze (1989: 190): “pertencemos a dispositivos e agimos no seu interior”. É comum apelidarmos de atualidade, a “nossa atualidade”, como a “novidade de um dispositivo em relação aos precedentes”, como é sempre o momento social em que se vive. Porém, tal como entende este filósofo, “o atual não é o que somos, antes aquilo que devimos, aquilo que estamos em vias de tornar-nos, isto é, o Outro, o nosso devir-outro” (Deleuze 1989: 190-191). Neste sentido, pensar em contingência é pensar nos vários devires que pairam nas possibilidades contingentes, nas expectativas dos vários momentos, nos meios, modos e objetos que a atualidade coloca ao nosso dispor.

Este ensaio debruça-se assim sobre os impactos da contingência coletiva na comunicação digital em geral, bem como na dinâmica retroativa que os meios, os modos e os objetos dessa comunicação digital coloca ao dispor do coletivo.

1. Estado da arte: da consciência à contingência

Uma das grandes inovações teóricas do filósofo alemão Karl Marx (1818-1883) foi o diálogo que estabeleceu com os filósofos da Grécia Antiga, apropriando-se inteligentemente de um conjunto de ideias desse passado luminoso reflexivamente e que acabaram por ser decisivas no pensamento filosófico e sociológico ainda hoje. Um dos seus conceitos que resulta desse diálogo alargado é o conceito de consciência de classe (Grayling 2020).

Para alcançar este conceito, Marx partia da ideia de que as pessoas, ao viverem em sociedade, ocupam lugares diferentes naquilo que considerava ser uma “estrutura” dotada de um sistema “estratificador”. As ideias de estrutura e de estratificação acompanharam o seu pensamento, marcando vários os pensamentos vindouros. A ideia de estrutura e de estratos ou camadas encontrava paralelismo na figura geométrica da pirâmide: um topo para poucos e uma base para muitos. Da base ao topo, as sociedades “estruturavam-se”, organizavam-se, gerando diferenciações por camadas onde possibilidades de acessos e de direitos eram diferentes. Marx, refletindo sobre a sociedade capitalista da sua época, percebia que poucos seriam os donos das fontes de produção (fábricas, bancos, propriedades rurais, etc.) e muitos seriam os restantes, contando apenas com a sua força de trabalho para sobreviver. Ao perceber a diferença entre os que tinham “capital” e os que apenas tinham força de trabalho, começou por entender que haveria, pelo menos, duas grandes classes de sujeitos: classes capitalistas e classes trabalhadoras. A isto chamou de “classes sociais”, escrevendo, por outras palavras, que a tal estrutura piramidal se organizaria por camadas estratificadas, e que cada camada corresponderia a uma classe social (Cordón & Martínez 2014).

Porém, ainda não satisfeito com esta observação, Marx fez mais: entendeu, através das suas observações, que cada “classe social” teria a sua “ideologia” e a sua “consciência”. Com o conceito de ideologia, Marx referia-se à classe que dominava naquela contingência. Como essa se tornou “dominada pelos meios de produção”, Marx e Engels (2005: 14) concluíram que “as ideias da classe dominante são, em cada época, as ideias dominantes, isto é, a classe que é a força material dominante da sociedade é, ao mesmo tempo, a sua forma espiritual”. Portanto, a ideologia da classe materialmente dominante impunha-se, restando às restantes classes sociais ou uma obediência ou uma contra-ideologia.

Com o passar do tempo, e dentro deste preceito, as classes trabalhadoras foram instituindo contra-ideologias, rebelando-se contra a ideologia dominante. A isto Marx chamava de “consciência de classe”. Na sua ótica, o reconhecimento de que se pertence a uma classe diferente permite dois estados de consciência: a “consciência de si” e a “consciência para si”. Isto levaria, no seu entender, a um movimento reflexivo por parte dos sujeitos que se reconhecem numa classe, que seria o de pensar a sua “classe” contingente e o de se pensar a sua “classe” desejada. A classe social tomaria o lugar de um “ser” social capaz de pensar em si e no seu futuro mediante o seu capital simbólico contingente (Bourdieu 2011; Grayling 2020).

Direta e/ou indiretamente, o sucesso das ideias de Marx (e também de Engels) desembocaram em grandes reflexões sobre teoria social, influenciando, por imitação, oposição ou adaptação, os teóricos sociais que se seguiram. Essa influência teórica pode ser percebida num dos pais da sociologia, Émile Durkheim (1858-1917), nomeadamente no conceito de “consciência coletiva”, que constitui a base da sua teoria social (Giddens 2004).

Durkheim assume como princípio que o social se sobrepõe ao individual e psicológico, na medida em que os fenómenos sociais têm existência “própria”, são “independentes” daquilo que cada indivíduo pensa e faz. Ao contrário de Marx, e independentemente da classe social, Durkheim entendia que a “consciência coletiva”, constituída por um conjunto de crenças e sentimentos comuns existentes nos membros de uma mesma sociedade, forma um determinado sistema dotado de vida própria, condicionando decisivamente o indivíduo. Nesta ótica, mesmo que o indivíduo possua uma “consciência individual”, as maneiras de se comportar e de interpretar a vida estariam condicionadas pelo seu grupo ou classe social, padronizando condutas e pensamentos (Durkheim 2009).

Se em Marx a “consciência de classe” gerava um “ser social”, ou seja, uma classe social independente do sujeito, em Durkheim uma determinada “consciência coletiva”, padronizadora e limitadora, estaria entranhada para “orientar” o sujeito e a sua ação e pensamento. Teríamos assim dois “seres sociais” poderosos: classe social e consciência coletiva.

Por seu turno, e porque a noção de “consciência” sempre foi um termo ambíguo, sendo identificada como “um certo ‘algo’ que existe sob certas condições e não existe em outras condições” (Mead 1932: 27), o sociólogo Gabriel Tarde (1843-1904) veio apresentar uma nuance a este ponto, revelando um outro “ser social” poderoso, provavelmente até mais do que os que estavam inscritos nos conceitos anteriores na medida em que em seu entender está antes, durante e após a “classe social”, para além de fazer da consciência coletiva uma contingência coletiva (Tarde 1978).

Como? Através da noção de “imitação” e das leis sociais que a regem. O que Tarde nos recordava é que existem três formas universais de repetição: a vibratória (de ordem física), a hereditária (de ordem biológica) e a imitativa (de ordem social). Ainda que todas se interliguem, o propósito deste sociólogo era o de explicar como é que na dimensão social, nomeadamente em humanos (e não na dimensão social dos restantes animais), as coisas se movimentam e se dinamizam. No seu entender, a sociedade começa quando um indivíduo imita outro. Ao fazê-lo, consciente ou inconscientemente,

arrasta todo o social em potência permitindo o contágio, a sugestão (direta e indireta) e a propagação. Num movimento que considera infinito e instável, entende que a imitação inicia o movimento social, permitindo depois o aparecimento da contra-imitação, enquanto resposta que nasce da imitação, e da combinação, que resulta da invenção e que gera adaptação e diferenciação. Independentemente da “classe social” ou da “consciência coletiva”, o ser social “imitação” faz com que todo o fenómeno social e todos os processos de socialização estejam sujeitos às dinâmicas oriundas do confronto, da coligação e da colisão constante entre imitações e factos sociais (Tarde 1978).

Para George Mead (1863-1931), a importância da imitação como facto social também se tornava clara, na medida em que entendia a consciência como algo formado a partir da interação com o outro, e que toda a conversão para “gestos conscientes ou com significado é um mecanismo de adaptação mútua dentro do ato social, uma vez que envolve a adoção, por cada um dos indivíduos que levam a cabo a interação, das atitudes dos outros em relação a ele” (Mead citado em Miller 1973: 891).

Toda esta teoria social, assente na força do facto social ante o individual e o psicológico, teria que se digladiar, mais cedo ou mais tarde, com as teorias psicológicas em geral e com o conceito de “inconsciente” e as suas forças, psicológicas e sociais, em particular.

Foram vários, e até anteriores, os filósofos ocidentais que trabalharam o conceito de “inconsciente”: Arthur Schopenhauer, Bento de Espinoza, Wilhelm Leibniz, Gottlieb Fichte, Hegel, Kierkegaard ou Nietzsche, entre outros (Grayling 2020). Mas onde mais se destacou e se operacionalizou foi na psicanálise de Sigmund Freud (1856-1939). Para este, o inconsciente está entre o somático e o psíquico, definindo nos indivíduos, de modo misterioso e obscuro, as paixões, os medos, as criatividade e até a relação entre vida e morte. Freud explicava e fundava um novo e explicativo “ser social”, isto é, a sociedade partindo do sujeito e da complexidade do seu inconsciente (Abraham 2005).

É, no entanto, um dos alunos de Freud, Carl Gustav Jung (1875-1961), que mais se apropria do conceito de “inconsciente” para explicar a sociedade num sentido de dentro para fora (Neves e Costa 2010). Para isso, forjou o conceito de “inconsciente coletivo” a partir da teoria dos arquétipos. A ideia de “psique coletiva” viria a sublinhar, em certo sentido, o “ser” de Durkheim ao conceder ao coletivo a primazia sobre o indivíduo. No seu entender, o “inconsciente coletivo” estaria marcado por “arquétipos”, ou seja, por imagens primordiais presentes em todas as culturas e condicionadoras de “estruturas sociais”, ações, pensamentos e sentimentos (Jung 1979).

Acrescentado ao “ser social” de Marx (consciência de classe), ao “ser social” de Durkheim (consciência coletiva), ao “ser social” de Tarde (imitação) e ao “ser social” de Freud (inconsciente), o “ser social” de Jung (inconsciente coletivo) permitiria aumentar a complexidade de fatores para explicar a vida social.

Paralelamente, e numa perspectiva mais antropológica, Gilbert Durand (2002) considerava também o conceito de “imaginário” para revelar o misto nascente entre consciente e inconsciente, um portador de possibilidades de realidade e de atualização futuras, refazendo o real e assim assumindo-se como uma visão transgressora em relação ao presente. É nesse sentido que este antropólogo aborda a questão do mito como última possibilidade explicativa, mais não sendo, então, do que um conjunto de símbolos e arquétipos ao estilo de Jung, mas observáveis através de mitemas onde são propostas realidades que antes não existiam.

A este *continuum* teórico que estamos a descrever queremos associar uma outra teoria, que nos parece particularmente acutilante na medida em que sintetiza algumas destas ideias, introduzindo ainda um dado que nos parece de grande importância histórica para o presente e futuro da teoria social: a teoria do ator-rede (Latour 2012). Esta introduz a ideia de que o objeto possui “ação”, na medida em que age por intermédio da influência que provoca no sujeito, consciente ou inconscientemente. Esta perspectiva constitui, em nosso entender, um outro “ser social” que se pode acumular aos restantes já descritos, conferindo ao lado não-humano uma posição de importante ator social.

Todo este edifício teórico interliga-se com a vida atual, marcada fundamentalmente pela comunicação digital. Na perspectiva de McLuhan (2007), o ambiente comunicacional digital marca a “mensagem”, quer dizer, apropria-se dela. Kerkhove (1997) vai mais longe: considera que a “pele cultural” se reveste das dinâmicas comunicacionais, doravante digitais. Neste sentido, os “atores sociais” anteriormente descritos (classe social, consciência, inconsciente, imitação ou elementos não-humanos, como bots, por exemplo) passam a estar marcados por dinâmicas digitais que promovem a plataformização de processos de socialização e sociabilidade em várias dimensões (Van Dijck, 2016).

2. Contingência coletiva: consciente, inconsciente, imitação e imaginário

Tendo em conta os pressupostos conceptuais descritos anteriormente, vamos ensaiar sobre um outro “ser social” que mescla partes de conceitos

anteriores e lhes concede uma importância maior através da sua unificação: trata-se do conceito de contingência coletiva.

Considerar o conceito de consciência de classe, isto é, as crenças e atitudes a respeito da sua classe, condição ou estrutura social e econômica (Marx 2020), implica conhecer em detalhe essa classe, os seus interesses e as suas estruturas funcionais e organizacionais. Tal implica duas coisas: a existência de um conhecimento sobre os processos sócio-históricos; e a percepção subjetiva sobre a própria posição no processo produtivo, gerando uma reorganização política dos sujeitos para uma defesa consciente dos interesses da sua classe.

Em nosso entender, tal não é possível, pelo menos completamente. Por um lado, nem todos os sujeitos possuem conhecimentos para autorreflexão e sócio-reflexão. Por outro, nem a atribuição nem a autoatribuição de pertença, de determinado sujeito ou conjunto de sujeitos a determinada classe, é consensual. Não obstante, entendemos como profícuo nesse conceito a relação entre as crenças e as atitudes, que nos conferem alguma objetividade, bem como a posição do sujeito, em determinada circunstância histórica, que reflete e age, subjetivamente, no seu quadro de representações mentais e sociais.

As críticas ao conceito de consciência de classe não diferem muito das críticas ao conceito de consciência coletiva, na medida em que o termo “consciência” é sempre problemático. A consciência coletiva define-se como um conjunto de crenças e sentimentos, comuns à média dos membros de uma coletividade e geradores de um sistema, determinado, com vida própria (Durkheim 2009). Em nosso entender, a ideia de relação causal entre coletivo e conjunto de crenças comuns na média dos membros de uma comunidade é astuta, na medida em que as crenças podem ser traduzidas de modos semelhantes entre os vários sujeitos e constituem, efetivamente, uma estrutura para o pensamento e ação. Porém, a dificuldade, neste caso, é pensar e estudar “sentimentos”. Aqui, mais uma vez concorrem elementos subjetivos que dificultam o entendimento e a clareza do conceito na sua totalidade. Deste modo, tal como na definição de consciência de classe, aproveitamos, do conceito de consciência coletiva, a parte do conjunto de “crenças comuns”, capazes de gerarem formas, estruturas e dinâmicas com vida própria.

Quanto à dimensão mais psicológica dos processos coletivos, o conceito de inconsciente coletivo, a partir de Jung, remete-nos para algo mais hereditário: esse seria constituído pelos arquétipos herdados, imagens ancestrais onde residem traços funcionais comuns a todos os seres humanos (Jung

1979). Apesar da dificuldade de clarificar a origem destas imagens, e de Jung reforçar em demasia as forças que roçam em qualquer coisa de ordem genética e hereditária e excluindo processos como os de ensino, socialização e imitação na (re)produção de imagens virtuais e arquetípicas, não podemos deixar de considerar a dimensão coletiva dos inconscientes e do princípio de individuação de imagens e imaginários para o sujeito e para o coletivo. Ainda que, apesar do exposto, entendamos contingência coletiva como reflexo de construções, de representações sociais e de associações e imitações individualizadas e nunca como herança ou genética individualizada.

Além disso, consideramos oportuno e necessário acrescentar à dimensão de inconsciente a noção de imaginário, ou melhor, imaginários (já que estes variam mesmo sobre os mesmos assuntos). Quer dizer, essa massa de imagens geradas nos processos de educação, socialização, individuação, imitação e sociabilidade que servem de farol para a criação de representações, subjetivações e objetivações (Durand 2002).

Finalmente, o conceito de imitação. Em nosso entender, este conceito está num patamar privilegiado em toda esta teoria, na medida em que reflete o *devoir-outro*, a transmissão e o movimento do social, da qual aprendizagens, expressões, interações, representações e ações ficam reféns. Assim, a imitação permite a unificação de todas as partes conceptuais que vamos assumir dos conceitos anteriores. Crenças, ideias, opiniões, valores, opiniões e representações (de conscientes, inconscientes e imaginários) só se estabelecem porque a imitação as movimenta socialmente. E aqui usamos o conceito de imitação a partir de Gabriel Tarde, ainda que numa versão ligeiramente mais alargada: a imitação como um movimento social, consciente e/ou inconsciente, socializado e/ou individualizado, que arrasta uma força latente e manifesta e todo o seu contrário (contra-imitações), mas também adaptações coletivas e subjetivas e, por isso mesmo, inovações e diferenciações.

Neste caso não se trata de um conceito de imitação essencialista, ao estilo de Platão, onde existiria um ideal e o resto seriam cópias imperfeitas. Pelo contrário, entendemos a imitação mais como um sistema aristotélico, onde o sujeito “imitador” faz uma apropriação própria, em função de meios, de modos e de condições materiais, subjetivas e contingentes, para exprimir essa dinâmica. Em nosso entender é precisamente a imitação social, na sua tripla dinâmica – imitar, contra-imitar e adaptar, inovando – que tornará objetivo, operacional, mensurável e dinâmico o conceito de contingência coletiva.

Um exemplo concreto no seio da atual comunicação digital: é criada, por algum inovador, uma imagem com mensagem (meme digital); esse

meme é partilhado por um influenciador (nos termos de Tarde, um iniciador); por sua vez, os seguidores (imitadores) tendem a propagar, partilhando ou imitando a ideia ou lógica inscrita no meme; finalmente, um conjunto de contra-imitadores discordam da ideia ou lógica inscrita, abrindo a porta à contra-partilha ou mesmo à criação de um meme com lógica antagónica. Esta tensão lógica é um dos princípios da imitação em Gabriel Tarde (1978), muito presente na atual comunicação digital.

Neste sentido, propomos um conceito de contingência coletiva como o resultado dessa mescla entre os conceitos de consciência de classe, consciência coletiva, inconsciente coletivo, imaginário e imitação social enquanto concentrado potencial que habita no momento vivido.

3. Intelectos contingentes: os atores principais da contingência coletiva

Ao considerarmos a contingência coletiva como força potencial, disposta para a interpretação objetiva e subjetiva nas múltiplas dimensões da vida dos sujeitos, grupos e coletividades, consideramos que a sua grande mais valia é, precisamente, o conjunto de potenciais que condensam, no mesmo tempo e espaço, potencialidades. Esse núcleo gera outras forças, múltiplas e dispersas. A essas forças, lógicas e inicialmente assentes em fins a atingir, chamamos de “intelectos contingentes” (Costa 2020a) – conjuntos encadados de entendimentos e lógicas que se alastram em comunidades e que penetram, de modos distintos, o corpo social, ora limitando ora orientando ou mesmo dificultando o entendimento noutra sentido que não o desejado pelos seus objetivos iniciais.

Para exemplificar, pensemos na pandemia do Covid-19. Esta tornou-se possível porque a OMS (Organização Mundial de Saúde), instituição aceite por grande parte dos países como legítima e representante das ciências médicas, considerou, através de um conjunto de pareceres científicos produzidos por instituições parcerias, a sua efetividade, quantitativa e qualitativa. Anunciada como pandemia por esse legitimado emissor (OMS), gerou-se um conjunto de intelectos contingentes que imitaram os seus pressupostos. Por sua vez, refletindo por sua vez as instituições máximas de saúde de cada país, estes intelectos contingentes propagaram-se através das possibilidades que a contingência coletiva permitiu (Sousa *et al.* 2020).

Os intelectos contingentes constituem-se, assim, em atores principais da contingência coletiva, conferindo-lhe corpo objetivo ao apelarem a en-

tendimentos e lógicas circulantes no tempo vivido. São tanto ou mais poderosos quanto mais aceites e legítimos socialmente. Os reforços legitimadores que recebem ampliam os seus impactos.

Em certo sentido, esta relação entre contingência coletiva e seus atores (intelectos contingentes) estabelece uma relação entre ser e tempo ou ser e contingência, tal como afirmava Ortega y Gasset (1967): eu sou eu e a minha circunstância. Sendo que o “eu”, humano ou não-humano, é sempre um ator investido de intelectos. Neste caso, tanto pode ser tanto um humano como um objeto técnico investido por outros intelectos, como por exemplo os algoritmos persuasivos, cada vez mais presentes nas plataformas digitais (Costa 2020b).

Um outro exemplo: a circunstância da máquina de Turing era a de um “ser” investido por outros intelectos anteriores e contingentes, técnicos e sociais, onde confluíam forças que tinham como objetivo resolver questões mecânicas e elétricas, mas também sociais, entre as quais as forças que brotavam da necessidade de prever investidas dos alemães da II Guerra Mundial (Copeland 2004). Em certo sentido, a máquina de Turing, tal como as máquinas em geral, investidas por intelectos contingentes anteriores, subscrevem o princípio descrito por Alexander Graham Bell: grandes descobertas e progressos envolvem invariavelmente a cooperação de várias mentes. Ora, para Ortega y Gasset (1967) o “eu sou eu” está aberto, como nunca, à circunstância, isto é, à concentração do espaço-tempo que atualiza e que rodeia o “eu” no momento. Esta é uma realidade por um lado diferente do “eu” e ao mesmo tempo inseparável da sua atualização contingente. Como sugeria Tarde (1978), “o real não é explicável senão ligado à imensidade do possível, isto é, do necessário sob condição, em que ele navega como a estrela no espaço infinito. O realizado parece não ser mais do que um fragmento do realizável” (Tarde 1978: 18). Entende-se que não há como tomar “eu” e “nós” sem tomar como ponto de partida a respetiva contingência enquanto fragmento do realizável.

Partindo daqui, consideramos a importância da contingência coletiva na relação eu/nós e no facto de não ser possível considerar a existência sem a contingência e as suas múltiplas forças, potenciais e factícias. Os intelectos são sempre contingentes neste sentido, demonstrando sempre a força das ondas da contingência coletiva. Tal leva-nos a reforçar esta ideia: o “ator” está permanentemente numa “rede” sociotécnica e contingente (Latour 2021), movendo-se numa teia de complexidades (Morin 1977) que abarca diversas redes relacionais, no presente (Capra 1997).

