

GRUPO DE ESTUDOS DE NOVAS NARRATIVAS: NOVAS IDEIAS PARA NOVOS TEMPOS

Paulo NASSAR¹, Emiliana POMARICO² e Natália TAMURA³, (ECA - USP)

Resumo: O Grupo de Estudos de Novas Narrativas abrange diversas discussões desde sua fundação. O artigo apresenta o grupo e traz algumas reflexões sobre temas tratados ao longo da sua existência – as novas narrativas em ambientes organizacionais e sua apropriação por uma favela, em São Paulo.

Palavras-chave: novas narrativas, comunicação organizacional, favela.

Abstract: The New Narratives Studies Group has covered several discussions since its foundation. The article presents the group and brings some reflections on themes dealt with throughout its existence - the new narratives in organizational settings and their appropriation by a favela in São Paulo.

Keywords: new narratives, organizational communication, favela.

¹ Professor Titular da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Coordenador do Grupo de Estudos de Novas Narrativas da ECA-USP. E-mail: paulonassar@usp.br

² Doutoranda do Programa de Pós-Graduação de Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, sobre orientação do Prof. Dr. Paulo Nassar. É mestre pelo mesmo programa e graduada em Relações Públicas também pela ECA-USP. Integrante do Grupo de Estudos de Novas Narrativas da ECA-USP. E-mail: emi.pomarico@gmail.com

³ Doutoranda do Programa de Pós-Graduação de Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, sobre orientação do Prof. Dr. Paulo Nassar. Mestre em Educação, Arte e História da Cultura, pela Universidade Mackenzie. Graduada em Relações Públicas pela Cásper Líbero. Integrante do Grupo de Estudos de Novas Narrativas da ECA-USP. E-mail: nataliadecampos@gmail.com

UM GRUPO DE ESTUDOS SOBRE NOVAS POSSIBILIDADES DE COMUNICAÇÃO

O Grupo de Estudos de Novas Narrativas (GENN) foi fundado em abril de 2012, vinculado ao Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), com o intuito de proporcionar um espaço transdisciplinar e multi-institucional de reflexões sobre os novos contextos em que vivemos e as possibilidades de novas comunicações, adequadas a eles.

A ideia foi estabelecer um espaço acadêmico e institucional permanente e oficial para agrupar, organizar e difundir conhecimento e reflexão sobre narrativas na contemporaneidade, com ênfase nos campos da Comunicação Organizacional, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda, Jornalismo, Cinema, Turismo, História, Ciências Sociais e Ciências da Informação, evidenciando o tema das narrativas como transdisciplinar e rizomático.

Desde então participam mais de 60 pesquisadores, professores e profissionais de diversas áreas do conhecimento e oriundos de mais de 12 instituições brasileiras e internacionais. A coordenação e a vice-coordenação do GENN são ocupadas pelos professores-doutores Paulo Nassar e João Carrascoza, ambos ligados à ECA-USP.

O GENN está composto atualmente por nove linhas de pesquisa, nas quais seus membros estão distribuídos: 1. Conhecimento transdisciplinar na construção da Responsabilidade Histórica e da Memória Institucional; 2. Recursos narrativos de legitimação, pertencimento e gestão do conhecimento em organizações; 3. Economia da atenção e ofertas narrativas contemporâneas; 4. Memória Institucional, modelos administrativos e redes de valor; 5. Novas produções comunicacionais; 6. Gestão digital da memória institucional; 7. Centros de Documentação e Memória e acervos como recursos comunicacionais; 8. Narrativas de marcas territoriais; e 9. Representações Simbólicas nas mídias digitais.

Desde seu lançamento, há encontros mensais dos participantes que discutem temas atuais entre si, a partir de seus estudos e pesquisas, ou ao lado de convidados

especiais, que apresentaram falas de inspiração, por exemplo, jornalistas como Otavio Frias Filho, falecido diretor de redação da Folha de São Paulo, que falou sobre a gênese da biografia e o ‘eu’ fragmentado na modernidade e Dad Squarisi, editora de Opinião do Correio Braziliense e comentarista da TV Brasília, que falou sobre a “Narrativa Culta”.

As discussões também trouxeram professores internacionais como a Profa. Nicole D’Almeida, da Universidade Sorbonne Paris, que abordou sobre o tema “Narrativas Organizacionais e a Arquitetura de Signos”, além de professores de diversas faculdades do Brasil como o Prof. Dr. Jaime Ginzburg, falando sobre o seu livro “Literatura, violência e melancolia” e a palestra “Narrativas na contemporaneidade”, com o Prof. Dr. Juremir Machado da Silva, da PUC-RS. Além de uma conversa com o ex-ministro da educação Renato Janine Ribeiro para falar de “Narrativas Éticas”.