De facto, a contingência coletiva, encharcada de “intelectos contingentes” que condicionam entendimentos e lógicas, influenciam o ator-na-rede. Comunidades inteiras estabelecem associações com intelectos contingentes, sobretudo com os mais dominantes e salientes, abrindo a possibilidade para a geração, afirmação e legitimação de modos de pensar, sentir e agir e tendo como fatores dinâmicos a imitação, a contra-imitação e a adaptação (Costa 2020a). É dentro desta perspetiva que enunciamos a existência de fenómenos contingenciais, de ordem grupal ou coletiva, com linguagens próprias, semelhantes, comuns, ainda que com matizes e diferenças entre os seus membros.

4. A comunicação digital como amplificadora da contingência coletiva

Em nosso entender, a noção de contingência coletiva deve então substituir constantemente a noção de consciência coletiva por ser mais objetiva, mensurável, eficaz e adequada ao tempo, ajustando-se às idiosincrasias dos diversos momentos e acontecimentos. Sendo um conceito mais histórico do que presentista, de acordo com o anteriormente exposto, une passado e presente de um modo teoricamente mais integrado.

Toda esta reflexão desemboca, precisamente, num tempo onde impera a comunicação digital. Dentro de lógicas imediatistas, ubíquas, presentistas e globalistas, a atual comunicação digital e plataformista é exímia em colocar em circulação expressões e lógicas, sobretudo parciais, de intelectos contingentes. Nestas redes surgem diversos tipos de reações, imbuídos de atmosferas retroativas que se alimentam de emoções, de momentos, de egos e de subjetividades. Bauman (2007) descreve estas redes como extensões dos sujeitos, em movimento espelhado, onde se adiciona o que interessa e se cancela o que não interessa ao ego. Na mesma linha surge Byung Chul Han (2018), que considera que isto reflete uma constante expulsão do outro, onde vivemos solitário, com o próprio ego sempre ao espelho.

A ideia é a de que a comunicação digital amplifica, em múltiplos sentidos e através da disseminação em massa de intelectos contingentes, o poder e a expressão daquilo que é a própria contingência coletiva. E que tal gera uma lógica de retroalimentação. O crescimento de certos fenómenos digitais, tal como veremos a seguir, deve-se, precisamente, à junção de consciências que na contingência se puderam tornar mais comuns e conectadas devido às novas tecnologias de informação e comunicação. Por um lado, de facto, verificam-se nestas plataformas digitais pessoas saturadas com promessas políticas

e sociais de um mundo mais justo, revelando, consciente e inconscientemente, sensações de frustração e vazio (Lipovetsky 2010). Por outro, observa-se a imitação, o contágio social e o uso de arquétipos adequados à contingência coletiva, ora para revelar um certo niilismo, ora para atingir revelar um certo niilismo ou então para atingir fins individuais, com foco no lucro e na finança. Por outro lado, também se verificam empreendimentos positivos, assentes em princípios altruístas e focados na partilha, na solidariedade e na expressão livre. É o caso das correntes de solidariedade e de amor, que geram depois efeitos concretos no auxílio de casos particulares, e que circulam constantemente nessas mesmas redes.

Todavia, não é só de amplificação que a comunicação digital vive. Descrevemos anteriormente o processo tardeano de imitação em torno de um meme: inovação (criação), iniciação de corrente; imitação (partilhas) e contra-imitação, gerando duelo lógico ou mesmo nova inovação. Este processo é particularmente constante no seio da comunicação digital, intervindo na contingência coletiva, nos intelectos contingentes e nos modos de sociabilidade, conversação e associação sócio-mental. Para demonstrar esta tese, e aplicando os pressupostos teóricos anteriormente anunciados, vejamos três fenómenos recorrentes que demonstram as implicações dos processos de comunicação digital atual: o ódio no Facebook, o uso de arquétipos no YouTube e a dimensão da “verdade” na Wikipédia.

4.1. O ódio no Facebook: imitar a contingência coletiva

Em “Uma cartografia do ódio no Facebook: Gatilhos, insultos e imitações” (Costa 2020c), o investigador recorda que a popularização das plataformas sociais digitais veio introduzir facilidade e instantaneidade na expressão pública dos atores. Tal terá proporcionado um aumento de debates na internet. A questão é que esta popularização deu maior visibilidade aos discursos de ódio e à intolerância, expondo insultos e modos de violência (Waldron 2010). Estarão em causa responsabilidades, individuais e regulatórias, de âmbito nacional, internacional e empresarial. Este estudo acabou por expor um lado pernicioso das possibilidades sociotécnicas contingentes: opiniões, ilações, imitações e contra-imitações sobre os mais diversos assuntos conquistaram um palco público e mais alargado, passível de ser replicado e alvo de conteúdo que pode servir coligações, conversações, relações e sociabilidades na dimensão do ódio, algo inédito até agora numa perspetiva globalista (Costa 2020c).

Ainda de acordo com este estudo, os gatilhos que ativaram conversações em que insultos e ódios tomaram a dianteira foram os que resultaram, precisamente, de processos de imitação – discursos, ideias e opiniões dominantes, sobretudo. O resultado das análises às notícias mais partilhadas, comentadas e com mais gostos revelaram uma forte presença de discursos de ódio e de insultos em assuntos que a contingência coletiva faz aparecer. Observou-se uma maior presença de discursos de ódio nas notícias mais comentadas e que às mais comentadas o algoritmo do Facebook tende a conceder maior privilégio de aparição no *feed* de notícias (Costa 2020c).

Existem aqui duas nunces importantes. Por um lado, ódios e insultos, que depois se tornam dimensões imitáveis e contagiáveis. Esta ira provém de descontentamentos generalizados face a promessas políticas e sociais, que foram sucessivamente feitas e sucessivamente incumpridas. Estas expressões de ódio e insulto revelam, em parte, uma forma de expressão contra-hegemónica face aos poderes dominantes da contingência, demonstrando descontentamentos generalizados e muitas vezes dispersivos, sem qualquer consciência (de classe, de comunidade, de coletividade) (Costa 2020c).

Por outro lado, este estudo revela também que os índices de ódio mais elevados foram encontrados em certos temas: “futebol”, “política” e “crime/agressão” (Costa 2020c). Neste caso, vemos as dimensões emocionais a revelar a sua potência: o futebol como paixão coletiva, a política como processo de má gestão da coisa pública e o crime/agressão associado à sensação de injustiça. Isto revela, por um lado, que a dimensão mais emocional da vida social reflete um poder, várias vezes ignorado, na atual contingência. Como resposta, comentários, insultos e discursos carregados de sentimentos de ódio pouco mais refletem do que uma atitude niilista, quer dizer, uma visão cética e radical da realidade contingente, maioritariamente pessimista em relação às interpretações da atualidade, diluindo ou mesmo aniquilando valores e crenças nas instituições mencionadas (governos, tribunais e atos de corrupção, entre outros). Por outro, todas estas dinâmicas instalaram-se nos modos e conteúdos da sociabilidade, gerando mal-estar social e posicionamentos de rejeição face aos poderes instalados.

4.2. Os arquétipos usados no YouTube para manipular a consciência coletiva

Já no estudo “A presença de arquétipos nos *youtubers*: modos e estratégias de influência” (Costa 2020d), o autor dá conta das principais mudanças

ocorridas nos modos de influência, onde constam novos formatos possibilitados por plataformas digitais, como é o caso do YouTube. Através do estudo a algumas celebridades dessa plataforma, o autor conclui que nasceram formas de influência que mesclam esquemas antigos com sistemas sociotécnicos novos. A partir da teoria dos arquétipos, o autor percebeu a presença de arquétipos como base das estratégias de influência: nos títulos, na construção, na legitimação e até na manipulação de conteúdos.

De forma geral, esse estudo conclui que a criação de figuras e elementos comuns (brincadeira, raiva, violência, vingança, sombra, mãe ou Deus), entre produtor e consumidor, é uma das estratégias mais comuns para “capturar” a atenção dos que assistem aos vídeos (Costa 2020d).

Nada disto é novo. A influência foi sempre alvo de estratégias de captura da atenção. A novidade aqui é o formato vídeo, o uso de algoritmos persuasivos e a profissionalização destas práticas. Essa conjugação de fatores revela parte do seu sucesso numérico, tanto em visualizações como em lucros. O modo como esses arquétipos são convocados, “juntamente com as estratégias utilizadas no *storytelling* e as dinâmicas de marketing, casam perfeitamente quando orientadas para grandes massas de públicos infanto-juvenis” (Costa 2020d:16). Para o autor, a ligação entre arquétipos, ora de modo estratégico, ora de modo prático e pragmático, “como por exemplo na fusão entre Anima e Sombra ou entre Eu Superior e Criança, revela tanto uma inteligência social entre os que pensam os vídeos como uma inteligência prática que já funciona noutros tipos de ecrãs” (Costa 2020d: 16).

Neste sentido, este estudo veio corroborar a ideia de que as escolhas de conteúdos são fruto de estratégia e manipulação através do uso de intelectos contingentes sobre a matéria que circulam em redes de profissionalização para o efeito. Ser *youtuber* é estar investido por estes intelectos contingentes articulados na arte da captura da atenção com os meios, modos e objetos que a contingência disponibiliza. Por outras palavras, o que aqui está em questão é que os ídolos do desporto, do cinema, de televisões, etc., que faziam reforços publicitários a produtos e consumíveis, serviram de base a uma nova forma de celebridade ecrânica: o *youtuber*, que conta estórias ou elabora umas teorias e que captura a atenção de milhares de jovens e crianças, aliando as possibilidades sociotécnicas da contingência coletiva às representações, imaginários, inconscientes e imitações circulantes na atual contingência.

Por seu turno, entre os que não consomem os referidos produtos anunciados e animados por representações arquetípicas nos canais de YouTube, a força de influência, ao ser transferida para os influenciados, movimenta-se

através de processos de partilha, socialização e imitação que a contingência coletiva permite e vaza em todas as direções para os pares dos influenciados, capturando mais uns quantos nos diversos tipos de interações sociais. Aqui, é a própria contingência coletiva em modo de permanente retroalimentação. Neste sentido, e com recurso a imagens, montagens e vídeos partilháveis e comentáveis, a atual contingência coletiva beneficia o *youtuber* enquanto líder de opinião e construtor de intelectos contingentes em diversos vasos comunicantes. O que, em certo sentido, é mais do que influência pessoal. Estes constructos alimentam estereótipos, sublinham estratégias, reproduzem arquétipos, propagam narrativas e capturam públicos para produtos – tudo isto numa só dinâmica que converge com diversos meios sociotécnicos.

4.3. Verdade enquanto verificabilidade contingente: o caso da Wikipédia

A noção de verdade sempre esteve ligada à contingência. A filosofia da ciência é a primeira a usar o mantra da verdade enquanto processo pronto para a mudança em caso de novas descobertas (Grayling 2020). Porém, se nos casos do Facebook e do YouTube os algoritmos persuasivos apresentam fortes influências nas formas de capturar os sujeitos e de lhes mostrarem uma certa verdade do mundo, através das sugestões que aparecem nos *feeds* de notícias, o mesmo não acontece na plataforma da Wikipédia. Nesta plataforma, o fenómeno é outro: ali não se propagam intelectos contingentes com base em interesses subjetivos, patrocinados (pelo menos diretamente) e arbitrários, à medida de objetivos particularistas. As suas regras são mais exigentes com a “verdade” que lá entra, pois implicam fontes verificáveis, discursos neutrais e nada de opinião ou investigação inédita. A verdade surge como a verificabilidade que a contingência, científica, jornalística ou enciclopédica, oferece (Costa 2021).

Neste aspeto, a Wikipédia surge como um exemplo de retroalimentação positiva. Com vinte anos de idade, portanto mais velha do que os gigantes Facebook e YouTube, é alimentada num quadro de pilares fundacionais que visam, fundamentalmente, quatro grandes pressupostos análogos ao *ethos* científico em Robert K. Merton (1973): universalismo, comunismo, desinteresse e ceticismo organizado. Pressupostos que estão plasmados, precisamente, nos pilares fundadores anunciados pela Wikipédia (Costa 2021).

A questão da Wikipédia e o cumprimento, por parte das suas comunidades, de um *ethos* que visa a neutralidade, a verificabilidade e “nada de

escritos inéditos”, existe precisamente numa contingência coletiva marcada pela desinformação (Costa 2021). De acordo com Avi Tuschman (2021), essa está crescentemente composta por intelectos contingentes baseados em desinformações, pós-verdades e *fake news*. Para este investigador, a solução para essa “epidemia” pode estar, precisamente, numa massa contingente que circula na Internet e que está livre de pressões políticas e financeiras, como acontece nas comunidades voluntárias da Wikipédia.

De facto, os tempos atuais estão marcados por “informações errôneas [que] são injetadas a todo o instante em nossos canais de social media para manter a sociedade dividida, desconfiada e paralisada” (Tuschman 2021: §5). Para isso também concorrem os algoritmos, estruturas de recomendações guiadas por inteligência artificial que nos conduzem a conteúdos que “exacerbaram a polarização política. E até governos estrangeiros trabalham na manipulação de algoritmos para interferir nas eleições estrangeiras – foi o caso nos EUA, tanto no pleito de 2016 quanto no de 2020” (Tuschman 2021: §5).

Esta dinâmica, associado a ecrãs em permanente convergência com a internet, geram-se cadências de vetores informacionais assentes em eventos contingenciais. Regressemos novamente ao exemplo da pandemia do Covid-19: durante mais de um ano, a desinformação terá gerado mais de metade das mortes (Tuschman 2021: §6).

O que é que aconteceu para que a desinformação ganhasse tanto terreno? Para Tuschman (2021), o trio Google-YouTube-Facebook coloca um desafio sem precedentes ao mundo informacional, na medida em que “organiza as informações globais de acordo com algoritmos que se baseiam na popularidade” (Tuschman 2021: §8). Isto comporta um problema de fundo, pois apesar dos inúmeros benefícios desses sistemas sociotécnicos, essa popularidade “pretendida” apresenta “uma relação incômoda com a veracidade: conteúdos virais espalham rapidamente informações pouco confiáveis. Mais de 25% dos vídeos mais vistos no YouTube em inglês sobre o coronavírus contêm desinformação” (Tuschman 2021: §8). Além disso, ao atuarem diretamente sobre as emoções primárias, as notícias falsas acabam por ter um impacto social mais incisivo, já que “se alastram seis vezes mais rápido do que as informações verídicas” (Tuschman 2021: §8).

Em certo sentido, é isso que nos revela agora este investigador: resolver a “crise de informações errôneas requer uma terceira entidade “mágica” que não tenha incentivos para manipular as informações por motivos econômicos ou políticos” (Tuschman 2021: §10).

No seu entender, essa entidade é a Wikipédia, que não “evoluiu para

organizar conteúdos a partir da popularidade. O quinto maior website do planeta (sem contar a China) organiza as informações de acordo com fatos documentados de modo confiável. Está acima de Amazon, Netflix e Instagram. Falo da Wikipédia” (Tuschman 2021: §11).

Mas qual é a precisão da Wikipédia? Podemos confiar nas suas comunidades? Tuschman é contundente a este respeito:

Em 2005, um estudo cego publicado na revista *Nature* concluiu que a Wikipédia não continha erros mais sérios do que a enciclopédia *Britannica*. Em 2007, um periódico alemão replicou esses resultados em relação à *Bertelsmann Enzyklopädie* e à *Encarta*. Em 2013, a Wikipédia já havia se tornado o recurso médico mais consultado do mundo, com 155 mil artigos escritos em mais de 255 idiomas e 4,88 bilhões de acessos a páginas naquele ano. Entre 50% e 70% dos clínicos e mais de 90% dos estudantes de Medicina hoje utilizam a Wikipédia como fonte de informações de saúde. (Tuschman 2021: §12)

Para Esteves (2012), a grande questão da comparação com outras enciclopédias nem sequer é tanto a questão dos erros e dos acertos, mas antes a da continuidade de edições, ou seja, o facto de a Wikipédia estar sempre a ser editada e atualizada. Na comparação entre a Wikipédia e a enciclopédia *Britannica*, a última “teve pouco menos erros factuais que a Wikipédia (123 a 162)” (Esteves 2012: §30), mas o mais sublinhado é que em temas como “Lipid” [Lipídeo] a Wikipédia não continha nenhum erro contra três da *Britannica*, e que seis anos depois desse mesmo estudo o verbete Lipid já teria sido “modificado 1750 vezes” (Esteves 2012: §30).

Tuschman e Esteves não são casos únicos neste elogio à Wikipédia. O jornal *Washington Post* reparou na abordagem da Wikipédia quanto à covid-19 como “um raio de esperança em um mar de poluição” (Tuschman 2021: §13).

Em suma, o que faz da Wikipédia um bastião ao serviço da ética contrária à desinformação é o intelecto contingente formado a partir da mescla entre o espírito do conhecimento livre e o espírito científico em geral, algo que se adaptou, através de imitações renovadas pelas tecnologias atuais, aos tempos da internet. Na sua estrutura, a verdade surge como uma verificabilidade contingente e permanentemente supervisionada por uma comunidade humana, assistida de modo complementar por *bots* e *scripts*. O seu ecossistema reflete uma sociocracia com objetivos de conhecimento neutro, verificável e livre e não com fins de popularidade, alcance e lucro (Costa, Pernet e Martins 2021).

Considerações finais

Longe vai o tempo de Marx e Durkheim, de onde surgiu a noção de consciência coletiva. No entanto, cada época, devido aos seus meios, modos e objetos, exige as suas próprias renovações conceptuais. Pensar numa contingência coletiva permite-nos (re)situar, no espaço-tempo, a reflexão e a análise sociológica. Enquanto investigadores inseridos no interior de dispositivos que superam os sujeitos, consideramos urgente situar essas transcendências conferindo-lhes objetividade.

Quisemos demonstrar, com os exemplos invocados (do ódio, da influência e da desinformação/verdade), que na atual contingência sociotécnica circulam os mesmos dilemas da vida “offline”, de agora e de outrora, todavia renovados por dinâmicas sociotécnicas novas e por maiores possibilidades de amplificação e propagação. Daí a importância da tese de que a contingência coletiva é, devido às diversas capacidades e convergências técnicas, mais urubórica e retroativa. Esta alimenta a comunicação digital, e por seu turno é simultaneamente amplificada.

Há questões que podem agora ser feitas: temos hoje maior “consciência coletiva” dos dilemas, constrangimentos e desafios gerados pela vida em sociedade? Somos agora, com estes aparatos comunicacionais, mais eficazes na sua gestão? Ou continuamos sem “consciência coletiva”, reféns de questões mundanas, privadas e individuais? Em nosso entender, a contingência é a primeira e a última palavra das respostas a estas perguntas. Vivemos num determinado quadro sociológico, dominado por intelectos contingentes que se impõem e que criam as linhas dominantes da ação, do pensamento, do imaginário, da imitação e da expressão. A contingência coletiva coloca-nos sob determinadas perspetivas que, ainda que possam ser contornadas, colocam limitações e entraves, individuais e sociais. O grito de revolta manifestado pelos discursos do ódio na plataforma do Facebook, ou os jovens que assistem aos vídeos dos seus *youtubers* e com isso constroem discursos, arquétipos e imaginários, distinguem-se do passado não tanto pela tomada de “consciência”, mas mais pela tomada de “contingência” das linhas de força que circulam no digital. A proliferação da desinformação e das *fake news*, e de certo modo a resposta imposta pelas comunidades voluntárias de wikipedistas, serve de indício de que não é a “consciência” que toma a dianteira – caso contrário estaríamos no estrito domínio do racional e do objetivo, portanto do “consciente”. Pelo contrário, esse é o revelar da potência de

discursos contra-hegemônicos, eminentemente políticos, que refletem, precisamente, o mal-estar que se vive na contingência, bem como uma ausência, em sentido lato, exatamente de “consciência coletiva”. Tudo o que é social é eminentemente político. E toda a política é contingência, quer dizer, agregado de intelectos contingentes que atua na contingência coletiva.

Os três casos invocados servem de exemplo para mostrar como a contingência comunicacional coletiva marca decisivamente os ritmos sociológicos, produzindo várias dinâmicas digitais de retroalimentação (positivas e negativas) e, com isso, uma conseqüente amplificação da sua força nas diversas esferas humanas.

Dentro da forma comunicacional digital, dá-se a interferência da instantaneidade, da ubiquidade, da partilha mediada, da sugestão e da conversação à distância ou até da reescrita de memória e história, trazendo de longe e levando para longe vagas humanas de movimento e interação. A contingência coletiva cumpre-se assim no digital, condensando esse agregado – instantâneo, ubíquo e imediato – num potencial sempre em aberto de objetividades e subjetividades.

Referências bibliográficas

- Abraham, G. (2005): *O sonho do século. A psicanálise cem anos depois*. Braga: Círculo de Leitores.
- Ambrizzi, T., Rehbein, A., Dutra, L. M e Crespo, N. M. (2021): *Mudanças climáticas e a sociedade*. São Paulo: IAG.
- Bauman, Z. (2007): *Vida Fragmentada: Ensaio sobre a moral pós-moderna*. Lisboa: Relógio D'água.
- Bergson, H. (2011): *Ensaio sobre os dados imediatos da consciência*. Lisboa: Edições 70.
- Bourdieu, P. (2011): *O poder simbólico*. Lisboa: Edições 70.
- Capra, F. (1997): *A Teia da Vida*. São Paulo: Cultrix.
- Copeland, B. J. (2004): *The essential Turing. The ideas that gave birth to the computer age*. Oxford: Clarendon Press.
- Cordón, J. M. N. & Martinez, T. C. (2014): *História da filosofia. Dos pré-socráticos à filosofia contemporânea*. Lisboa: Edições 70.
- Costa, P. R. (2020a): “Eu sou tu. Tu és intelecto contingente”. In: J. P. Neves; P. R. Costa; P. de V. Mascarenhas; I. T. de Castro & V. R. Salgado (Eds.), *Eu sou tu. Experiências ecocríticas* Braga: CECS, 269-292. DOI: <http://10.21814/1822.68550>
- (2020b): “Impactos da captologia. Problemáticas, desafios e algumas conseqüências do “dar vistas” ao ecrã em rede”. In: *Sociologia Online*, 23. Internet.

Disponível em <https://revista.aps.pt/pt/impactos-da-captologia/> (consultado em 2 de maio de 2021).

----- (2020c): “Uma cartografia do ódio no Facebook: gatilhos, insultos e imitações”. In: *Comunicação Pública*, 15(29), 01-28. Internet. Disponível em <https://journals.openedition.org/cp/11367> (consultado em 2 de maio de 2021).

----- (2020d): “A presença de arquétipos nos youtubers: modos e estratégias de influência”. In: *Revista Galáxia*, 45, 5-19. Internet. Disponível em <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25532020347613> (consultado em 5 de maio de 2021).

----- (2021): “O ethos wikipedista como modo de combate à desinformação”. In: *Revista Liinc*, 17, 1.2. (no prelo).

Costa, P. R. e Neves, J. P. (2010): “A Individuação Eco(socio)lógica na Pós-Modernidade”. In: *Comunicação e Sociedade*, 18, 173-192. Internet. Disponível em [https://doi.org/10.17231/comsoc.18\(2010\).997](https://doi.org/10.17231/comsoc.18(2010).997) (consultado em 5 de maio de 2021).

Costa, P. R., Pernet, P. S. e Martins, M. L. (2021): “Wikipédia em língua portuguesa. Dinâmicas, estruturas e dilemas na colaboração para o conhecimento”. In: *Revista de Ciências Humanas*, 15, 1 (no prelo).

Deleuze, G. (1989): “Qu’est-ce qu’un dispositif?” In: *Michel Foucault Philosophe. Rencontre Internationale*. Paris: Seuil, 185-195.

Durand, G. (2002): *As estruturas antropológicas do imaginário*. São Paulo: Martins Fontes.

Durkheim, E. (2009): *Educação e Sociologia*. Lisboa: Edições 70.

Esteves, B. (2012): “Cooperação conturbada: quem são e por que brigam os editores da Wikipédia em português”. *Piauí – Folha de São Paulo*. Internet. Disponível em <https://piaui.folha.uol.com.br/materia/cooperacao-conturbada/> (consultado em 10 de maio de 2021).

Giddens, A. (2004): *Sociologia*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Grayling, A. C. (2020): *Uma história da filosofia*. Lisboa: Edições 70.

Han, B.-C. (2018): *A expulsão do outro: Sociedade, percepção e comunicação hoje*. Lisboa: Relógio D’água.

Hartog, F. (2003): *Regimes d’Historicité: presentisme et experiences du temps*. Paris: Seuil.

Jung, C. (1979): *O Eu e o Inconsciente*. Petrópolis: Editora Vozes.

Kerkhove, D. (1997): *A pele da cultura*. Lisboa: Relógio D’água.

Latour, B. (2020): “Por que a crítica perdeu a força? De questões de fato a questões de interesse”. In: *O que nos faz pensar – Cadernos do Departamento de Filosofia da PUC-Rio*, 29(46), 173-204. Internet. Disponível em DOI:10.32334/oqnfp.2020n46a748 (consultado em 7 de maio de 2021).

Latour, B. (2012): *Reagregando o social: uma introdução à teoria do ator-rede*. Salvador: Edusc.

Lipovetsky, G. (2010): *A Cultura-mundo. Resposta a uma sociedade desorientada*. Lisboa: Edições 70.

McLuhan, M. (2007): *Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem*. São Paulo. Cultrix.

Martelli, A. e Martelli, F. P. (2021): “Pandemia causada pelo sars-cov-2. Causador da covid-19 e as correlações com as escrituras sagradas”. In: *CPAQV Journal*, 13 (1). Internet. Disponível em <http://www.cpaqv.org/revista/CPAQV/ojs-2.3.7/index.php?journal=CPAQV&page=article&op=view&path%5B%5D=712> (consultado em 7 de maio de 2021).

Marx, K. & Engels, F. (2005): *Manifesto comunista*. São Paulo: Boitempo editorial.

Marx, K. (2020): *O Capital (Edição popular)*. Lisboa: Edições 70.

Mead, G. H. (1932): *The Philosophy of the Present*. Chicago: University of Chicago Press.

Miller, D. L. (1973): *George Herbert Mead: Self, Language, and the World*. Austin: University of Texas Press.

Morin, E. (1977): *La méthode 1: A nature de la Nature*. Paris: Editions du Seuil.

Ortega y Gasset, J. (1967): *Meditações do Quixote*. São Paulo: Iberoamericana.

Ramos, J. e Maior, P. S. (2021): “Inventando a dignidade: a emergência da luta homossexual organizada no paraná”. In: Elenita Pereira & Rose Debiasi (orgs), *Movimentos sociais e resistência no sul do Brasil*. Curitiba: Appris Ltd.

Sartre, J. P. (2005): *O Ser e o Nada. Ensaio de Ontologia Fenomenológica*. São Paulo: Vozes.

Sousa, V., Costa, P.R., Capoano, E. e Paganotti, I. (2020): “Riscos, dilemas e oportunidades: atua o jornalística em tempos de Covid-19”. In: *Estudos em Comunica o*, 31, 1-33. Internet. Disponível em DOI: 10.25768/20.04.03.31.01 (consultado em 1 de maio de 2021).

Tarde, G. (1978): *As leis da imita o*. Porto: R s Editora.

Tuschman, A. (2021): “Crise da desinforma o será superada a partir de exemplos como a Wikipédia, defende pesquisador”. *GZH Comportamento*. Internet. Disponível em <https://gauchazh.clicrbs.com.br/comportamento/noticia/2021/04/crise-da-desinformacao-sera-superada-a-partir-de-exemplos-como-a-wikipedia-defende-pesquisador-cknt1r220002w016uafnlfykm.html> (consultado em 4 de maio de 2021).

Valéry, P. (2005): “A Conquista da Ubiquidade”. In: *Revista de Comunica o e Linguagens*, 34/35, Lisboa: Relógio D’ gua, 313-315.

Van Dijck, J. (2016): “The platform society”. In: *Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft*. Vídeo (83 min). Internet. Disponível em: <https://bit.ly/2zvf7tk> (consultado em 4 de maio de 2021).

Veloso, B. (2021): “A fragiliza o dos vínculos na educa o a distância e as implica es para a docência virtual: perspectivas a partir da sociologia de Durkheim”. In: *Revista Multidisciplinar De Educa o E Meio Ambiente*, 2(2), 39. Internet. Disponível em <https://doi.org/10.51189/rema/918> (consultado em 4 de maio de 2021).

Virilio, P. (2000): *A velocidade de liberta o*. Lisboa: Relógio D’ gua.

Waldron, J. (2010): “Dignity and defamation: The visibility of hate”. In: *Harvard Law Review*, 123 (7). Internet. Disponível em <https://harvardlawreview.org/2010/05/dignity-and-defamation-the-visibility-of-hate/> (consultado em 4 de maio de 2021).

A HUMANIZAÇÃO DO OUTRO NA COBERTURA JORNALÍSTICA DE ANTONIO PAMPLIEGA NOS CONFLITOS CONTEMPORÂNEOS DO AFGANISTÃO

Eduardo Ritter (Universidade Federal de Pelotas)

ABSTRACT

The stories are not unique, as there are several versions for the same facts. Thus, the Nigerian writer Chimamanda Ngozi Adichie tries to bring to the public, through her works, the various possible readings of reality. The same goes for journalism. One of the challenges of the 21st century is to overcome the barrier of over-quantification and remote coverage to humanize statistics. Contemporary conflicts in Afghanistan are an example of this. While the international coverage of vehicles in the western world is limited to surveys and data interpretations, Spanish journalist Antonio Pampliega left the comfort zone to go to the front. The result, many through Content Analysis, is the publication of a book-report in which we realize that the other (Oriental, Muslim and Afghan) is as human as any Western reader.

Keywords: Humanized journalism; war journalism; international journalism, narrative; Afghanistan.

RESUMO

As histórias não são únicas, pois há diversas versões para os mesmos fatos. Assim a escritora nigeriana Chimamanda Ngozi Adichie tenta levar ao público, através de suas obras, as diversas leituras possíveis da realidade. O mesmo vale para o jornalismo. Um dos desafios do século XXI é ultrapassar a barreira do excesso de quantificação e da cobertura feita à distância para humanizar as estatísticas. Os conflitos contemporâneos no Afeganistão são um exemplo disso. Enquanto a cobertura internacional de veículos do mundo ocidental se resume a levantamentos e interpretações de dados, o jornalista espanhol Antonio Pampliega saiu da zona de conforto para ir ao *front*. O resultado, obtido através da Análise de Conteúdo, é a publicação de um livro-reportagem em que percebemos que o outro (oriental, muçulmano e afegão) é tão humano quanto qualquer leitor ocidental.

Palavras-chave: Jornalismo humanizado; jornalismo de guerra; jornalismo internacional; narrativa; Afeganistão.

RESUMEN

Las historias no son únicas, ya que hay varias versiones para los mismos hechos. Así, la escritora nigeriana Chimamanda Ngozi Adichie intenta llevar al público, a través de sus obras, las diversas lecturas posibles de la realidad. Lo mismo vale para el periodismo. Uno de los desafíos del siglo XXI es superar la barrera de la sobre cuantificación y la cobertura realizadas a distancia para humanizar las estadísticas. Los conflictos contemporáneos en Afganistán son un ejemplo de esto. Si bien la cobertura internacional de vehículos en el mundo occidental se limita a encuestas e interpretaciones de datos, el periodista español Antonio Pampliega abandonó la zona de confort para ir al frente. El resultado, obtenido a través del Análisis de Contenido, es la publicación de un informe de libro en el que nos damos cuenta de que el otro (oriental, musulmán y afgano) es tan humano como cualquier lector occidental.

Palabras clave: periodismo humanizado; periodismo de guerra; periodismo internacional; narrativa Afganistán

Recebido em 14 de maio de 2021.

Aceite em 15 de julho de 2021.

Introdução

Em meio à guerra de Biafra (1967-1970), em que a parte sul – majoritariamente cristã – busca a independência da Nigéria muçulmana do norte, o casal de professores universitários Odenigbo e Olanna vê suas vidas, até então confortáveis e com certo luxo, ruírem. Fugindo das tropas do Norte, o casal, acompanhado pelo garoto Ugwu, parte de cidade em cidade até ficar encurralado e obrigado a viver em um campo de refugiados improvisado tendo que entrar em filas intermináveis para ganhar comida e conseguir leite em pó para o bebê recém-nascido. É assim que a escritora nigeriana Chimamanda Ngozi Adichie humaniza a história do confronto em “Meio sol amarelo” (Adichie 2008). Na narrativa, os mais de um milhão de soldados e civis mortos dos dois lados do conflito ganham vida. Humanizam-se. “Parecia surreal perguntar *Quando ela morreu?* sobre a própria mãe. E não tinha importância a data em que ela tinha morrido” (Adichie 2009: 486). Angústia, esperança, dor, alegria, alívio, desespero, sorrisos, sofrimento, amor, lágrimas, vida e morte. Tudo se mistura demasiadamente humano. Escrito a partir de entrevistas feitas com os próprios familiares que vivenciaram a guerra, Adichie rompe com a falácia da história única. Exatamente como o jornalismo, historicamente e ideologicamente, sempre se propôs a fazer.

Feitas essas considerações, o presente artigo analisa uma obra jornalística que também tenta romper com os preconceitos e estereótipos que prevalecem no olhar míope do ocidente sobre o oriente: as sequentes guerras no Afeganistão. Confrontos no Oriente Médio geralmente são abordados cotidianamente a partir de estatísticas, números e imagens cruéis. Os acontecimentos são informados através de referências repassadas pelas agências de notícias, com o sítio dos atentados, o número de vítimas fatais e o grupo terrorista que reivindica a ação. Poucos repórteres conseguem ir até o local do *front* para contar ao restante do mundo o que realmente está acontecendo. Comodismo, economia e segurança reforçam a cobertura feita à distância. Uma cobertura baseada em números e estatísticas. O jornalista Antonio Pampliega, por sua vez, saiu dessa zona de conforto e partiu para o Oriente Médio para escrever um livro-reportagem sobre a vida no Afeganistão. Justamente ele, que ficou famoso após ser sequestrado e mantido em cativeiro pela Al-Qaeda por 299 dias na Síria, em 2015.

Há outras obras jornalísticas que tratam sobre conflitos no Oriente Médio e o Afeganistão. A brasileira Adriana Carranca, por exemplo, publi-

cou “O Afeganistão Depois do Talibã”, em 2012. No entanto, estabeleceu-se o critério atualidade para a seleção do livro-reportagem a ser analisado: a obra de Pampliega, “*Las trincheras de la esperanza*”, foi publicada no final de 2018 e traz relatos que apontam que o conflito está muito longe do fim. Assim, estabeleceu-se a seguinte questão norteadora de pesquisa: quais elementos do jornalismo humanizado, descrito por Jorge Ijuim, podem ser percebidos na obra de Pampliega? E mais: como a narrativa do jornalista espanhol combate a perspectiva da história única denunciada por Adichie?

Para responder a esses questionamentos, o texto se divide em três partes. Inicialmente são apresentadas considerações sobre a cobertura no Oriente Médio feita por repórteres ocidentais, valendo-se do livro-reportagem. Posteriormente é destacada uma síntese do conceito de jornalismo humanizado e do perigo da história única. Por fim, após uma breve apresentação de Antonio Pampliega, valendo-se da Análise de Conteúdo (AC), de Bardin (2011), é feita a exploração da obra escrita pelo jornalista espanhol sobre a vida no Afeganistão. Vale ressaltar que Bardin (2011: 35) salienta que a AC é indicada para a superação da incerteza e o enriquecimento da leitura. “Pela descoberta de conteúdos e de estruturas que confirmam (ou infirmam) o que se procura demonstrar a propósito das mensagens, ou pelo esclarecimento de elementos de significações suscetíveis de conduzir a uma descrição de mecanismos”. Ressalta-se ainda que todas as citações de obra em espanhol tiveram tradução livre.

1. Conflitos no Oriente Médio: uma temática antiga e contínua do JL

Em outubro de 2012, uma garota de 15 anos era alvejada com três disparos de a queima roupa enquanto ia para a escola no Paquistão. Malala Yousafzai ficou famosa por sobreviver a um atentado organizado pelo Talibã¹, pois com essa idade já era uma ativista defensora da educação e dos direitos das mulheres no Oriente Médio. “Executamos o ataque e toda pessoa que fale contra nós será atacada da mesma maneira” (Yousafzai; Lamb 2013: 268), informou o grupo terrorista, reivindicando a autoria do atentado. A narrativa, escrita em parceria com a jornalista britânica Christina Lamb, rapidamente se tornou *best-seller* no mundo inteiro.

O exemplo de Malala demonstra o interesse do Ocidente em entender

¹ Movimento fundamentalista islâmico que defende que as leis sigam os mandamentos do Alcorão (livro sagrado do islã).

melhor os conflitos no Oriente Médio. Consequentemente, histórias que acontecem em zonas de conflitos passam a ser objetos de livros-reportagens escritos por jornalistas que buscam ir além da cobertura feita à distância a partir das redações ocidentais. Esses jornalistas acreditam que lugar de repórter é, no mínimo, na rua, sendo que essa via pode levar ao *front*. Destarte, a escolha de um livro-reportagem para retratar uma realidade distante se torna o meio perfeito para a publicação de tal material. “O livro-reportagem pode servir a distintas finalidades típicas ao jornalismo, que se desdobram desde o objetivo fundamental de informar, orientar, explicar” (Lima 2004: 28). Na obra de Pampliega, a narrativa se enquadra em outros dois subgêneros de livro-reportagem: cobertura de guerra e Jornalismo Literário (JL) de viagem. “Do ponto de vista da área da Comunicação, relatos dessas viagens são fundamentais para a compreensão da saga humana, pois que as narrativas, plurais, revelam-se um instrumento único de descrição devido à diversidade histórica, geográfica e cultural” (Martinez 2016: 68).

São diversos os jornalistas que procuram ir além da cobertura distante para humanizar histórias que ocorrem em zonas de conflito. Sobre o mesmo Afeganistão, a brasileira Carranca (2012) publicou “O Afeganistão depois do Talibã”. A jornalista Adriana Mabilia, por sua vez, viajou à região para escrever um livro-reportagem sobre a Palestina. Desse trabalho jornalístico a autora escreveu “Viagem à Palestina: prisão a céu aberto”. Mas não foi apenas para cobrir conflitos que jornalistas brasileiros viajaram para o outro lado do mundo. Contemporaneamente, Airton Ortiz escreveu “Expedições urbanas: Jerusalém” (2011), em que narra a passagem pelo Oriente Médio destacando a cultura local. Anteriormente, Érico Veríssimo ficou um mês na mesma cidade para escrever “Israel em abril”, publicado em 1969. “Na opinião destes religiosos ortodoxos, Jerusalém é uma cidade santa onde nenhum hebreu digno desse nome deve andar de cabeça descoberta e rosto raspado, usar roupas coloridas, dirigir carros particulares durante o Sabá” (Veríssimo 1997: 259).

Na literatura ocidental, diversos livros-reportagem sobre guerras e a cultura do Oriente Médio se tornaram clássicos. Michael Herr, por exemplo, escreveu “Despachos do front”, resultante da cobertura da Guerra do Vietnã (1955-1975). Em uma linguagem agressiva, ele descreve o dia-dia dos jornalistas no *front* e toda a sua tragédia.

Era morte por falta de sorte, se é que isso quer dizer alguma coisa, e apenas um dos quatro correspondentes mortos era um estranho para mim. Dois

eram conhecidos próximos, e o quarto era um amigo. Seu nome era John Cantwell, um australiano que trabalhava para a *Time*, e tinha sido um dos primeiros amigos que fiz no Vietnã (Herr 2005: 227).

Sobre o mesmo conflito, o brasileiro José Hamilton Ribeiro escreveu “O gosto da guerra”, em que narra como perdeu uma das pernas após pisar em uma mina.

O jornalista polonês Ryszard Kapuscinski também se tornou um especialista em cobrir zonas de conflitos. Em “O *xá dos xás*”, ele descreve a queda do último *xá* (rei) do Irã, mesmo que a sua presença no país desagradasse às autoridades locais.

E é por isso que os tiranos, aparentemente imunes a petardos e estiletes, temem as palavras sobre as quais não exercem nenhum controle. Palavras que circulam livremente, palavras clandestinas, rebeldes, que não foram metidas num uniforme de gala nem autenticadas por um selo oficial (Kapuscinski 2012: 139).

Outra possibilidade de livro-reportagem é a coletânea de reportagens. Nacionalmente, Humberto Trezzi utilizou textos inéditos resultantes de passagens por zonas de conflito para publicar “Em terreno minado”. Já a jornalista americana Eliza Griswold reuniu textos sobre os países que formam o paralelo 10, a linha geográfica e ideológica que divide o mundo cristão e islâmico na África e no Oriente. “As divisões entre Norte e Sul ao longo do paralelo 10 datam de séculos, e o regime colonial apenas as reforçou” (Griswold 2012: 21). Há ainda diversas outras obras sobre o Oriente Médio escritas por jornalistas ocidentais, no entanto, as que foram citadas visam apenas contextualizar a temática e demonstrar que o interesse jornalístico sobre o assunto é antigo e contínuo. É possível citar muitos outros títulos que demonstram isso, dentre os quais: “O silêncio contra Muamar Kadafi”, de Andrei Netto (2012); “Filhos de Saravejo”, de Bruno Marfinati (2010); “Dias de inferno na Síria: o relato do jornalista brasileiro que foi preso e torturado em plena guerra”, de Klester Cavalcanti; “Vietnã do Norte”, de Antônio Callado (1969), apenas para ficar em exemplos brasileiros.