Com o foco em diferentes plataformas, apresentou Felipe Briso, diretor da websérie “Dominguinhos+” para discutir sobre plataformas audiovisuais e virtuais como suporte de narrativas transmidiáticas. As conversas e reflexões também foram sobre diferentes públicos como a Isabel Penteadó, fundadora do Instituto Fazendo História, trazendo o trabalho com histórias de vida de crianças e adolescentes acolhidos e o Prof. Dr. Ilan Brenman, um dos principais escritores de literatura infantil do Brasil, que apresentou na temática do “Storytelling e as Novas Narrativas Infantis”, entre tantos outros que foram convidados em 6 anos de reuniões do grupo.

O GENN também realizou lançamentos de publicações como a Revista *Organicom* nº 20 sobre o tema “Narrativa e Memória”⁴, além de ter apoiado diversas publicações, livros e revistas ao longo dos anos. O Grupo de Estudos de Novas Narrativas ainda integrou o convênio interinstitucional que viabiliza o “Fórum Permanente de Gestão do Conhecimento, Memória e Comunicação – Como as histórias estão transformando os negócios”⁵, organizado de 2010 a 2016. Fizeram parte também desta ação a Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, o Memória

⁴ Conteúdo disponível em: www.revistaorganicom.org.br

⁵ As informações sobre o Fórum estão em: http://www.aberje.siteprofissional.com/eventos/2010/forum/novo/anteriores_videos.asp

Votorantim, a Aberje – Associação Brasileira de Comunicação Empresarial e o Museu da Pessoa.

Os membros do GENN escrevem e publicam artigos em suas linhas de pesquisa e participam de congressos nacionais e internacionais. O próprio grupo também organizou e realizou seu primeiro Congresso Internacional de Novas Narrativas em 2015, recebendo 192 participantes e 97 trabalhos aprovados, resultando uma publicação de 1114 páginas abordando a temática das novas narrativas⁶.

Nas páginas subsequentes deste artigo apresentamos brevemente reflexões de pesquisas desenvolvidas a partir de discussões que ocorreram dentro do Grupo de Estudos de Novas Narrativas, das integrantes Emiliania Pomarico (novas narrativas em ambientes organizacionais) e Natália Tamura (novas narrativas em contextos de favelas), ambas doutorandas no Programa de Pós-Graduação da ECA-USP (PPGCOM), com a orientação do Prof. Titular da ECA-USP, Paulo Nassar.

POR QUE NOVAS NARRATIVAS?

A narrativa está no cerne da comunicação humana, assim como diz Julian Jaynes (apud SODRÉ, 2009, p.181): “a narração é uma das características da própria estrutura da consciência humana, logo, um dos principais modos de compreensão do mundo”. Paul Ricoeur (1983) fala que é pela narrativa que organizamos o tempo e o espaço. Mesmo porque, é através da narrativa que “as pessoas lembram do que aconteceu, colocam a experiência em uma sequência, encontram possíveis explicações e jogam com a cadeia de acontecimentos que constroem a vida individual e social” (JOVCHELOVITCH; BAUER, 2008, P.91). É, portanto, através de narrativas que damos sentidos ao mundo.

Porém, imersos em um contexto pós-moderno, complexo, efêmero, excessivo e digital, encontramos-nos em um mundo de difícil compreensão. Por isso, podemos dizer que vivemos uma fase revolucionária onde devemos buscar novas narrativas para abarcar este novo tempo e espaço, para compreender a nós mesmos e as pessoas com as

⁶ Os anais do Congresso Internacional de Novas Narrativas está disponível em http://www.aberje.com.br/wp-content/uploads/2015/08/CINN_Anais_2015.pdf

quais convivemos. Essa nova compreensão impacta diretamente na maneira de nos comunicarmos e, inclusive, na forma de como comunicadores organizacionais podem construir essas novas narrativas e transmiti-las para uma compreensão mais efetiva dos seus públicos em relação às organizações.

O que existe é uma complementaridade entre as narrações da organização, ou seja, aquelas que a organização conta e profere através de seus comunicadores, com as narrações já presentes no imaginário coletivo dos públicos envolvidos com uma organização. Todas essas narrativas são (re)construídas na fluidez dos acontecimentos e das mudanças de pensamentos de uma determinada época. Isso forma o que Gerard Genette (1972) chama de “realidade narrativa”. E o comunicador precisa estar sempre atento a essa realidade narrativa construída e reconstruída, por diversas vozes, de acordo com novos pensamentos, novos conteúdos e novas formas de narrar.

Esta realidade narrativa, por ser construída e reconstruída por meio de trocas simbólicas e de acordo com os diferentes pontos de vista dos agentes participativos deste processo, ela pode ser considerada como um simulacro da realidade, como estivesse encoberta por um véu (BAUDRILLARD, 1999). Isso porque, ao ser formada por diversos discursos, conhecimentos, predisposições, crenças e experiências de todos os agentes – narradores e enunciatários em plena troca simbólica - ela é uma realidade que representa o real e o cotidiano dos indivíduos, uma realidade narrativa verossímil e hiper real. Os discursos midiáticos apresentam um fluxo heterogêneo e estilizado, mas sempre afim ou compatível com “microuniversos da eticidade cotidiana” (SODRÉ, 2009, p.55).