2. O jornalismo humanizado em oposição à história única

A perspectiva de jornalismo humanizado, defendida por Jorge Ijuim, vai ao encontro do combate à história única proposto pela escritora Chi-

mamanda Adichie. Na fala de Adichie (2010), ela revela que cresceu lendo livros infantis que contavam com personagens brancos e estrangeiros. “Eu convenci-me de que os livros, por sua própria natureza, tinham que ter estrangeiros e tinham que ser sobre coisas com as quais eu não podia me identificar” (Adichie 2010¹). A autora revela que na adolescência descobriu autores africanos e com isso percebeu que as histórias poderiam ser contadas de diversas maneiras. “Mas a consequência inesperada foi que eu não sabia que pessoas como eu podiam existir na literatura. Então o que a descoberta dos escritores africanos fez por mim foi: salvou-me de ter uma única história sobre o que os livros são”.

Adichie (2010²) conta ainda que ao deixar a Nigéria para estudar em uma universidade nos Estados Unidos, a sua colega de quarto ficou chocada ao perceber que a estudante nigeriana falava inglês fluentemente e sabia usar um fogão sem a ajuda de nenhum americano. “O que me impressionou foi que ela sentiu pena de mim antes mesmo de ter me visto. Sua posição padrão para comigo, como uma africana, era um tipo de arrogância bem intencionada, piedade”, afinal, a colega conhecia apenas uma versão da história sobre o continente africano: a história da catástrofe e da pobreza.

A romancista revela que a perspectiva da história única não se restringe a grupos de pessoas que tem uma formação restrita. O professor de literatura de Adichie, ao ler os seus primeiros textos, comentou que as narrativas não tinham autenticidade africana. “O professor me disse que minhas personagens pareciam-se muito com ele, um homem educado de classe média. Minhas personagens dirigiam carros, elas não estavam famintas. Por isso elas não eram autenticamente africanas” (Adichie 2010³).

O ator Lázaro Ramos, por sua vez, questiona a falta de alternativas para que grupos que sofrem preconceitos rompam com essa história única: “se não existirem referências da cultura negra, ou se todas elas forem negativas ou por demais insignificantes, isso não impactará diretamente na nossa capacidade de sonhar, de nos sentirmos possíveis, de nos identificarmos com alguém?” (Ramos 2017: 78). Ou seja, ainda há um abismo a ser preenchido até que haja uma representação das mais diversas culturas e etnias que rompam com a perspectiva de uma única história.

¹ Disponível em: <https://www.geledes.org.br/chimamanda-adichie-o-perigo-de-uma-unica-historia/> Acesso em: 3 de março de 2019.

² Ibidem.

³ Ibidem

Histórias importam. Muitas histórias importam. Histórias têm sido usadas para expropriar e tornar maligno. Mas histórias podem também ser usadas para capacitar e humanizar. Histórias podem destruir a dignidade de um povo, mas histórias também podem reparar essa dignidade perdida (Adichie 2010).¹

Essa, portanto, é a interseção entre o jornalismo e as mais variadas formas de narrar ficção: contar e recontar histórias. Nesse sentido, o professor Jorge Ijuim apresenta uma proposta teórica de jornalismo humanizado. Em entrevista a Bortoli (2016), Ijuim destaca que durante o processo de apuração, o repórter não se depara com um objeto, mas sim, com outros seres humanos inseridos no processo comunicativo.

Em sua relação com o mundo, o jornalista esvazia-se de preconceitos de modo a captar, ver e enxergar, ouvir e escutar, questionar e sentir. Munido de uma racionalidade criativa e da emoção solidária, assume a postura de curiosidade e descoberta, de humildade. Como consequência, sua narrativa será a organização do que está disperso, com as ligações do que está desconexo, rica em contexto que possa esclarecer, proporcionar compreensão (Bortoli 2016: 9).

O jornalista, então, deveria respeitar as diferenças e evitar julgamentos para, somente depois disso, organizar e elaborar narrativa que será levada ao público. Em outras palavras, o jornalista ideologicamente deveria combater a perspectiva de uma história única. Outro ponto importante citado por Ijuim em entrevista a Bortoli (2016) é a diferenciação de jornalismo humanizado da humanização da notícia. Segundo o pesquisador, quando há apenas a humanização da notícia, ou seja, quando é feita a menção ao nome, idade e outras características do entrevistado, é possível tratar o sujeito de maneira preconceituosa e estereotipada. Nesse caso, o narrador está apenas reforçando a história única. Destarte, ele pode estar fortalecendo os estereótipos de determinado grupo a partir de uma leitura superficial de um caso específico.

Desta forma, Ijuim (2017) aponta situações em que a humanização do jornalismo se faz necessária, sendo elas: 1) quando o jornalismo caricaturiza o ser humano, 2) quando ignora a complexidade do fenômeno, 3) quando não reconhece o Outro. “Caricaturizar o ser humano, não perceber a complexidade dos fenômenos e não reconhecer e não se comunicar com o Outro, me parece, são maneiras de não colocar o ser humano como ponto de partida e de chegada na narrativa jornalística” (Ijuim 2017: 247). Assim,

¹ Disponível em: <https://www.geledes.org.br/chimamanda-adichie-o-perigo-de-uma-unica-historia/> Acesso em: 3 de março de 2019.

o livro-reportagem acaba sendo uma boa opção para tratar o ser humano em toda a sua complexidade, fugindo de estereótipos e da história única. O JL pode não ser garantia alguma de realização de jornalismo humanizado, mas as ferramentas que o repórter tem ao escrever um livro permitem que ele apresente alternativas à história única. “A reportagem dá certo ou falha segundo a posição do autor diante da realidade, pois refletir um fato consiste em estar na posição adequada para compreender total e adequadamente” (Montoro 1973: 130-31). Ou seja, o repórter ainda ocupa um lugar privilegiado para tentar romper com a singularidade dos olhares sobre determinada temática, que pode ser, por exemplo, uma região geográfica específica.

3. Antonio Pampliega: um repórter de guerra

Antonio Pampliega é jovem: nasceu em Madrid em 1982, ou seja, em 2019 está com 37 anos. Formado em jornalismo em 2004 pela Universidade Europeia de Madrid, dedica-se ao jornalismo em zona de conflito desde 2007, quando tinha 25 anos. “Quando entrei na profissão meu sonho era ser jornalista esportivo, cobrir mundiais e jogos olímpicos” (Pampliega 2018)¹. O que o fez mudar de ideia foi uma conferência de um fotógrafo da *National Geographic* na universidade, que mostrou como era o trabalho sobre a guerra do Afeganistão. Pampliega conta que ficou encantado com a paixão com que o repórter falava sobre a sua atuação em zonas de conflito. Assim, Pampliega passou a buscar meios para realizar o sonho de ser correspondente de guerra.

Logo, ele descobriu que a profissão era marcada por dificuldades, pois poucos veículos querem pagar para manter um jornalista em lugares como o Oriente Médio ou África. Para ele, a palavra “precariedade” define o desafio da profissão, pois além dos baixos salários, cobrir uma guerra é bastante caro. O repórter afirma que quando esteve no Iraque, por exemplo, gastava em média de 600 euros por dia, enquanto os veículos espanhóis pagam entre 35 e 45 euros por reportagem. “Nós sobrevivemos porque trabalhamos para veículos estrangeiros: grandes agências e grandes jornais. Senão, seria inviável²”, salienta Pampliega, que já atuou em países como Iraque, Líbano, Paquistão, Egito, Haiti, Síria, Sudão do Sul e em 2019 encontra-se na Venezuela fazendo reportagens para a France Express, La Razón, ABC e outros veículos europeus e americanos.

¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=fv0yS8Dx6UY>. Acesso em 10 de março de 2019.

² Ibidem.

Pampliega se tornou conhecido no cenário internacional quando foi sequestrado pela Al Qaeda em 2015, juntamente com os jornalistas Angel Sastre e Jose Manuel Lopez, todos espanhóis. Os três estavam cobrindo o conflito na Síria, quando foram pegos pelo grupo terrorista, que os mantiveram presos durante 10 meses em condições precárias que incluíam agressões, tortura e ameaças. Apesar do sequestro, Pampliega relata que gostaria de seguir atuando na Síria e só não o faz porque prometeu para a sua família não voltar para lá.

Se pudesse estaria ainda na Síria contando o que está ocorrendo, porque sem nós, os jornalistas que cobrimos as zonas de guerra, o mundo é muito mais obscuro. Ninguém sabe o que realmente está passando na Síria e tampouco no Iémen, na Somália ou no centro africano. E por quê? Porque não há jornalistas [...] Se houvesse uma guerra no meu país eu gostaria de ter alguém aqui para contar ao mundo o que está ocorrendo (Pampliega 2018).¹

Com esse espírito, Pampliega retornou para zonas de conflito em 2018, inicialmente com o objetivo de escrever uma biografia sobre o fisioterapeuta italiano Alberto Cairo, que trabalha há quase 30 anos na Cruz Vermelha do Afeganistão. No entanto, o personagem se recusou a ser o principal personagem do livro proposto por Pampliega. Ele queria que os personagens principais fossem os próprios afegãos. Desta forma surgiu “Las trincheras de la esperanza”, analisado a seguir.

4. A humanização da reportagem na obra de pampliega “Las trincheras de la esperanza”

Para analisar a obra “Las trincheras de la esperanza”, de Pampliega, estabeleceram-se quatro categorias, elencadas a partir da Análise de Conteúdo, considerando as perspectivas de jornalismo humanizado e história única, abordados anteriormente. São elas: 1) a humanização da narrativa; 2) o cotidiano dos personagens; 3) a repressão contra a mulher; e 4) as vítimas da guerra. Todas as categorias são homogêneas, dialogando entre si e se complementando. Essa perspectiva metodológica se justifica pois a categorização permite analisar o objeto a partir das categorias previamente definidas.

Sobre a humanização da narrativa, vale mais uma vez recorrer a Ijuim. Como mostra o autor, preconceitos, reduções, estereótipos, juízos de valor

¹ Ibidem.

e outros elementos podem, sim, desumanizar o texto, bem como a perspectiva de uma única história. Assim, a humanização do texto é um desafio a ser encarado por jornalistas que cobrem, entre outras temáticas, as zonas de conflito. “Em sua relação com o mundo, o jornalista esvazia-se de preconceitos de modo a captar, ver e enxergar, ouvir e escutar, questionar e sentir” (Ijuim 2014: 14). O autor complementa que o jornalista deve estar munido de uma racionalidade criativa e emoção solidária para assumir uma postura de curiosidade e descoberta, sem abrir mão de sentir as dores do mundo.

A obra de Pampliega é marcada por essa emoção solidária, que também pode ser chamada de empatia. Quando apresenta e conta as histórias de cada um dos personagens envolvidos é como se ele ampliasse o *zoom* universal sobre a guerra. Um exemplo é o capítulo “Inimigos a força”, em que o jornalista apresenta Ghulam Hussain e Najibullah, dois integrantes de grupos rivais que se conheceram na Cruz Vermelha e se tornaram grandes amigos. “Romântica? A guerra não tem nada de romântica. Nada, absolutamente nada! Eu sei o que é uma guerra... Eu lutei muitos e muitos anos e jamais voltarei a combater” (Pampliega 2018: 53), diz Hussain, que admite que matou milhares de pessoas durante as batalhas. “Durante dez anos a única coisa que aprendi foi matar, nada mais. A guerra me deixou claro que somente morrem os pobres. Nós matamos para que os ricos sejam mais ricos a custa de nosso sangue” (Pampliega 2018: 54), complementa. Contrariando a visão preconceituosa do ocidente, que considera o Afeganistão um povo violento e acostumado às guerras e mortes, Nijibullah afirma: “Os afegãos não são uma sociedade violenta. Quem nos governa são os que nos colocam a matar uns aos outros” (Pampliega 2018: 57).

Dando voz aos dois ex-combatentes, o repórter apresenta a outra história: a de que os afegãos são tão humanos quanto nós. Os dois personagens se conheceram na Cruz Vermelha. Ambos perderam uma das pernas pisando em minas e, em uma sociedade em que portadores de qualquer tipo de deficiência são descartados e trancados dentro de casa, eles conseguiram emprego justamente na entidade internacional de ajuda humanitária através do fisioterapeuta Alberto Cairo. “Eu lutava contra meus irmãos em uma guerra sem sentido. Não há dia que eu não peça perdão a Alá pelo que fiz”, confessa Najibullah.

Em outro capítulo, “A loucura da guerra”, Pampliega, através das histórias dos personagens, também desmistifica a ideia preconceituosa de que as pessoas no Oriente Médio não sofrem tanto a morte de seus entes queridos quanto os ocidentais, por estarem acostumados à violência. Ao visitar

uma prisão, que equivaleria a um manicômio, em Cabul, o repórter conta a história de alguns afegãos que estão lá, presos atrás de grades como feras irracionais, sem nenhum tipo de tratamento.

Wakin está há mais de uma década sem por um pé na rua. Porém, não é um preso, nem está sequestrado, nem é um escravo. Está preso, sim, porém em si mesmo. Vive em um mundo paralelo onde tudo é fantasioso. Não é capaz de distinguir o real do irreal. Há perdido a razão por completo. É um condenado da guerra. Um morto em vida (Pampliega 2018: 211).

O personagem ficou assim com o passar dos anos, depois que vários homens entraram em sua casa e mataram toda a sua família quando ainda era criança. Deixaram-no vivo para contar aos outros o que o Talibã era capaz de fazer aos infiéis. Sobreviveu, mas perdeu a razão pelo sofrimento de ver seus pais e irmãos sendo executados a sangue frio. “Não há uma família no Afeganistão que não tenha sido afetada por esses anos de guerra” (Pampliega 2018: 213).

Em seu livro-reportagem, Pampliega também conta a história do conflito desde 1979, quando começou o combate com os soviéticos. Depois, a disputa pelo poder nos anos 1990 que culminou com a ascensão dos Talibãs, que prendia, torturava e executava qualquer opositor ao regime, que defende a união entre o islã e as leis do país a partir de uma interpretação do texto sagrado que privilegia a punição. No entanto, o jornalista mostra que o poder sempre foi conquistado pela força, nunca pela democracia, fazendo com que milhões de pessoas que não concordam com o sistema sofram com ele e com os conflitos. O repórter também narra a queda dos talibãs após o ataque de 11 de setembro de 2001, com a ocupação americana, bem como a redução da vigilância internacional, que está levando a uma nova ascensão talibã. Sendo que tudo isso está acontecendo sem qualquer destaque na mídia ocidental.

Chega-se, então, a segunda categoria: o cotidiano dos personagens. Pampliega só conseguiu narrar o dia-a-dia dos afegãos, indo até o local dos acontecimentos, entrevistando pessoas e tentando conhecer ao máximo o outro. Afinal, a narrativa é uma arte que se constrói com conhecimento. “Por que então a arte é também um *conhecer*? Porque ela revela um novo olhar. O olhar, e não apenas o artista, também dá forma e significado ao fazer artístico” (Vilas-Boas 2008: 25). É com conhecimento que o jornalista poderá transformar o seu texto não só em uma narrativa literária, como no caso do livro-reportagem, mas também em uma forma de jornalismo humanizado.

Um dos temas abordados pelo repórter que se relaciona com o cotidiano afegão é a educação. Bem como ocorre no Paquistão de Malala, os governos autoritários que comandaram o Afeganistão ao longo de décadas, temem a popularização do conhecimento. “A educação é democracia, cultura, futuro, esperança, inconformismo, luta, dignidade. A educação é a ferramenta que tem as sociedades para não deixar-se domar e para lutar pelos seus direitos” (Pampliega 2018: 105). Justamente por isso “os regimes ditatoriais aproveitaram a educação em benefício próprio para adormecer as mentes, como se tratasse de ópio” (Pampliega 2018: 105). O jornalista espanhol narra o cotidiano de Najia, uma afegã que perdeu uma perna e, assim como Malala, teve que estudar escondido durante o regime talibã, pois além de ser deficiente ainda era mulher. No entanto, após a queda do regime no início do século XXI, os mesmos conservadores foram postos no poder da suposta nova democracia. “Acreditávamos que haviam libertado as afegãs para guardarem a burca no armário. Pois estávamos totalmente equivocadas... O Afeganistão segue dando voltas sem sair do lugar” (Pampliega 2018: 113), avalia Najia em 2018. Ou seja, mesmo com a queda do regime talibã em 2001, o cotidiano das mulheres que querem estudar continua sendo o mesmo. O repórter cita que em 2015 foram fechadas 714 escolas de 24 províncias deixando 2,5 milhões de estudantes sem educação primária e secundária. “Apenas 37% das adolescentes estão alfabetizadas” (Pampliega 2018: 113).

Seguindo na mesma linha, a quarta categoria é justamente a violência e repressão contra as mulheres. Mesmo essa sendo uma temática que aparece em toda a obra, o capítulo “Entre o fogo e o abismo” é o mais impactante. Nele, o repórter conta a história de mulheres que atearam fogo ao próprio corpo ou foram incendiadas por suas famílias. Quando sobrevivem, elas vão para um hospital especializado em queimaduras, que geralmente está lotado. Uma dessas pacientes teria se queimado ao sofrer um ataque de epilepsia e cair sobre o fogão aceso. O marido, no entanto, manteve-a presa em casa durante 22 dias sem medicamentos e sem atenção médica. Vendo que perderia a filha, a mãe fugiu de casa, levando-a ao hospital. “É sua segunda mulher. Tem mais outra. Se minha filha morresse, não lhe importava. Iria se casar com uma nova” (Pampliega 2018: 265), conta a mãe ao repórter.

Conforme dados apontados pelo jornalista, o Afeganistão é o único país do mundo onde as mulheres se suicidam mais do que os homens. Em 2012, 2.500 mulheres tiraram a própria vida. Várias delas ateando fogo ao próprio corpo. Isso sem contar as que são mortas ou incendiadas pelo mari-

do ou familiares, pois a legislação afegã permite o marido, o pai e os irmãos a executar uma mulher por desonrar a família.

A última categoria, bem como as anteriores, também permeia todo o livro e se relaciona com as outras: as vítimas da guerra. São várias: mulheres, crianças, idosos, deficientes, homens, estrangeiros, cristãos. O capítulo que melhor ilustra a temática é “O sorriso de Mazer e Sharif”. “Não creio no ser humano. Dessa forma, faz muitos anos que deixei de ter fé nele. Depois de uma década cobrindo conflitos bélicos e trabalhando nos piores buracos negros do planeta é impossível descrever o que sinto” (Pampliega: 2018: 223). Assim o repórter abre o capítulo em que conta sobre o assassinato da enfermeira espanhola da Cruz Vermelha na cidade de Mazar e Sharif, Lorena Enebral.

Lorena era descrita como bem humorada e com uma visão de mundo completamente humanitária. Deixou uma vida relativamente confortável na Espanha para ajudar às vítimas da guerra no Afeganistão. No entanto, foi morta por um dos pacientes da Cruz Vermelha que usava cadeira de rodas. Muhammad Naseem escondeu a pistola no interior de sua cadeira. Uma vez dentro do centro, ele partiu para o seu objetivo: matar qualquer estrangeiro que encontrasse, qualquer infiel. Khaled, fisioterapeuta do centro, explica ao jornalista:

Eles manipulam os jovens – ele tinha pouco mais de 20 anos – pois são muito mais fáceis de recrutar. Sobretudo se são pobres e a única coisa que tem para sobreviver é a religião. Algum mulá o ordenou a assassinar um infiel e isso é o que ele fez. Disparou em Lorena porque era infiel (Pampliega 2018: 232).

Há diversos outros exemplos, nesse sentido, ao longo da narrativa: jovens e pessoas muito pobres são recrutadas para matar infiéis. Assim, convencem-nas a se tornar homens-bomba: matando infiéis, eles conquistariam um lugar no paraíso, pois estariam atendendo aos desejos de Alá. Quanto maior a ignorância, maior a facilidade nos recrutamentos. Por isso as ditaduras odeiam a educação e o conhecimento.

Por fim, ressalta-se que os breves exemplos que ilustram a humanização da narrativa de Pampliega sobre os conflitos no Afeganistão foram apresentados para mostrar que, sim, é possível humanizar o outro, por mais difícil que isso possa parecer. Ao invés de mostrar, por exemplo, o assassino de Lorena apenas como um “louco” que matou uma estrangeira, o repórter foi além e mostrou que o assassino também foi uma vítima de um sistema corrompido,

onde impera o fanatismo causado por uma leitura enviesada sobre um texto religioso. Ou, como destaca Pampliega e também Malala, um sistema que usa e abusa da religião e da corrupção para manter as coisas como estão: os poderosos e ricos cada vez com mais poder e com mais riquezas materiais.

Considerações Finais

Historicamente o Ocidente volta as atenções para o Oriente Médio com um olhar de incompreensão e preconceito, no entanto, é curioso os rumos que países como Estados Unidos e Brasil estão tomando, elegendo chefes de estado sujeitos que em seus históricos acumulam declarações com todos os tipos de intolerâncias. Assim, mais do que nunca, visões humanizadas de todas as etnias e de todos os povos se fazem extremamente necessários. Enquanto houver discurso opressor ou injustiças no mundo, o trabalho dos jornalistas é absolutamente fundamental.

“A pobreza só desaparecerá quando não houver mais aqueles que se beneficiam dela” (Pampliega 2018: 11). E as estratégias para manter as coisas como estão são muitas: demonizar o outro (o estrangeiro, o etnicamente diferente, o sujeito de determinada ideologia ou religião, etc), manter as classes sociais longe das universidades e as mulheres longe das escolas, controlar os meios de comunicação. Cabe ao jornalista relatar ao público o que está acontecendo para que ele tire as suas próprias conclusões.

Após a finalização desse artigo, pode-se ressaltar que ficaram claros diversos dos elementos do jornalismo humanizado, descrito por Jorge Ijuim, tais como o reconhecimento do outro na narrativa de Pampliega, as explicações e depoimentos sobre a complexidade do fenômeno e a apresentação humanizada dos personagens. Assim como o fisioterapeuta Alberto Cairo informa ao jornalista que dentro da Cruz Vermelha todos são considerados pacientes, independente de ser uma mãe de família ou um assassino que já matou centenas de pessoas durante a guerra, Pampliega também deu voz a diferentes tipos humanos que vivem no Afeganistão. Mesmo Pampliega tendo sido sequestrado pela Al Qaeda, ele não manifestou nenhum sentimento pessoal que comprometesse a humanização da narrativa, mesmo quando ele diz que não acredita mais na humanidade justamente pela falta de sentido das guerras. “Que sentido tem seguir trabalhando no meio de tanta merda?” (Pampliega 2018: 224). Aliás, o tom totalmente pessoal que o jornalista dá à narrativa torna tudo ainda mais humano.

Também é importante ressaltar que a obra de Pampliega é uma alter-

nativa para a história única, de Adichie (2010). Enquanto o Ocidente olha para o Oriente com o mesmo olhar míope que políticos como Jair Bolsonaro olham para os indígenas, para os pobres e para as vítimas de um sistema que jogam milhões de pessoas para o crime, Pampliega resolve romper com essa história única e se deixar encantar por uma paixão que é demasiadamente humana.

Todos nós, jornalistas, guardamos na memória destinos ou países que nos marcaram. Lugares que deixam uma marca, um entalhe na alma ou uma linha contorcida na memória. Envolve instante para os quais viajamos de novo e de novo para evocar aqueles beijos cálidos de uma amante cujo nome não somos capazes de recordar, porém, dos quais ainda preservamos o cheiro de sua pele e a doçura dos seus lábios. E isso exatamente que é o Afeganistão (Pampliega 2018: 12).

Assim, encerra-se este artigo com a certeza de que as narrativas jornalísticas contemporâneas precisam de mais humanidade e menos preconceito, mais amor e menos intolerância, mais liberdade e menos censura, mais reflexão e menos perseguição, mais poesia e menos prosa fria.

Referências bibliográficas

Adichie, Chimamanda Ngozi (2008): *Meio sol amarelo*. São Paulo: Companhia das Letras.

----- (2019): *O perigo da história única*. São Paulo: Geledes. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/chimamanda-adichie-o-perigo-de-uma-unica-historia> (Acesso em: 3 de março de 2019.)

Bardin, Laurence (2011): *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

Bortoli, Suzana Rozendo (2016): “Jorge Kanehide Ijuim”: *Sobre o jornalismo humanizado*. In: Revista Alterjor. São Paulo: USP, V.13.

Griswold, Eliza (2010): *Paralelo 10 – a linha geográfica e ideológica que divide o mundo cristão do islâmico*. São Paulo: Companhia das Letras.

Herr, Michael (2005): *Despachos do front*. Rio de Janeiro: Objetiva.

Ijuim, Jorge (2014): *Humanização e desumanização no jornalismo: algumas saídas*. Florianópolis: UFSC.

----- (2017): *Por que humanizar o jornalismo (?)*. In: *Revista Verso e Reverso*. São Leopoldo: Unisinos, V.31, 2017.

Kapuscinski, Ryszard (2012): *O xá dos xás*. São Paulo: Companhia das Letras.

Lima, Edvaldo Pereira (2005): *Páginas ampliadas – o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura*. Barueri: Manole.

- Martinez, Monica (2016): *Jornalismo literário – tradição e inovação*. Florianópolis: Insular.
- Montoro, José Acosta (1973): *Periodismo y literatura*. Madrid: Guadarrama.
- Pampliega, Antonio (2018): *Las trincheras de la esperanza – Alberto Cairo: el hombre que reconstruye vidas en Afganistán*. Barcelona: Península.
- Ramos, Lazaro (2017): *Na minha pele*. Rio de Janeiro: Objetiva.
- Trezzi, Humberto (2013): *Em terreno minado – aventuras de um repórter brasileiro em áreas de conflito*. São Paulo: Geração.
- Veríssimo, Érico. *Israel em abril* (1997): São Paulo: Globo.
- Vilas Boas, Sergio (2008): *Jornalismo literário – um percurso filosófico*. São Paulo: ABJL.
- Yousafzai, Malala (2013): *Eu sou Malala*. São Paulo: Companhia das Letras.

A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE ORGANIZACIONAL NAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS PORTUGUESAS: À PROCURA DE UMA DEFINIÇÃO

Sónia Silva (UTAD)

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade

Teresa Ruão (UM)

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade

ABSTRACT

In recent decades, organizations have witnessed a considerable growth of interest in the management of their identities. The creation of visions, values, goals and missions that meet society's expectations has been an ongoing concern, particularly within public institutions, which have sought to achieve their legitimacy with audiences that are increasingly attentive and demanding.

In this paper, we seek to deconstruct this relationship between Organizational Identity and Legitimacy, having as object of study public universities. To this end, we engage in a debate around the state of the art and the evolution of the field of Organizational Identity studies, through which we base ourselves to propose a notion of identity adapted to the context of public universities.

Keywords: organizational legitimacy; organizational identity; public universities.

RESUMO

Nas últimas décadas, as organizações têm vindo a assistir a um crescimento considerável do interesse pela gestão das suas identidades. A criação de visões, valores, objetivos e missões que vão ao encontro das expectativas da sociedade têm representado uma preocupação permanente, em particular, no seio das instituições públicas, que têm procurado alcançar a sua legitimidade junto de públicos que são cada vez mais atentos e exigentes.

Neste trabalho, procuramos desconstruir esta relação entre Identidade Organizacional e Legitimidade, tendo como objeto de estudo as universidades públicas. Para tal, enveredamos por um debate em torno do estado de arte e da evolução do campo de estudos da Identidade Organizacional, através do qual nos baseamos para propor uma noção de identidade adaptada ao contexto das universidades públicas.

Palavras-chave: legitimidade organizacional; identidade organizacional; universidades públicas.

Recebido em 5 de outubro de 2021.

Aceite em 9 de novembro de 2021.

Introdução

À medida que avançamos para uma era em que se espera que o setor público seja transparente, acessível e recetivo, as organizações públicas procuram várias formas de se apresentarem sob uma luz favorável. Estas têm-se tornado cada vez mais conscientes e interessadas na forma como são percebidas, reconhecendo que a sua identidade organizacional pode ser uma fonte de legitimidade organizacional através da comunicação estratégica.

(Wæraas 2010: 526)

A legitimidade organizacional é definida por Sillince e Brown (2009) como a perceção de que alguma ação, atividade ou evento é desejável e apropriada dentro de um determinado contexto social. A construção de uma imagem legítima é particularmente importante no contexto das organizações públicas porque, tal como lembram Ran e Golden (2011), estas prestam contas perante os cidadãos que contribuem para sustentar as suas atividades. Estas entidades, nas quais se incluem as universidades públicas, devem privilegiar uma postura que expresse os interesses e as necessidades dos seus *stakeholders* e da sociedade em geral, ao mesmo tempo que promovem uma atitude transparente.

Nas últimas décadas, as organizações públicas assistiram a um crescimento considerável do interesse pelas suas características fundamentais como sejam as suas missões, os objetivos que buscam alcançar ou os valores que procuram transmitir (Wæraas 2010). O alcance desta desejada legitimidade parece estar, então, dependente da capacidade que as instituições do setor público têm de se autodefinirem e de comunicarem o que são, diferenciando-se das organizações com as quais competem (Brunsson e Sahlin-Andersson 2000; Sillince e Brown 2009; Wæraas e Solbakk 2009; Wæraas 2010; Zundel, *et al.* 2016).

Esta necessidade de diferenciação remete-nos para a noção de identidade organizacional e para a relevância que a sua gestão tem vindo a conquistar, nas últimas duas décadas, no seio dos organismos públicos, os quais passaram a reconhecer as suas manifestações identitárias como fatores decisivos para a construção de imagens e reputações positivas (Bulotaite 2003; Sillince e Brown 2009; Wæraas e Solbakk 2009; Wæraas 2010; Abratt e Kleyn 2012; Wæraas e Byrkjeflot 2012; Bankins e Waterhouse 2018):

[...] Até agora não falavam sistematicamente sobre quem são, usando uma série de símbolos expressivos da sua identidade como declarações de valores, declarações de missão e de visão, logótipos e slogans. As organizações públicas começaram a comunicar, mais do que nunca, sobre si mesmas. (Wæraas 2010: 526)

De acordo com Wæraas (2010), no final da primeira década do século XXI, as instituições públicas estavam conscientes da importância que a construção de uma identidade única e distinta tinha na manutenção de relacionamentos com os seus públicos. Como consequência, começaram também a tentar gerir as perceções externas recorrendo, para tal, à comunicação estratégica como um meio para criar e manter a sua imagem e reputação.

Esta necessidade de reconquistar a legitimidade perante os cidadãos também afetou as universidades públicas. A mudança de estratégia na gestão destas instituições, que tornou a sua atividade mais liberal e mais sujeita à influência externa, principalmente na busca de financiamentos, bem como o aumento da pressão social para a melhoria da qualidade do ensino, da investigação e da interação com a sociedade, fez com que as universidades públicas enveredassem pela construção de identidades distintas e capazes de gerar boas reputações (Steiner *et al.* 2003), que lhes permitissem sobreviver no ambiente de competição e escrutínio que agora as caracteriza. E, de facto, a construção de uma identidade clara e bem comunicada parece ter sido de grande importância nos tempos de mudança, ajudando as universidades no período de adaptação à sua nova realidade (Bulotaite 2003). Tal como constataram Wæraas e Solbakk (2009):

Diante do aumento da concorrência nacional e internacional, universidades e faculdades em todas as partes do mundo começaram a procurar uma definição única de quem são para se diferenciarem e atraírem estudantes e pessoal académico. Um novo vocabulário como marca, comunicação organizacional, identidade e reputação surgiu no seio da academia, tornando as organizações de ensino superior mais conscientes da ligação entre o que representam e a forma como são percebidas. (Wæraas e Solbakk 2009: 449)

Falar de empresas ou instituições é, assim, falar da sua identidade e tentar compreender a forma como se procuram definir com vista ao alcance dos seus propósitos organizacionais, ao mesmo tempo que procuram conseguir a desejada legitimidade social, manifestada em imagens e reputações

favoráveis. Parece que, mais do que *fazer* é preciso *ser* e este *ser* deve estar em consonância com aquilo que são as expectativas sociais, principalmente quando se tratam de entidades do setor público, as quais, para se legitimarem, necessitam que a sua atividade seja aceite e bem vista pelos cidadãos.

De acordo com Gioia *et al.* (2013), a identidade é o nó central de uma complexa rede nomológica dentro do estudo da organização, porque está conectada com muitos dos seus conceitos-chave (imagem, reputação e cultura organizacional) e por isso representa uma das noções organizacionais mais importantes do nosso tempo.

Neste trabalho procuramos, em primeiro lugar, desconstruir e debater o conceito de identidade organizacional tendo por base a perspetiva dos Estudos Organizacionais e as influências do Marketing. Em seguida, enveredamos pela criação de uma noção de identidade organizacional aplicada ao contexto das universidades públicas portuguesas. Para isso, tivemos em conta as perspetivas teóricas dos Estudos Organizacionais, nomeadamente os seus referentes de Identidade Organizacional. Assim, consideramos a importância atribuída aos líderes organizacionais (história e visão dos líderes) na construção da identidade proposta pelo pensamento do *ator social*; integramos os entendimentos e crenças coletivamente partilhados pelos membros da organização sobre o que consideram ser central, distintivo e contínuo (cultura partilhada); e considerámos a influência dos contextos sociais na composição da identidade (imagem refletida) proposta pela *perspetiva institucionalista*.

Completamos as abordagens dos Estudos Organizacionais com as perspetivas do Marketing, em particular com a sua noção de Identidade Corporativa que enfatiza os elementos visuais como aspetos importantes na criação de identidades consistentes e distintivas.

1. Origens disciplinares e evolução do estudo da Identidade Organizacional

O interesse pelo fenómeno da identidade é bastante antigo, encontrando a sua origem na exploração do nível individual (Ashforth e Mael 1989; Corley *et al.* 2006; Cornelissen *et al.* 2007), que ocupou os primeiros filósofos e pensadores da Psicologia e da Sociologia (Ashforth e Mael 1989). De acordo com Corley *et al.* (2006), alguns dos primeiros filósofos reconhecidos como Aristóteles, São Tomás de Aquino ou Descartes usaram as noções do *eu* e do *seu lugar no meio social envolvente* como base para a teorização da condição humana, inaugurando as primeiras reflexões sobre a identidade dos indivíduos.

Inspirada por estes desenvolvimentos, a teoria da identidade social e as várias perspetivas sobre género, raça, etnia e identidades nacionais estenderam o nível de análise individual para a identidade grupal (Ashforth e Mael 1989). Posteriormente, e com uma herança rica nos campos da Psicologia, da Psicologia Social e da Sociologia (Pratt *et al.* 2016), a noção de identidade veio despertar o interesse dos Estudos Organizacionais e do Marketing.

No seu trabalho *Corporate Identity and the Advent of Corporate Marketing*, Balmer (1998) veio identificar as origens do estudo da Identidade Organizacional nos Estados Unidos dos anos 50, onde as disciplinas do Marketing e da Gestão foram responsáveis pelas primeiras referências em torno da ideia de Imagem Organizacional. Balmer (1998) descreveu, então, um conjunto de fases de evolução do campo de estudos. O primeiro, que decorreu entre 1950 e o início da década de 1970, caracterizou-se pela *preocupação com a imagem*. De acordo com o teórico, este período foi dominado pela hegemonia dos investigadores norte-americanos, que se concentraram no tema da gestão da Imagem Organizacional focando, sobretudo, a comunicação visual das organizações. Tal como esclarecem Riel e Balmer (1997), inicialmente, a identidade das empresas e instituições era sinónimo de nomes, logótipos e identificação visual.

Entre 1970 e até ao início da década de 80, Balmer (1998) identificou a existência de um segundo estágio de desenvolvimento que ficou marcado *pela ascendência da identidade e da personalidade organizacional*. Nesta fase, os académicos começaram a perceber a complexidade da gestão da identidade e imagem das organizações e os estudos deixaram de se restringir aos Estados Unidos da América para despertarem o interesse de investigadores europeus. Nesta época, para além do Marketing, também se descrevem algumas contribuições das disciplinas do Comportamento Organizacional e da Psicologia.

No entanto, é entre meados dos anos 80 e final dos anos 90 que Balmer (1998) identifica o terceiro estágio de desenvolvimento e que corresponde *ao maior interesse académico da identidade no domínio dos Estudos Organizacionais* e que se dá, sobretudo, no continente europeu, graças à publicação do capítulo *Organizational identity* de Albert e Whetten, em 1985. Estes investigadores foram os responsáveis pela primeira conceptualização de Identidade Organizacional como as *características centrais, distintivas e duradouras da organização na perspetiva dos seus membros*, à qual se seguiu uma proliferação do interesse académico manifestado pelas diversas tentativas de definição e explicação do conceito (Ashforth e Mael 1989; Balmer e Wilson

1998; Whetten e Mackey 2002; Corley *et al.* 2006; Gioia *et al.* 2013; Pratt *et al.* 2016). A partir desta data, tornou-se recorrente a utilização do termo identidade para responder à questão “*quem é a organização?*” e para fazer referência aos seus atributos distintivos (Balmer 1995).

O trabalho de Albert e Whetten (1985) representa, portanto, um marco na fundação da Identidade Organizacional enquanto disciplina, até porque a sua descrição do conceito como um elemento *central, distintivo e duradouro* na vida das organizações deu origem a grandes debates. A partir desta data, é possível verificar um aumento do interesse quer académico quer profissional pelo estudo da Identidade Organizacional.

Como consequência deste crescimento, em meados dos anos 90 assistimos à fase que Gioia *et al.* (2013) chamaram de *período de desenvolvimento*. Foi nesta altura que surgiu o *Internacional Corporate Identity Group* (ICIG), uma associação fundada em 194¹ por John Balmer, que juntou académicos e profissionais da Gestão, do Marketing e da Comunicação, interessados no fenómeno da Identidade Organizacional. Empenhado que estava no desenvolvimento deste campo, o ICIG assinou, em janeiro de 1995, a Declaração de *Strathclyde*. Nesta declaração, alertavam-se académicos e profissionais para um conjunto de questões, nomeadamente: 1) o reconhecimento da inevitabilidade da identidade, já que todas as organizações têm uma, independentemente da sua vontade; 2) a identificação do seu carácter diferenciador num ambiente competitivo e concorrencial; 3) a importância da sua gestão para a criação de relacionamentos com os públicos e para o sucesso organizacional; e 4) a identificação do seu carácter estratégico e a sua interdependência com a Comunicação Organizacional.

A este período de desenvolvimento do campo de estudos, seguiu-se uma entrada mais intensa no novo milénio. O crescimento constante da produção científica que se verificou a partir de 2000 é atribuído, em parte, e de acordo com Pratt *et al.* (2016), a um número especial sobre *Identidade Organizacional e Identificação* publicado pela revista científica *Academy of Management Review*, em 2000, à qual se juntaram vários livros, capítulos e dissertações que debatiam o tema da Identidade Organizacional. De acordo com Corley *et al.* (2006), esta foi a etapa da *adolescência amadurecida* na qual predominou a investigação ligada aos temas da *identidade e sustentabilidade*, das *diferenças hierárquicas na perceção das identidades*, da *ambiguidade da identidade* e do debate em torno da *durabilidade versus mudança*

¹ Formalmente criado na Câmara dos Lordes, em Londres, em janeiro de 1996 (ICIG, 2019b).

da identidade no contexto organizacional. Neste período, que caracterizou a primeira década do século XXI, o interesse pelas questões da Identidade Organizacional cresceu significativamente, manifestando-se num aumento do volume dos estudos teóricos e empíricos que ficaram marcados pela multiplicidade de metodologias utilizadas e pela diversidade de disciplinas envolvidas (Cornelissen *et al.* 2007).

Atualmente, e seguindo a cronologia de evolução proposta por Gioia *et al.* (2013), a Identidade Organizacional, enquanto disciplina científica, terá atingido o seu *estado maduro* e encontra-se à beira da idade adulta, a qual se caracteriza pela utilização dos conhecimentos já obtidos sobre a identidade das organizações para a compreensão de outros conceitos, como é o caso da *estratégia, da cultura, da imagem e da reputação* em contexto organizacional.

Até aqui chegar, o desenvolvimento desta disciplina, ainda que não muito longo, ficou marcado por aquilo que Ruão (2008) – inspirada por Hatch e Schultz (2000) – denominou de Torre de Babel. O crescente interesse académico e profissional de que o assunto foi alvo no seio de uma diversidade de disciplinas académicas e de contextos profissionais resultou numa fragmentação e compartimentação que, ainda hoje, provoca alguma confusão quando se procuram estudar as origens do campo. Tal como refere Ruão (2008), a evolução da Identidade Organizacional combinou as preferências de académicos, consultores e gestores com carreiras estabelecidas em áreas diferentes como o Marketing, a Gestão, a Comunicação, a Sociologia ou o Design, com as quais se misturavam as escolas de pensamento características dos países de origem. Este é, de resto, um problema que Balmer (1998) já identificara, ao afirmar que a entrada no novo milénio se tinha caracterizado pela falta de diálogo entre académicos com origens disciplinares distintas e pela diferença de abordagens entre os Estados Unidos – com uma influência maior no Marketing e nos estudos da identificação visual, da imagem e da reputação – e a Europa – com maior foco nos Estudos Organizacionais e na Identidade Organizacional – dificultando-se, assim, a criação de um conceito único e consensual para o fenómeno.

Esta divergência de abordagens e de pensamentos denotou-se, desde logo, na existência de diferentes designações para a área, com conceptualizações também distintas. Os Estudos do Marketing e campos relacionados preferiram o termo Identidade Corporativa, o qual associavam às características de identificação visual e gráfica das organizações. Por seu turno, os Estudos Organizacionais adotaram a denominação de Identidade Organizacional, que descrevem como as perceções, as crenças e os sentimentos que os membros

desenvolvem em relação às coletividades a que pertencem (Hatch e Schultz 1997). Estas diferentes conceptualizações fizeram-se acompanhar, também, de visões distintas que foram marcando os estudos do fenómeno da identidade no contexto das organizações. He e Brown (2013) procuraram sintetizá-las em quatro perspetivas que dominaram os trabalhos até ao final da primeira década do século XXI, nomeadamente: a *perspetiva funcionalista*, a *perspetiva construtivista social*, a *perspetiva psicodinâmica* e a *perspetiva pós-moderna*.

A *perspetiva funcionalista* provém do Marketing e da Gestão, onde a Identidade Organizacional é associada a elementos tangíveis e gráficos como os logótipos organizacionais, os atributos físicos ou os documentos oficiais produzidos pela gestão de topo. Os funcionalistas procuram categorizar as identidades e as imagens que delas resultam e marginalizam os processos pelos quais o sentido é criado pelos membros e pelos públicos da organização. A *perspetiva construtivo-social*, ao contrário da anterior, possui um carácter interpretativo e centra-se na descrição da identidade como um produto socialmente construído através dos entendimentos partilhados sobre o que é central, distintivo e duradouro para os membros da organização. Por sua vez, a *visão psicodinâmica* chama a atenção para os processos inconscientes e desconhecidos que os membros utilizam na construção e na adaptação à identidade das organizações. Por fim, as *abordagens pós-modernas* têm origem nos Estudos Organizacionais e concentram-se nas questões da indeterminação e da fragmentação identitária. Ao defender que as organizações são construções discursivas, os pós-modernos concordam que a identidade é permanentemente reformulada mediante as interações entre os seus atores internos e externos da organização.

Conscientes da diversidade de designações, conceptualizações e abordagens que caracterizam o campo de estudos, neste trabalho, e tal como aponta a tradição na investigação em Comunicação Organizacional (Hatch e Schultz 1997), adotámos a designação de Identidade Organizacional bem como a perspetiva pós - moderna dos Estudos Organizacionais para nos guiar na fase de criação de noção de identidade para as universidades públicas portuguesas. No entanto, não desconsideramos a multidisciplinariedade que caracteriza esta área e reconhecemos, em particular, a relevância dos Estudos do Marketing no desenvolvimento deste campo, bem como a pertinência da sua abordagem na criação de uma noção mais abrangente e completa da identidade nas universidades.

Apesar desta complexidade, de acordo com o debate que fomos reconstruindo parece-nos que, neste momento, e depois de um período de es-

tabelecimento que ficou marcado pelo contributo de uma multiplicidade de áreas científicas, de abordagens, de metodologias e das diferentes linguagens que as caracterizam, a Identidade Organizacional é um campo de estudos mais abrangente e estruturado, capaz de estabelecer alguma harmonia entre as diferentes disciplinas e perspectivas que se vêm desenvolvendo em seu torno.

Por outro lado, parece ter-se alcançado um reconhecimento da sua importância, como um elemento determinante para a compreensão e gestão das organizações. Todavia, a necessidade de melhor perceber este conceito e a complexidade que lhe está inerente conduz-nos, em seguida, para a realização de uma breve apresentação das perspectivas e dos debates que dominam a investigação da identidade nos Estudos Organizacionais.

1.1. As perspectivas dos Estudos Organizacionais

Quem somos nós como coletividade? Esta é a questão à qual os investigadores dos Estudos Organizacionais têm tentado responder desde que se preocupam com a noção de identidade, procurando esclarecer a forma como se constroem os mecanismos de identificação nas organizações. Ao longo das duas últimas décadas, três perspectivas sobressaíram na tentativa de responder a esta pergunta: *a perspectiva do ator social*, *a perspectiva da construção social* e *a perspectiva institucional*. Embora todas tenham como ponto de partida a conceptualização proposta por Albert e Whetten (1985) e o significado autorreferencial da identidade – *quem somos nós como organização?* –, diferem na forma como descrevem os seus atributos centrais, distintivos e duradouros.

Na *perspetiva do ator social*, as organizações agem como agentes sociais detentores de direitos e deveres (Gioia e Hamilton 2016). Deste ponto de vista, a identidade é construída através das afirmações que são feitas pelos líderes organizacionais sobre “quem somos como coletividade” (Whetten 2006) e, portanto, as suas manifestações principais encontram-se nas ações e nas declarações formais da organização (Corley *et al.* 2006). A organização, como um ator social, é a responsável por transmitir a forma como deve ser vista pelos seus membros internos e pelo público externo (Gioia *et al.* 2013). Porque atribui a construção da identidade aos líderes das empresas e das instituições, esta perspectiva apresenta uma maior resistência à mudança (He & Baruch, 2010) e aceita o atributo da durabilidade proposto por Albert e Whetten (1985).

A *perspetiva da construção social*, por seu turno, acredita na natureza maleável da identidade ao defini-la como os entendimentos e crenças cole-

tivamente partilhados pelos membros dentro da organização (He e Baruch 2010). Em contraste com a visão do ator social, dá uma ênfase maior ao atributo autorreferencial e às formas pelas quais os membros organizacionais constroem significados e moldam uma identidade que consideram adequada para si. Estes tornam-se, então, os responsáveis pela definição das características que presumem ser centrais, distintivas e contínuas no local onde trabalham (He e Baruch 2010; Gioia *et al.* 2013; Gioia e Hamilton 2016). Como uma construção social, a identidade está sujeita a revisões periódicas à medida que os colaboradores interagem uns com os outros e com membros externos. Assim, o atributo da durabilidade é questionado e os defensores desta perspetiva preferem utilizar a expressão “continuidade” (Gioia e Hamilton 2016).

Na *perspetiva institucionalista*, a identidade também é descrita como um fenómeno determinado internamente, em níveis hierárquicos superiores, tal como na visão do ator social, mas reconhece-se e privilegia-se a influência dos contextos sociais nos quais a organização se insere (Gioia *et al.* 2013; Gioia e Hamilton 2016). Com a sua ênfase nas influências exteriores, os institucionalistas descobriram que as organizações são melhor sucedidas e ganham maior legitimidade quando a sua identidade reflete as reivindicações da sua envolvente externa (Gioia e Hamilton 2016).

De acordo com Gioia *et al.* (2013), embora tenham traçado caminhos divergentes, as três perspetivas fornecem alguma convergência para uma compreensão mais completa da Identidade Organizacional e dos seus processos de construção. Juntas, problematizam o papel dos vários membros organizacionais na definição da identidade e discutem a participação do público externo neste processo, ao mesmo tempo que reconfiguram o atributo da durabilidade em função da pressão que o contexto social pode fazer no sentido da mudança identitária.

Para este trabalho, consideramos útil ter em conta esta visão integrativa de Gioia *et al.* (2013) e adotamos uma perspetiva que abrange tendências teóricas do ator social, da construção social e do institucionalismo. Assim, conservamos a importância atribuída aos líderes organizacionais na construção da identidade proposta pelo pensamento do *ator social*, mas concordamos que se complementa com os entendimentos e crenças coletivamente partilhados pelos membros da organização sobre o que consideram ser central, distintivo e contínuo, não esquecendo as interações externas que estes reproduzem para criar o seu sentimento de identificação coletiva, tal como defendido pela *construção social*. Por fim, preservamos a influência dos

contextos sociais na composição da identidade e a sua importância para a legitimidade organizacional que é proposta pela *perspetiva institucionalista*.

De resto, as divergências que caracterizam estas visões deram lugar a grandes debates nos estudos da Identidade Organizacional. No seu centro estão as discussões em torno do atributo duradouro da identidade e da existência de múltiplas identidades numa organização.

2. À procura de uma definição de identidade

Desde que a identidade se tornou um tema emergente nos Estudos Organizacionais, e depois de Albert e Whetten (1985) se terem estreado na conceptualização da Identidade Organizacional, vários investigadores seguiram o seu exemplo e enveredaram pela tentativa de estabelecer uma definição consensual para a disciplina. Tal deu origem à propagação de explicações sem que nenhuma tenha alcançado o consenso desejado. Na verdade, a proposta de Albert e Whetten (1985) continua a ser a referência nos Estudos Organizacionais.

Tal como afirmam Gioia *et al.* (2013), a identidade é um dos conceitos mais relevantes com o qual lidamos na nossa vida pessoal e organizacional, já que se debruça sobre quem somos enquanto indivíduos e enquanto membros de organizações, investigando o nível mais profundo da criação de sentido. Esta é, de resto, uma ideia que Ruão (2008) já tinha partilhado quando alertou para a necessidade de se alcançar uma visão integradora do conceito:

Se o conceito de identidade é tão central à vida organizacional, que faz os gestores lutarem diariamente pelo controlo da projeção da sua própria interpretação identitária (por via de discursos, comunicados, conferências de imprensa ou anúncios publicitários), então justificar-se-ia, talvez, considerar todas as suas dimensões. Além do mais, esta posição de costas voltadas entre as pesquisas, não parece continuar a ser sustentável, pois estamos a falar de um mesmo fenómeno que é olhado em diferentes perspetivas. O caminho da integração sugere que se considere o trabalho de profissionais e académicos, o pensamento de todas as disciplinas científicas e, ainda, o contributo de várias pesquisas nacionais [...]. (Ruão 2008: 66)

Tendo em conta esta diversidade de perspetivas, entende-se que qualquer conceptualização que se pretenda mais completa e evolutiva deve ser capaz de olhar e integrar as perspetivas interdisciplinares e evolucionistas que caracterizam este campo de estudos. Além disso, dada a complexidade da realidade organizacional atual, a explicação da identidade será mais com-

pleta quanto mais adequada e orientada for aos diferentes tipos de empresas e instituições. É isso que tentaremos fazer de seguida, ao utilizar os conhecimentos adquiridos ao longo deste debate para enveredar numa tentativa de dizer como se forma e o que deve contemplar a identidade das universidades públicas portuguesas.

3. A construção da identidade nas universidades públicas

De acordo com a discussão que temos vindo a realizar neste trabalho e tendo em conta a nossa preferência pela teorização do campo dos Estudos Organizacionais, com o complemento das abordagens do Marketing, existe um conjunto de elementos que consideramos fundamentais na composição da Identidade Organizacional das universidades públicas portuguesas: 1) a história das instituições; 2) a visão dos seus líderes organizacionais; 3) a cultura organizacional, como integradora das crenças e dos valores que são partilhados pelos membros das universidades para se identificarem e darem sentido à sua atividade; e 4) as imagens que resultam da interação e da comunicação entre o ambiente interno e o contexto externo destas entidades. Estes são os quatro referentes da Identidade Organizacional, os quais consideramos definir o conjunto de características centrais, distintivas e contínuas - tal como propõe adaptação ao conceito de Albert e Whetten (1985), proposta por Gioia *et al.* (2013).



Figura 1: Referentes da Identidade Organizacional das universidades públicas.

A **história** que conta e recria a fundação e o desenvolvimento de uma determinada organização é descrita como um elemento decisivo na criação e legitimação da sua identidade (Whetten 2006; Zundel *et al.* 2016; Oertel e Thommes 2018). Em certo sentido, qualquer empresa ou instituição está limitada pelo seu próprio passado (Oertel e Thommes 2018) e, por isso, é comum a utilização de momentos históricos relevantes – os quais se podem converter em tradições, rituais ou mitos – como reivindicações identitárias (Whetten, 2006). As referências ao passado induzem algum sentido de estabilidade, coerência e credibilidade e são, por isso, importantes no processo de identificação e afiliação dos públicos internos e externos e facilitam, então, o sentimento de segurança em momentos desafiantes (Ravasi e Schultz 2006; Whetten 2006; Zundel *et al.* 2016). Acreditamos que a herança histórica, marcada por figuras icónicas, momentos marcantes, rituais de celebração, tradições, trajes, património edificado, obras publicadas, etc., ajuda as universidades a definirem e partilharem o seu sentido comum e a encontrarem um ponto de referência em períodos de mudança.

A importância da **visão dos líderes** no processo de idealização das organizações não é um pensamento recente e já foi testado em alguns trabalhos que refletiram sobre o contexto universitário (Gioia e Chittipeddi 1991; Gioia e Thomas 1996; Scott e Lane 2000; Ruão 2008). Por exemplo, Gioia e Thomas (1996) defenderam que as perceções de identidade e de imagem produzidas pelos membros da gestão de topo são fundamentais no processo de criação de sentido organizacional e, por isso, são importantes nas interpretações realizadas pelos colaboradores de todos os níveis hierárquicos. Scott e Lane (2000) também descreveram a identidade como um fenómeno que emerge das interações complexas e recíprocas entre os líderes, os colaboradores e outros grupos envolvidos com a organização. Sobre este assunto, Gioia e Chittipeddi (1991) concluíram que a compreensão das decisões de gestão depende, em larga medida, do conhecimento dos significados que são atribuídos pelos seus criadores. E Gray e Balmer (1998) vieram afirmar que é da responsabilidade dos gestores de topo administrar o sistema de identidade e de comunicação da organização, de modo a desenvolver uma imagem e uma reputação favoráveis. E como é que os líderes organizacionais criam e mantêm este sistema de representações que resulta na identidade? De acordo com Ruão (2008), fazem-no através de elementos concretos, nos quais se podem incluir a missão, a filosofia, a visão de negócio ou a história da instituição, e de fenómenos emocionais, como a cultura interna e os traços do comportamento dos trabalhadores.

Parece-nos, ainda, que a componente visual e gráfica pode incluir-se neste sistema de representações que vem da gestão de topo e que opera como o agente que facilita o reconhecimento organizacional, quer interno quer externo. De acordo com Steiner *et al.* (2013), os atributos visuais – onde se incluem os logótipos, as cores associadas à instituição, os designs de todos os suportes de comunicação, o estilo dos edifícios e do mobiliário e a disposição dos diferentes espaços, por exemplo – são projetados ao longo do tempo e, por isso, tornam-se uma parte importante da identidade das universidades que afeta a sua atratividade.

Não obstante a visão de que os traços identitários têm origem em níveis hierárquicos superiores, o seu reconhecimento e adoção por parte de todos os membros da organização é um procedimento decisivo para o seu envolvimento com todas as decisões, estratégias, estruturas e políticas que compõem a entidade, sendo um princípio básico para a sua sobrevivência. Tal como afirmam Ashforth, Harrison e Corley (2008), um indivíduo altamente identificado vê a coletividade como um suporte para si mesmo. Assim, quando os colaboradores se revêm na identidade da sua organização mais facilmente a adotam para si, desenvolvendo sentimentos de pertença e atuando como os seus embaixadores perante os públicos externos. Mas, para que aconteça, é preciso que se reconheçam as crenças e valores que são partilhados por estes membros como parte fundamental da Identidade Organizacional.

Nesta fase, a **cultura da organização** parece assumir um papel relevante. Tal como defende Ravasi (2016), esta representa um referente importante para as afirmações e compreensões do “eu” coletivo que constituem a identidade. Os investigadores organizacionais tendem a descrever a Cultura Organizacional como um fenómeno composto pelos elementos imaginários e materiais (que se manifestam nos símbolos, nas histórias, nas tradições, nas linguagens, nos rituais, etc), pelas práticas formais (encontradas nas políticas, nas estruturas e nos sistemas) e pelas práticas informais (que dizem respeito às normas e convecções não escritas) que são responsáveis por moldar o comportamento dentro da organização.

Considerando, então, os elementos que constituem os traços culturais das organizações, parece-nos que a cultura deve ser considerada como um referente importante para a identidade das universidades, pois ajuda os seus membros a estabelecer um sentimento de coletividade e a compreender os valores, as estruturas e as práticas organizacionais. Tal não significa, todavia, que a própria cultura não seja, continuamente, influenciada pela identidade. Parece-nos, na verdade, que estes dois constructos convivem numa relação de influência mútua e contínua.

Voltamo-nos, agora, para lá das portas das organizações. Ainda que, durante algum tempo, a identidade tenha sido descrita como uma componente formada e controlada no ambiente interno, as visões modernas põem em causa a validade desta premissa e justificam-no com a diluição de fronteiras entre o interior e o exterior da organização. Já em 2002, Hatch e Schultz discutiam esta questão ao lembrar que os funcionários são, ao mesmo tempo, consumidores e membros da comunidade envolvente na qual podem adotar vários papéis. Assim, além de construírem perceções internas, também constroem as suas imagens externas (Gioia *et al.*, 2000; Ruão, 2008), que utilizam na criação da sua realidade organizacional. Por outro lado, tem existido uma preocupação cada vez maior em gerir a relação com os grupos externos, reconhecendo-se a sua influência nas representações internas. Assim, e tal como proposto por Ruão (2008), a identidade deve ser pensada como uma construção que parte do fluxo de informações, cognições e emoções que acontecem no interior da organização, mas que também tem origem no meio envolvente, deixando de lado a dicotomia interno-externo na compreensão deste fenómeno.

A **Imagem Organizacional** torna-se, então, um referente da identidade. Os investigadores organizacionais tendem a utilizar o termo *identidade* para se referirem às crenças e valores partilhados pelos membros internos. Já a noção de *imagem* é usada para definir as perceções imediatas que são criadas pelos diferentes indivíduos e grupos externos em função das impressões e sentimentos que vão criando nas interações e nos contactos que estabelecem com a organização (Bernstein 1984; Gray e Balmer 1998; Gioia *et al.* 2000; Scott e Lane 2000; Ravasi 2016). Esta imagem tende a ser criada de forma rápida e é valorizada pelas empresas e instituições como um elemento que deve ser tido em conta na sua definição de identidade. De acordo com Hatch e Schultz (2002):

[...] A identidade é simultaneamente moldada por entendimentos culturais formados dentro da organização e por imagens externas fornecidas pelos *stakeholders*. Tal requer, por sua vez, que se mantenha uma conversa aberta e contínua entre os gestores, os membros da organização e as partes interessadas externas, na qual todos os envolvidos estejam dispostos a ouvir e a responder. (Hatch & Schultz 2002: 1014)

Esta afirmação significa que, ao ter em conta a imagem como um referente para a identidade, as empresas e instituições estão dispostas a moldar o seu comportamento em função de respostas e das solicitações que podem

receber. Esta é uma realidade que está muito presente no ambiente organizacional moderno, o qual tem procurado moldar-se às exigências dos cidadãos. Na verdade, os estudiosos organizacionais têm descrito esta capacidade de adaptação como um comportamento fundamental para promover a identificação dos públicos externos e, assim, alcançar uma reputação favorável.

A reputação é, então, aquilo que resulta do acumular de várias imagens da organização. A definição proposta por Fombrun (1996: 72), como “uma representação percetiva das ações passadas e dos projetos futuros que descrevem a atração global da organização a todos os seus públicos principais quando comparada com a sua concorrência”, tem sido bastante utilizada para descrever este fenómeno. Em termos gerais, os académicos concordam que a construção de uma boa reputação depende do reconhecimento de uma imagem positiva durante um longo período de tempo (Wæraas e Byrkjeflot 2012). De acordo com Gotsi e Wilson (2001), esta reputação está muito dependente do comportamento organizacional que se manifesta através da comunicação. De facto, vários autores têm referido o papel importante que a comunicação possui no processo de gestão da identidade e na sua transformação em imagens e reputações favoráveis (Bernstein 1984; Hatch e Schultz 1997; Gray e Balmer 1998; Scott e Lane 2000; Hatch e Schultz 2002; Whetten e Mackey 2002; Bulotaite 2003; Wæraas 2010; Wæraas e Byrkjeflot 2012).

No seio das estratégias que têm sido aplicadas nesta tentativa de construir boas imagens e boas reputações, destacamos, finalmente, a crescente preocupação com a responsabilidade social, quer nas empresas, quer nas instituições. Assim, consideramos que o compromisso social deve ser visto como um comportamento que induz traços identitários específicos, bem como imagens e reputações particulares. Assim, apoiados por McShane e Cunningham (2011) e Michaels e Grüning (2018), acreditamos que a responsabilidade social, como um fenómeno de comportamento e representação que invadiu as organizações contemporâneas, deve ser incluída no conjunto de componentes que definem a identidade das organizações. Defendemos, por isso, que esta componente também deve ser tida em conta na análise da identidade das universidades públicas, ainda mais quando percebemos que o nascimento destas instituições está fortemente relacionado com determinadas expectativas sociais.

Terminada esta discussão, em torno daqueles que consideramos serem os principais referentes da identidade das universidades (figura 1), falta-nos enveredar pela tentativa criar uma noção de Identidade Organizacional para

estas instituições. Para tal, tivemos como ponto de partida a definição criada por Ruão (2008), bem como os quatro referentes de identidade antes explicados. Assim, definimos Identidade Organizacional das universidades públicas como:

Conjunto de atributos centrais, distintivos e contínuos que emergem de uma história e suas tradições, rituais e mitos; de uma personalidade idealizada, declarada na missão, na visão e pela comunicação; de uma cultura partilhada, seus valores, crenças e códigos de conduta; de um nome distinto e atributos visuais; de padrões de comportamento dotados de responsabilidade social; e de uma imagem refletida, que redefine os traços de identidade.

Conclusão

Qualquer tentativa de criação de uma definição de Identidade organizacional será sempre complexa, imperfeita e inacabada. É a própria evolução das organizações que nos prova tal realidade.

No seio das universidades públicas, em particular, as circunstâncias de gestão da identidade 'parecem mais complexas do que nunca. As expectativas face ao papel destas organizações, nunca, como agora, foram tão elevadas e as suas circunstâncias de atuação nunca foram tão desafiantes. Numa conjuntura em que se nota a concorrência no ensino, a redução dos apoios do Estado, a necessidade de financiamento externo, o apelo ao empreendedorismo académico e a exigência de uma atitude ética e transparente, cresce e necessidade destas instituições alcançarem alguma diferenciação. Como consequência, as competências de comunicação saem valorizadas, cabendo-lhes fomentar o reforço de identidades fortes e consistentes.

Assim, tem-se assistido a uma mudança estratégica nestas instituições – no sistema de governação, na estruturação do ensino e da investigação e no reforço da interação com a sociedade - a qual incrementou a importância da gestão de elementos simbólicos e intangíveis, como é caso da identidade, da imagem e da reputação, as quais dependem da interação constante com os públicos institucionais, que são cada vez mais diversos e mais exigentes.

Referências bibliográficas

Abratt, Russel e Kleyn, Nicola (2012): “Corporate Identity, Corporate Branding and Corporate Reputations: Reconciliation and Integration”. In: *European Journal of Marketing*, 46. Emerald: 1-28.

Albert, Stuart e Whetten, David (1985): "Organizational Identity". In Larry Cummings & Barry Staw (orgs.), *Research in Organizational Behavior*. Greenwich: JAI Press, 263-295.

Ashforth, Blake, Harrison, Spencer e Corley, Kevin (2008): "Identification in Organizations: An Examination of Four Fundamental Questions". In: *Journal of Management*, 34. Sage: 325-374.

Ashforth, Blake e Mael, Fred (1989): "Social Identity Theory and the Organization". In: *Academy of Management Review*, 14. 20-39.

Balmer, John (1995): "Corporate Branding and Connoisseurship". In: *Journal of General Management*, 21. Sage: 24-46.

----- (1998): "Corporate Identity and the Advent of Corporate Marketing". In: *Journal of Marketing Management*, 14. Taylor & Francis: 963-996.

Balmer, John e Gray, Edmund (2000): "Corporate identity and corporate communications: creating a competitive advantage". In: *Industrial and Commercial Training*, 32. 256-261.

Balmer, John e Greyser, Stephen (2002): "Managing the Multiple Identities of the Corporation". In: *California Management Review*, 44.

Balmer, John e Wilson, Alan (1998): "Corporate identity: There is more to it than meets the eye". In: *International Studies of Management & Organization*, 28. ABI/INFORM Global: 12-31.

Bankins, Sarah. e Waterhouse, Jennifer (2018): "Organizational Identity, Image, and Reputation: Examining the Influence on Perceptions of Employer Attractiveness in Public Sector Organizations". In: *International Journal of Public Administration*. Taylor & Francis: 1-12.

Brunsson, Nils e Sahlin-Andersson, Kerstin (2000): "Constructing Organizations: The Example of Public Sector Reform". In: *Organization studies*, 21. Sage: 721-746.

Bulotaite, Nijole (2003): "University Heritage – An Institutional Tool for Branding and Marketing". In: *Higher Education in Europe*, 28. Taylor & Francis: 449-454.

Corley, Kevin *et al.* (2006): "Guiding Organizational Identity Through Aged Adolescence". In: *Journal of Management Inquiry*, 15. Sage: 85-99.

Cornelissen, Joep, Haslam, Alexander e Balmer, John (2007): "Social Identity, Organizational Identity and Corporate Identity: Towards an Integrated Understanding of Processes, Patternings and Products". In: *British Journal of Management*, 18. Wiley: SI-S16.

Fombrun, Charles (1996): *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. Boston: Harvard Business School Press.

Gioia, Dennis e Chittipeddi, Kumar (1991): "Sensemaking and Sensegiving in Strategic Change Initiation". In: *Strategic Management Journal*, 12. 433-448.

Gioia, Dennis e Hamilton, Aimee (2016): "Great Debates in Organizational Identity Study". In Michael Pratt, Majken Schultz, Blake Ashforth & David Ravasi (orgs.), *The Oxford Handbook of Organizational Identity*. Oxford: Oxford University Press: 21-38.

Gioia, Denis, Patvardhan, Shubba, Hamilton, Aimee e Corley, Kevin (2013):

“Organizational Identity Formation and Change”. In: *The Academy of Management Annals*, 7. Taylor & Francis: 123-193.

Gioia, Dennis, Schultz, Majken e Corley, Kevin (2000): “Organizational Identity, Image, and Adaptive Instability”. In: *The Academy of Management Review*, 25. 63-81.

Gioia, Dennis e Thomas, James (1996): “Identity, Image, and Issue Interpretation: Sensemaking During Strategic Change in Academia”. In: *Administrative Science Quarterly*, 41. 370-403.

Goldhaber, Gerald e Barnett, George (1988): *Handbook of Organizational Communication*. Nowood: Ablex.

Gotsi, Manto e Wilson, Alan (2001): “Corporate reputation: seeking a definition”. In: *Corporate Communications: An International Journal*, 6. Emerald: 24-30.

Hatch, Mary Jo e Schultz, Majken (1997): “Relations between organizational culture, identity and image”. In: *European Journal of Marketing*, 3. Emerald: 356-365.

----- (2000): “Scaling the Tower of Babel: relational differences between identity, image and culture in organizations”. In Majken Schultz, Mary Jo Hatch e Holten Larsen (orgs.), *The Expressive Organization: linking identity, reputation and corporate branding*. New York: Oxford University Press: 11-35.

Hatch, Mary Jo e Schultz, Majken (2002): “The dynamics of organizational identity”. In: *Human Relations*, 55. Sage: 989-1018.

He, Hongwei e Baruch, Yehuda (2010): “Organizational Identity and Legitimacy under Major Environmental Changes: Tales of Two UK Building Societies”. In: *British Journal of Management*, 21. Wiley: 44-62.

He, Hongwei e Brown, Andrew (2013): “Organizational Identity and Organizational Identification: A Review of the Literature and Suggestions for Future Research”. In: *Group & Organization Management*, 38. Sage: 3-35.

McShane, Lindsay e Cunningham, Peggy (2011): “To Thine Own Self Be True? Employees’ Judgments of the Authenticity of Their Organization’s Corporate Social Responsibility Program”. In: *Journal of Business Ethics*, 108. Springer: 81-100.

Michaels, Anne e Grüning, Michael (2018): “The impact of corporate identity on corporate social responsibility disclosure”. In: *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 3. Springer: 1-13.

Oertel, Simon e Thommes, Kirsten (2018): “History as a Source of Organizational Identity Creation”. In: *Organization studies*, 39. Sage: 1709-1731.

Pratt, Michael (2016): “Hybrid and Multiple Organizational Identities”. In Michael Pratt, Majken Schultz, Blake Ashforth & David Ravasi (orgs.), *The Oxford Handbook of Organizational Identity*. Oxford: Oxford University Press: 106-120.

Ran, Bing e Golden, Timothy (2011): “Who Are We? The Social Construction of Organizational Identity Through Sense-Exchanging”. In: *Administration & Society*, 43. Sage: 417-445.

Ravasi, David (2016): “Organizational Identity, Culture and Image”. In Michael Pratt, Majken Schultz, Blake Ashforth & David Ravasi (orgs.), *The Oxford Handbook of Organizational Identity*. Oxford: Oxford University Press: 65-78.

Ravasi, David e Schultz, Majken (2006): “Responding to Organizational Identity Threats: Exploring the Role of Organizational Culture”. In: *Academy of Management Journal*, 49. 433-458.

Riel, Van e Balmer, John (1997): “Corporate identity: the concept, its measurement and management”. In: *European Journal of Marketing*, 31. 310-355.

Ruão, Teresa (2008): *A Comunicação Organizacional e os Fenómenos de Identidade: a aventura comunicativa da formação da Universidade do Minho, 1974-2006*. Universidade do Minho: Braga.

Scott, Susanne e Lane, Vicki (2000): “A Stakeholder Approach to Organizational Identity”. In: *Academy of Management Review*, 25. 43-62.

Sillince, John e Brown, Andrew (2009): “Multiple organizational identities and legitimacy: The rhetoric of police websites”. In: *Human Relations*, 62. Sage: 1829-1856. doi:10.1177/0018726709336626.

Steiner, Lars, Sundström, Agneta e Sammalisto, Kaisu (2013): “An analytical model for university identity and reputation strategy work”. In: *Higher Education*, 65. Springer: 401-415.

Wæraas, Arild (2010): “Communicating Identity: The Use of Core Value Statements in Regulative Institutions”. In: *Administration & Society*, 42. Sage: 526-549.

Wæraas, Arild e Byrkjeflot, Haldor (2012): “Public Sector Organizations and Reputation Management: Five Problems”. In: *International Public Management Journal*, 15. Taylor & Francis: 186-206.

Wæraas, Arild e Solbakk, Marianne (2009): “Defining the essence of a university: lessons from higher education branding”. In: *Higher Education*, 57. Springer: 449-462.

Whetten, David (2006): “Albert and Whetten Revisited: Strengthening the Concept of Organizational Identity”. In: *Journal of Management Inquiry*, 15. Sage: 219-234.

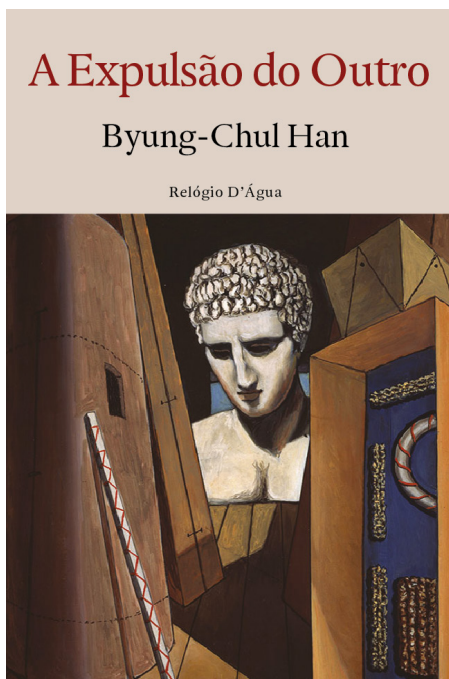
Whetten, David e Mackey, Alison (2002): “A Social Actor Conception of Organizational Identity and Its Implications for the Study of Organizational Reputation”. In: *Business & Society*, 41. Sage: 393-414.

Zundel, Mike, Holt, Robin e Popp, Andrew (2016): “Using history in the creation of organizational identity”. In: *Management & Organizational History*. Taylor & Francis: 1-25.

RECENSÕES

**Byung-Chul Han: *A Expulsão do Outro – Sociedade, Percepção e Comunicação Hoje*. Lisboa: Relógio D'Água, 2018, 104 pp.
Tradução de Miguel Serras Pereira.**

Pedro Rodrigues Costa (UM)
Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade



Em *A Expulsão do Outro – Sociedade, Percepção e Comunicação Hoje*, Byung Chul-Han analisa o humano na atual contingência social, percetiva e comunicacional. Sobretudo no interior da cultura digital. O livro, de escrita simples e assente em frases curtas mas densas, divide-se em 12 textos: O terror do idêntico; O poder violento do global e o terrorismo; O terror da autenticidade; Medo; Limiares; Alienação; Corpos que se nos Contrapõem; Olhar; Voz; A linguagem do outro; O pensamento do outro; Escutar.

No primeiro texto o autor descreve-nos o “Terror do Idêntico”. Que quer ele dizer com isto? Que as tecnologias atuais, através de produções que chegam às massas por intermédio de filmes, vídeos, jogos, ideias, narrativas, comentários ou *posts* nas redes sociais digitais, ao eliminar distâncias e ao aproximar pessoas com os mesmos gostos e tendências, acabam por anular o diferente, aquele que gosta de coisas diferentes, que consome coisas diferentes, que vive experiências diferentes. Esta “expulsão do outro” acaba por destruir tanto o “outro” como o “eu”, encetando assim um processo de “autodestruição” (Han 2018: 9).

E por que se dá, no seu entender, uma “autodestruição”? Alimentado por tecnologias comuns, os sujeitos vivem, respiram e consomem apenas o “idêntico”, pois “são alimentados de consumo como gado com qualquer coisa que acaba por se tornar sempre a mesma coisa”. Trata-se de uma espécie de processo “excessivamente idêntico” – *Binge Watching* – de consumo ilimitado de vídeos, filmes e outros conteúdos capazes de gerar uma

“perceção generalizada”, portanto “idêntica” (Han 2018: 10).

Assim, ao afastar o diferente, portanto “o outro”, o sujeito vive apenas consigo, com as suas ideias, com os seus hábitos. Aí, “Viajamos por toda a parte sem ter *experiência* alguma. Ficamos ao corrente de tudo sem adquirir com isso *conhecimento* algum”. Ao acumularmos “amigos e seguidores sem experimentarmos nunca o encontro com alguém diferente”, numa permanente “interconexão digital total”, o horizonte de experiências fica cada vez mais estreito, preso a um “anel interminável do eu”, numa “autopropaganda que nos doutrina com as nossas ideias” (Han 2018: 11).

O “terror do idêntico” surge mais tarde, quando o sujeito toma consciência dos seus efeitos vários. São esses: i) Afastando o diferente, o sujeito não se prepara “imunologicamente”. A metáfora biológica serve a Han: a infeção, carregada de novas bactérias, despoleta o fortalecimento de anticorpos. Pelo contrário, o enfarte explica-se pelo aparecimento de gordura, ou seja, reage em “função do excesso do idêntico, da obesidade do sistema”. Não se gerando anticorpos contra a gordura, como acontece ao eliminar-se o outro diferente, o sujeito torna-se obeso de si mesmo, inflacionado de si próprio (Han 2018: 10). ii) Devido ao excesso de informação, mas também da falta de “maturação” motivada pela velocidade a que essa mesma chega, o conhecimento não tem tempo para se instalar, para se fazer “outro”. Tem-se informação, mas é escasso ou nulo o “entendimento” sobre as relações de causa-efeito. iii) Essa escassez de entendimento dos dados, da informação, é substituída pelo “*numérique*” imposto pela lógica digital, pelo numerável (Han 2018: 13). Neste sentido, o autor chega à mesma conclusão de Gabriel Tarde (1992) quando este discorre sobre os efeitos da imprensa sobre a multidão: ao contrário da *ponderação*, dá-se lugar a uma permanente *numeração*, seja da informação como do próprio sujeito. iv) A eliminação do outro como distante, e da própria distância com o efeito aproximador do “digital”, gera a destruição do senso de distância. Sem distância, não há proximidade nem distante: tudo fica “idêntico visto de perto e idêntico visto de longe”. (Han 2018: 15). v) A ideia de uma sociedade digital capaz de uma total transparência em todos os assuntos “elimina a aura e desmitifica o mundo”. Tudo se torna pornográfico no sentido em que “todos os corpos se assemelham” e se revelam “em partes corporais idênticas”. Assim, não existe *jogo*, aquele que é composto pela aparência. A “verdade nua e pornográfica não permite jogo algum, sedução alguma” (Han 2018: 15-16). vi) Com a cultura do idêntico, “os homens não são mais do que bonecos manobrados à distância”. Todos

seguem todos, onde os conteúdos são dispostos por “arames movidos por poderes desconhecidos” (Han 2018: 18).

No segundo texto, *O Poder Violento do Global e o Terrorismo*, o autor descreve a “violência do global como violência do idêntico”, quer dizer, uma força que pretende tudo “intercambiável” e tudo “comparável”. Tudo isto leva a uma perda de “sentido”, na medida em que esse é sempre “incomparável”. Aqui, o autor parece adotar uma postura inscrita no budismo, nomeadamente na ideia de caminho, individualizado, uma busca interna e singular. Ora, esse incomparável, hoje, perdeu-se. O numérico, ou o monetário, confere a mesma medida: o número (Costa, 2020a). Essa pretensa exatidão “nivela” tudo, “reduzindo tudo ao idêntico” (Han 2018: 19).

É daqui que aparece o terrorismo. No entender de Han (2018: 20), o terrorismo não é impelido pelo “religioso em si, mas antes a resistência do singular frente ao poder violento do global. É o terror do próprio global que gera o terrorismo”. De facto, aquilo que hoje não se submete à “equivalência geral da troca” está sujeito ao poder violento do global. A crítica do autor vai assim direta ao coração do neoliberalismo. Considera como seus princípios fundacionais a “exploração” e a “exclusão”. Aponta aí uma “ótica exclusiva” que “identifica como indesejadas e exclui enquanto tais as pessoas inimigas do sistema ou não aptas nos seus termos” (Han 2018: 21). Acrescido a um lado disciplinador do “panótico”, este sistema é “apótico”, quer dizer, encarrega-se da sua própria segurança. E grande parte dessa segurança é alcançada pelo dinheiro: confere estatuto identitário e permite o acesso a elementos de segurança. O que, em certa medida, contribui para o surgimento a figura do inimigo: “o medo de cada um por si mesmo provoca inconscientemente a nostalgia de um inimigo”, servindo paradoxalmente de referência e identidade (Han 2018: 22). O inimigo passa a ser o “outro” – emigrante, refugiado, alienado. Portanto, aquele que necessita de ser “expulso” (Han 2018: 28).

No terceiro texto, o autor debruça-se sobre a “autenticidade” como “adereço de emancipação” (Han 2018: 29). Ser “idêntico a si mesmo”, ou “autor e criador de si mesmo”, é a receita da publicidade global. Não se trata, porém, de acordo com o autor, de uma verdadeira autenticidade. É uma ironia: o que o neoliberalismo pretende é uma “autenticidade sobretudo através do consumo” (Han 2018: 31). Esta publicidade da autenticidade clama pela diferença comercializável, pelas autenticidades das marcas e dos objetos em massa, engendrando uma “coerção narcísica”: o sujeito “não percebe o mundo a não ser sob a forma de matizes de si mesmo”. Sem querer,

negligentemente, o sujeito idêntico e narcísico elimina o “outro” (Han 2018: 31). A publicidade da autenticidade é a tentativa manifestamente ilusória de criar diferenciações narcísicas, isto é, carentes de si mesmo. Só que há aqui um problema: diante de um isolamento narcísico do humano nesta permanente “expulsão do outro”, resulta uma baixa autoestima devido à destruição das gratificações. Porque o “outro” que não “eu”, que poderia olhar-me, confirmar-me e reconhecer-me, desaparece. E esse desaparecimento torna a autoestima instável, porque para a obter seria imprescindível “a noção de que sou importante para outros, de que há outros que me amam” (Han 2018: 33). A autoagressão infligida pelo desaparecimento do outro no universo do idêntico faz feridas na autoestima e gera um cansaço “de si mesmo” (Han 2018: 34). A adição que resulta das *selfies* nas redes sociais digitais é por si só uma revelação de um “eu” narcísico que aumenta o fosso com o outro e acrescenta dimensão ao vazio: “Perante o vazio interior, o sujeito tenta em vão *produzir-se a si mesmo*. Mas é só o vazio que se reproduz. As *selfies* são o eu em formas vazias” (Han 2018: 35). A publicidade da autenticidade, este ser “autor e criador de si mesmo” através do premir do botão na câmara fotográfica do *smartphone* para tirar uma *selfie*, encontra alguma semelhança no premir do botão do engenho da bomba pelo terrorista, na medida em que cada um se rebela contra um tipo de vazio: o bombista pelo vazio da discriminação e do desespero, o *selfista* pelo vazio de “si mesmo”, pela ausência de gratificação do outro diferente (Han 2018: 36).

No quarto texto, intitulado de *Medo*, são convocadas partes de *Ser e Tempo*, de Heidegger (1996). O medo como um estranho, desconhecido e coisa-outra é revisitado pelo olhar heideggeriano: “O medo arranca a “existência” [Dasein = ser/estar aí] (...) à “quotidianidade” familiar e habitual, à conformidade social” (Han 2018: 40). Com isto Han pretende significar que por um lado existe um “se” impessoal, inscrito na conformidade social, que indica o caminho de “como se fazer”, “como se pensar”, “como se sentir” e “como se julgar” que avança diariamente sobre o sujeito. Por outro, o medo como prova de existência de um outro que foge à conformidade social. Hoje, nas palavras de Han (2018, pp.40-42), é esse medo que está a ser expulso porque o medo traz a morte e essa é agora “privada de qualquer mensagem”, já não é “um modo de ser” (Han 2018: 40). A morte que o medo anuncia “significa simplesmente a des-produção”, um “ser sem ente”, um tédio “estupefacto e sem fala” (Han 2018: 41). Ora, “hoje a produção totalizou-se transformando-se na única forma de vida” (Han 2018: 40). O medo afasta o idêntico e então é inimigo. Ao afastar o medo, prevalece o

idêntico. Daí que é importante tê-lo como inimigo, mas afastado e difuso: “medo de ficar à margem, medo de se enganar, medo de falhar, medo de fracassar” (Han 2018: 43). Deve ter-se medo daquele que sente medo e vive feliz. O neoliberalismo professa que “o medo aumenta a produtividade” (Han 2018: 44), na medida em que coloca o medo como o “outro”, que deve ser “expulso” se gerar felicidade ou que deve ser “amestrado” para fazer correr, agir. Enfim, para fazer produzir.

O perigo do medo assumido como limiar é o de que o sujeito pode autonomizar-se diante dele e, por isso mesmo, ultrapassá-lo. Ora, isso significa ultrapassar o idêntico. Daí a importância de amestrar os medos, tendo-os como negatividade, como outro. É isso que nos diz o quinto texto, *Limiares*. O limiar gerado pelo medo pode amedrontar mas também deslumbrar. Para não fugir do idêntico, o sistema quer o medo que amedronte em direção à produção infinita como resposta permanente (Han 2018: 46).

Assim, nos tempos de hoje, a “hipercomunicação” gera alienação (sexto texto) em todos os sentidos, na medida em que ela é autodestrutiva, é “uma alienação de si mesmo” (Han 2018: 50). Essa alienação de si mesmo resulta de uma experiência do presente tendo como base não um tempo onde o sujeito-outro, diferente, é objeto mas antes um tempo onde o sujeito é um outro tipo de objeto, um *obicere*, “algo de contrário, que se vira contra mim, que se atira contra mim” (Han 2018: 51). Se me coloca um *Gosto*, está a meu favor. Se me coloca uma crítica, está contra mim (Costa, 2020b). Mais: se nem um *Gosto* coloca, reflete a ausência de contrapeso e desaparece, é expulso: “a ordem digital provoca uma descorporalização crescente do mundo” (Han 2018: 53).

Com a metáfora do louva-a-deus fêmea que olha o macho para o devorar, de Lacan, Byung Chul-Han, em *Olhar*, salienta a importância do *olhar do outro* sobre mim, que me provoca medo. Se eu for idêntico, passo o teste. Se for diferente, sou olhado como outro. O “triunfo do olhar sobre o olho” é o triunfo de um mundo pobre em olhares, mas rico em “observar o outro”, gerando, todavia, a ideia de que o outro não está a ser “observado”. Isto influencia uma dissimulada “dominação pelo olhar”, pois gera-se a falsa sensação de liberdade, na medida em que o olhar direto tendia para uma repressão. Assim, as pessoas despem-se voluntariamente, aumentando o perigo que correm (Han, 2018, pp.59-62).

Se não há olhar, também não existe *Voz* (nono texto). Ao descorporalizar, o meio digital também elimina a voz, privando-a da sua rugosidade, da sua profundidade, da sua capacidade sedutora (Han 2018: 72). Assim, A

Linguagem do Outro (décimo texto) é sempre a mesma. Não há olhar, não há voz, não há assombro. Em suma, não há outro: “a comunicação atual aspira a eliminar do outro esses ‘fatores do tu’ e a pôr o outro no mesmo nível que o ‘isso’, concretamente, tornando-o idêntico” (Han 2018: 80).

Ora, isto gera um afogamento do si mesmo na medida em que a dualidade “Eu” e “Outro” se extinguiu. Ao expulsá-lo, sugere Han, já não posso aproveitar as vantagens do “outro enquanto enigma” (Han 2018: 84). Tal leva o filósofo a concluir que “no futuro haverá, possivelmente, uma profissão a que se chamará *ouvinte*” (Han 2018: 87). No seu entender, pessoas serão pagas para escutar outras uma vez que hoje ninguém escuta ninguém. Ao contrário da comunicação digital, na analógica temos um destinatário pessoal. Por seu turno, a comunicação digital é expansiva e despersonalizada. Não necessita de olhar, de voz nem de interlocutor. Enviamos frequentemente mensagens “que não são dirigidas a uma pessoa concreta” (Han 2018: 91). Não se promove uma cultura de discussão e, como tal, não se escuta coisa nenhuma a não ser aquilo que a nossa subjetividade e paixão pretende ecoar ou receber. Até porque obtenho informação da rede sem me dirigir a alguém em concreto. Apanho essa informação porque só encontro o que me interessa, que me comove, que me apaixona. O outro nada me diz. Não o vejo, não o ouço e nem o sinto. Ao expulsar o outro, só me vejo, ouço e escuto a mim mesmo.

Byung-Chul Han oferece-nos, ao longo de 95 páginas, uma visão fáustica sobre os tempos atuais marcados pelo advento da comunicação digital. Utiliza uma lógica simples, porém certeira: aquilo que não contribui para o nosso fortalecimento enquanto sujeitos, membros de comunidades, funciona como algo destrutivo. A “expulsão do outro”, a consequente autodestruição pela ausência de referenciais exteriores a mim, o desaparecimento do olhar que me poderia reprimir, orientando-me, durante o pensamento ou no início de um ato, a ausência de uma voz capaz de gerar uma profundidade estética e sonora superior à dimensão meramente racional da inteligência, a aniquilação da arte de escutar e de discutir e a descorporalização que gera a ilusão de liberdade, são, no seu entender, sintomas de um tempo depressivo e apenas ao serviço da subjetividade individual e de um neoliberalismo incessantemente focado na relação produção-consumo.

Na maioria das vezes, o autor dá conta. Nada sugere. Parte de uma atitude compreensiva pela via fáustica. Poderia fazê-lo pela via prometeica, otimista. Mas não. Segue a via com a qual concorda que não é caminho. Num tempo também marcado pela ideologia, demonstra também saber

distinguir e aceitar, ao longo do texto, o papel de observador, de investigador. Nunca de ideólogo. Mas são óbvias as recomendações subliminares: é preciso advertir; é preciso mostrar as consequências; é necessário informar e dar a conhecer os resultados. Percebe-se, na sua leitura, que não adianta forçar a mudança. Ao convocar apenas aquilo que no seu entender está menos bem, está implícita uma moral tipicamente budista na sua análise: quando o aluno estiver preparado, o mestre aparecerá. Sejamos, para contrabalançar e finalizar, otimistas: talvez o aluno desta inexorável contingência marcada pela comunicação digital esteja ainda no tempo do encaixe das advertências, no tempo da tentativa de experimentar para depois compreender, no início de um novo processo de aprendizagem que, mediante esta “permanente autodestruição”, o levará a um impulso vital regenerativo.

Referências bibliográficas

Byung-Chul Han (2018). *A Expulsão do Outro – Sociedade, Percepção e Comunicação Hoje*. Lisboa: Relógio D’Água.

Costa, P. R. (2020a). A presença de arquétipos nos youtubers: modos e estratégias de influência. *Revista Galáxia*, 45: 5-19. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25532020347613>

----- (2020b). Uma cartografia do ódio no Facebook: gatilhos, insultos e imitações. *Comunicação Pública*, 15(29): 01-28. <https://journals.openedition.org/cp/11367>

Heidegger, M. (2015). *Ser e Tempo*. São Paulo: Editora Vozes.

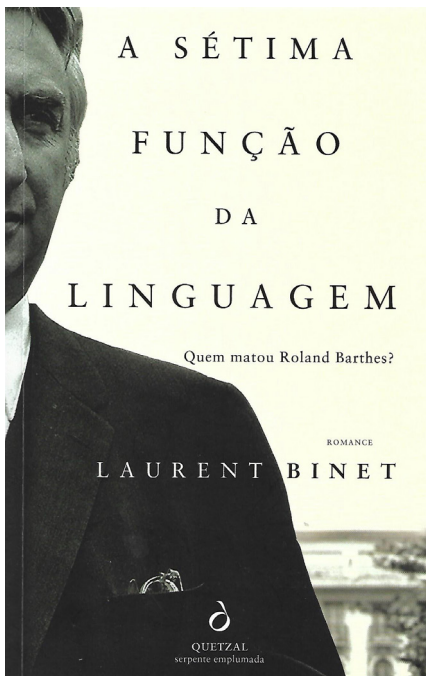
Lacan, J. (1998). *Escritos*. Rio de Janeiro: Zahar Editores.

Tarde, J. G. (1901/1992). *A Opinião e as Massas*. São Paulo: Martins Fontes.

Laurent Binet: *A Sétima Função da Linguagem*. Lisboa: Quetzal, 2017. 467 pp. Tradução de Antonio Sabler.

José Barbosa Machado (UTAD)
Centro de Estudos em Letras

«Lembrem-se de que uma interpretação não esgota nunca o signo, e que a polissemia é um poço sem fundo de onde nos chegam ecos infinitos: nunca se esgota completamente uma palavra, nem sequer uma letra» (Binet 2017: 42).



O autor deste romance parte de um evento real, o atropelamento de Roland Barthes (1915-1980), o famoso semiólogo francês, ocorrido numa rua de Paris, para criar uma aventura entre o *triller* policial à inspetor Colombo (série de 1971-2003) e a paródia à Monty Python (série de cinema e TV de 1969-2014). Nele é retratada a elite intelectual parisiense do início dos anos 80, aparecendo como personagens Michel Foucault, Louis Althusser, Philippe Sollers, Julia Kristeva, Bernard-Henri Lévy (mais conhecido como BHL), Tzvetan Todorov, Jean-Paul Sartre, Jacques Derrida, Gilles Deleuze, etc. A par destes, aparecem ainda John Searle, o filósofo analista americano, dis-

cípulo de John Austin; Noam Chomsky, o generativista do MIT; Antonioni, o realizador de *L'Avventura* (1960), filme citado na obra; e Umberto Eco, o semiólogo italiano.

O comissário Jacques Bayard que, por coincidência ou não, conduz um Peugeot 504 (o do inspetor Columbus era um Peugeot 403) é destacado para investigar o atropelamento de Roland Barthes, por haver fortes suspeitas de que não fora um simples acidente. O comissário começa por entrevistar Michel Foucault e procura ler algumas obras dos eminentes intelectuais franceses, numa vã tentativa de encontrar pistas para explicar o móbil do crime. No entanto, face à sua dificuldade em compreender o discurso me-

talinguístico bartheano e de seus contemporâneos, decide solicitar o apoio de Simon Herzog, um jovem professor de Semiologia na Universidade de Vincennes. Partem os dois numa longa e destrambelhada aventura, em demanda, primeiro, da causa do crime e, segundo, dos responsáveis.

Roman Jakobson (1896-1982), linguista russo, sistematizador das seis funções da linguagem, teria descoberto mais uma função, a sétima, de grande poder persuasivo. Esta função estaria baseada na teoria dos atos de fala de John Austin. Aquele que a possuísse, conseguiria convencer qualquer pessoa do que quer que fosse. Jakobson passa a sétima função da linguagem a Roland Barthes, que, ao sair de um jantar com François Mitterrand, candidato às eleições presidenciais francesas, acaba por ser atropelado para lhe roubarem. Espiões búlgaros, russos e japoneses estão envolvidos em toda a trama. Barthes, que sai apenas ferido do atropelamento, acaba por falecer um mês mais tarde no hospital, não dos ferimentos, mas de mais uma provável tentativa de assassinato, que nesse caso teria sido bem sucedida.

A ação passa-se sobretudo em Paris, com viagens dos principais intervenientes a Bolonha, Ithaca (USA), Veneza e Nápoles, onde se vão cruzando com os intelectuais referidos. A descrição que o autor faz deles é caricatural: gente arrogante, verborreica, ambiciosa, mesquinha, mais ignorante do que sábia, sexualmente promíscua, politicamente radical, vendida aos comunistas soviéticos e por isso capaz de trair o seu próprio país, perigosa e cheia de vícios.

Umberto Eco, um dos poucos que se sai mais ou menos ileso à crítica, quando em Bolonha é entrevistado pela equipa de detetives, fala-lhes da força da linguagem: «Desde a Antiguidade até aos nossos dias, o domínio da linguagem foi sempre o desafio político fundamental, mesmo durante o período feudal, que podia parecer consagrar a lei da força física e da superioridade militar» (Binet 2017: 218). E dá como exemplo aquilo que Maquiavel explica ao Príncipe: «não é pela força mas pelo temor que se governa, e isso não é a mesma coisa: o temor é o produto do discurso sobre a força.» Eco concluiu que, «aquele que domina o discurso, pela sua capacidade de suscitar o temor e o amor é virtualmente o senhor do mundo» (*Ibid.*).

O autor de *Lector in Fabula* (1979), obra citada, considera que, «se a sétima função existe, e tratando-se de um género de função performativa ou perlocutória, ela perderia uma grande parte do seu poder ao ser conhecida de todos» (Binet 2017: 244). Por outro lado, «o conhecimento de um mecanismo de manipulação não nos defende forçosamente dele – vejam a publicidade, a comunicação: a maior parte das pessoas sabe como funcionam, que recursos utilizam –, mas é influenciada por elas» (*Ibid.*).

Os detetives, na sua investigação, descobrem a existência de um perigoso e exclusivo Logos Club, uma espécie de grupo secreto de Illuminati, a que todos os grandes intelectuais desejam pertencer, e que poderá estar por detrás da morte de Roland Barthes. O clube reúne em determinadas cidades onde se levam a efeito debates entre dois voluntários que procuram vencer uma discussão através de recursos retóricos. O que perde o debate, perde também um dedo. O que vence, sobe na hierarquia, tornando-se orador, dialético, peripatético, tribuno e sofista, por esta ordem. O presidente do clube intitula-se Grande Protágoras e é considerado por todos os membros o orador máximo. Aquele que tivesse em seu poder a sétima função da linguagem subiria na hierarquia vencendo todos os debates e usurparia o lugar do Grande Protágoras, tornando-se no intelectual mais conceituado do mundo.

As várias cópias que existiam (em papel e em fita magnética) da sétima função da linguagem, ou eram falsas, o que levou a consequências desastrosas para quem a tentou utilizar, ou foram sendo destruídas. Restou uma verdadeira, na posse de François Mitterrand, que venceu as eleições presidenciais contra todas as expectativas. Mitterrand usou a sétima função da linguagem para convencer os franceses a votarem nele, cilindrando os seus opositores.

A conclusão do autor, baseando-se nas várias teorias dos filósofos, linguísticas e semiólogos que vão entrando em cena, é que a linguagem, através da sua hipotética sétima função, é uma das forças mais poderosas que o ser humano tem à sua disposição, mas, usada por pessoas sem escrúpulos, é capaz de ser mais nefasta que uma arma de destruição maciça. Roland Barthes foi vítima dos que dela tentaram apoderar-se.

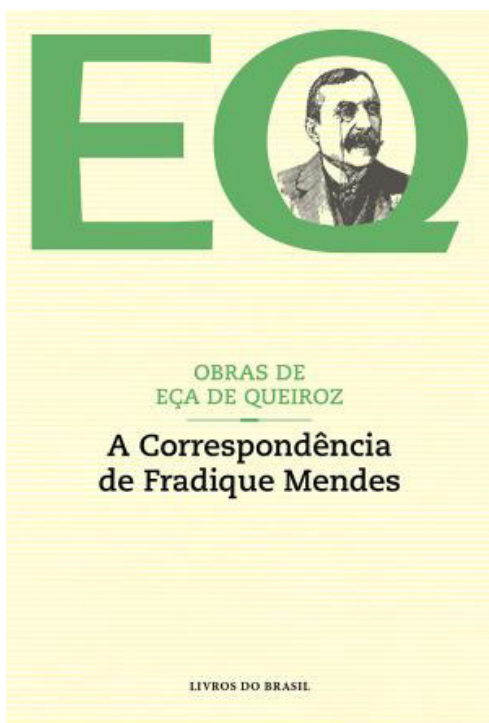
Este livro, de leitura amena e divertida, dá-nos uma imagem viva das ideias sobre a linguagem (do ponto de vista filosófico, linguístico e semiótico) que fervilharam no mundo ocidental na segunda metade do século XX.

Ressalva-se na edição portuguesa a falta de uma revisão cuidada. São demasiadas as gralhas. A memória de Roland Barthes, autor de *Le Plaisir du Texte*, merecia ter sido melhor tratada na língua portuguesa.

Eça de Queirós: “Ao Senhor E. Mollinet”.
Correspondência de Fradique Mendes (cap. VIII).
Lisboa: Livros do Brasil, 2017, 216 pp.

Esser Jorge Silva (UTAD)

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade



Talento. Muito talento. Na política é muito importante o talento. Pode não haver político desde que haja talento. Na hora da sua morte, José Joaquim Alves Pacheco, “o Pacheco” como ficou popularmente conhecido, afigurava-se uma criatura tão distintamente considerada e tornada imprescindível, ao ponto de toda a nação chorar tão copiosamente o seu desaparecimento como se o Estado, feito um corpo, tivesse perdido uma parte importante de si e não mais lhe fosse possível recuperar. Porém, como se de uma fortuna se tratasse, o desaparecimento corpóreo de Pacheco legou como herança intangível os silenciosos e tácitos

ensinamentos de como usar a imensa aptidão em benefício do porfiar na política. A grande qualidade de Pacheco era estar possuído de uma condição extraordinária: “uma pessoa de imenso talento”.

Este talento não resultava de nenhuma habilidade ou vocação em especial mas de um atribuído ocasional que lhe moldara o destino. A veste de competência magnificente havia-lhe sido enroupada ainda na faculdade de direito quando advogara, sob ar compenetrado de sageza, que “o século XIX seria um século de progresso e de luz”. Perante tal projétil verbal a figura de Pacheco mostrou-se aos presentes de tal modo agigantada ao ponto dos seus créditos se expandirem pela nação. Primeiro lentamente. E, gradualmente, com a solidez dos escolhidos, o raciocínio discernido feito em talento afirmado tomou o lugar de um corpo para se transformar num espírito pousado em toda a malha

mental portuguesa: Pacheco era o homem prometido. Ele era mais do que o esperado D. Sebastião, regressado do nevoeiro de Alcácer Quibir.

E foi. Tinha “talento” e o país precisa sempre de homens assim não os podendo desperdiçar, obviamente não por causa do homem em si mas por causa do talento por si. De tal modo que os atributos e características do homem vão sendo abafados no imenso talento. A certa altura o talento de Pacheco apegase de tal forma à sua imagem “sempre pensabundo, já de óculos, austero nos seus passos, com praxistas gordos debaixo do braço” ao ponto de desenvolver uma composição cujo involucro não ofertava qualquer dúvida do peso e da dor de preocupação prodigiosa que habitava aquele corpo. Aliás, a imagem tributava o alardeamento geral promovido pelos colegas e conhecidos, da existência de tão excelsa figura gradada de qualidades geniais, matéria sempre escassa e logo de alvissaras populares prontas.

Ao tornar-se representante nacional, o talento de Pacheco não só foi colocado no lugar devido como também assentou no percurso natural de quem nasce para o que nasce, inclusive sem qualquer possibilidade de traição do destino, nomeadamente porque, como é sabido, o engenho apostado num homem configura o dispositivo dos dispositivos. Daí em diante o talento reconhecido de Pacheco assegurou uma vida de conquistas. Ocupou comissões parlamentares, fez-se ministro do reino e, pelos seus encómios, obteve “Grã Cruz da Ordem de Santiago”.

É certo que o imenso talento revela-se adiado a todo o momento. Notava-se que estava ali mas era coisa para o futuro. A crença na residência de um superlativo existencial prestes a explodir em intervenções plenas de novidade suportava Pacheco num firme pedestal de certezas. De todo, era impossível duvidar de quem tão pouco intervinha mas tão imensamente garantia. Os gestos únicos do seu apontar de dedo, a expressão particular da sua pose, a esperança sustentada no seu sentar, a certeza espelhada na sua larga e longa testa de erudito; qual parede suporte de agudeza, percebida a todo o momento no seu olhar sempre perdido –sem dúvida vendo para além do horizonte; tudo em Pacheco confirmava a certeza do aumentado mental pronto a oferecer-se, só o não fazendo, porque nenhum momento mereceu a magnificência política que habitava em si.

Mas estava lá. O imenso talento formava um crédito tão vigoroso ao ponto de se lhe atravessar na existência a presidência do Conselho. Pacheco foi, desta forma, punido com a glória pelo seu hiperbólico estado talentoso em potência e, quem o visse, ou exclamava perplexo ou excitava boquiaberto com o “desproporcional privilégio”. De ver Pacheco, claro!

Na velhice, quando a calvície alongara ainda mais a testa luzida, dando mais cintilação ao talento, Pacheco “já não falava. Sorria apenas”. Na hora do seu passamento, o seu desaparecimento foi carpido por todos os anais da pátria e o seu exemplo parece ter perdurado como uma memória cravejada na malha mental: “Portugal todo, moral e socialmente, está repleto de Pacheco”. O seu imenso talento teve merecida honra com um não menos amplo reconhecimento de toda a nação. Por isso Pacheco não partiu de todo. O seu imenso talento resistiu, amiúde, ao longo dos tempos, como exemplo prático de mestria política.

É longa e profícua a obra de Eça de Queirós (1845-1900), um dos mais esclarecidos e crítico escritor português do século XIX. Neste texto, que o tempo tornou conhecido como “Pacheco”, Eça produz um jogo de espelhos no qual a figura central se torna um reflexo de toda a envolvente disposta a produzir um político muito para além das suas reais capacidades. Pacheco, a grande personagem relatada ao senhor E. Mollinet, diretor da “Revista de Biografia e de História” na “Correspondência de Fradique Mendes” não é, desta forma, um indivíduo mas a esperança do povo encarcerado numa abstração. Aliás, assim como a própria figura de Fradique Mendes, homem culto e inteligentíssimo cuja existência Eça leva o leitor a não duvidar mas que, ingloriamente para a realidade, não deixou nenhuma obra a comprovar o seu dom. É assim que este exemplar único, apenas com qualidades imagináveis – mas desejáveis – completamente apartadas de todo o resto, só pode existir na imaginação coletiva.

O “talento” é aqui uma abstração figurativa. Trata-se de uma subjetividade transformada em coisa certa e segura enquanto visão do futuro radiante. A convocação do talento nestes termos incorpora o concreto no etéreo transportado para soluções dos males da vida espectável. Pacheco revela-se uma caricatura. Exhaustivamente evocado como principal apelo da sociedade portuguesa enquanto máxima qualidade desejável do político, o “talento” viaja pelo texto desde a crença ineludível até à persistência descrente. Pacheco resiste enquanto presença espirituosa e esperançosa mas soçobra na colisão com a realidade.