A realidade narrativa é composta por representações que os indivíduos buscam, baseados em suas experiências cotidianas, e pelo sentido que ela traz a eles. É uma realidade que não é necessariamente a soma de fatos, mas a ideia e a sensação destes fatos (a simulação). Para Baudrillard (1999), estamos geralmente em um ambiente gerenciado por uma projeção da realidade, de um não-cenário real. Isso não significa que simulacros são mentiras, mas que são opiniões reinterpretadas e redesenhadas, e que levam em consideração as contraposições das multiplicidades de vozes e de valores simbólicos.

Essa realidade simulada representa uma complementaridade entre as narrações da organização, ou seja, aquelas que a organização conta e profere através de seus comunicadores, com a soma das narrações já presentes no imaginário coletivo dos públicos de interesse da organização (todas as multiplicidades de vozes e de pontos de vistas sobre ela). Por isso, comunicadores precisam compreender que é possível na recepção das narrativas se ter diferentes perspectivas analíticas para uma mesma realidade. É como se fossem dois sistemas operativos baseados em regras diferentes - dois mundos - e cada um deles, mesmo em contínua interface, apenas projetasse sua sombra, um simulacro de funcionamento sobre o outro (SODRÉ, 2009, p.55).

Todas essas narrativas são (re)construídas por muitas vezes pelas diferentes interpretações sobre uma mesma realidade e das mudanças de pensamentos. Por isso, pode ser reforçada aqui a importância de o comunicador perceber a relação às necessidades e aos pensamentos das organizações e das opiniões sobre elas em seu contexto social, histórico, econômico, cultural e político para que essa realidade narrativa possa ser reconstruída de acordo com novos pensamentos, novos conteúdos, novas plataformas midiáticas e novas formas de narrar, ou seja, novas narrativas.

Ao se pensar a comunicação, fica claro que o seu objeto de estudo “é dinâmico e mutável porque os problemas estudados são fenômenos históricos, instituições, relações de poder, classes sociais, manifestações culturais” (Lopes, 2001, p. 37). Por isso, realizar e estudar a comunicação não pode significar se fechar em verdades absolutas, mas sim, abrir-se para reflexões sobre as simbologias, as ideias e as opiniões, os sentidos e os significados, assim como os valores que estão no imaginário social e individual.

Isso significa que, impulsionadas pela nova configuração de relacionamentos, de obtenção de informações e de produção de conhecimentos – proporcionada, inclusive, pelas novas tecnologias e pelas mídias digitais e redes sociais - as pessoas estão se envolvendo e se manifestando mais em relação aos acontecimentos sociais, culturais, econômicos, políticos e, também, em relação aos assuntos ligados às organizações e às suas ações no mundo.

Para Lipovetsky (2003), esse envolvimento das pessoas também está ligado a uma maior consciência desses sujeitos sobre o contexto que vivem e sobre a sua própria

atuação no mundo, sobre o seu poder em fazer a diferença e em cobrar das organizações a preservação do meio ambiente, a proteção da saúde, a qualidade de vida; além da reação desses indivíduos contra as práticas moralmente inaceitáveis como as corrupções nas empresas, transações ilícitas e remunerações injustas.

Ainda seguindo o pensamento de Lipovetsky (2003), essa nova configuração deve gerar a percepção pelos comunicadores, sobre a necessidade de criação de novas políticas e estratégias de comunicação com base em valores fundamentados na confiança, na solidariedade, na segurança, no antirracismo, no humanismo, na afetividade e a própria e consequente valorização do indivíduo, em seu nível micro.

É por estes novos contextos que comunicadores precisam recriar as realidades narrativas das organizações, a partir do que aqui conceituamos que seriam as novas narrativas, as quais dizem respeito a temas que antes não eram abertamente discutidos como, por exemplo: preocupações com a sustentabilidade ambiental, social e econômica; a valorização da diversidade e de suas potencialidades, seja com o discurso do empoderamento feminino, seja com a narrativa de respeito em relação à escolha sexual dos indivíduos, seja em relação à pessoas de baixa renda, seja com narrativas que falam para as novas gerações – ansiosas e hiperconectadas etc.

Essas ideias reforçam a necessidade da organização em criar novas narrativas, de acordo com os novos contextos e pensamentos vigentes. Nas palavras de Paulo Nassar e Emiliana Pomarico Ribeiro (2012):

É contra esse cenário que se postula a necessidade de serem repensadas novas estratégias de comunicação, ou seja, “novas narrativas” - afetivas, qualitativas, envolventes e fixadoras de memórias, com abordagens mais relacionais, significativas e transcendentais. Comunicar não significa informar, constitui interagir, favorecer a troca de mensagens com bases em sentimentos e experiências de vida - algo próximo, íntimo, humano – narrativas capazes de afetar positivamente e serem, de fato, envolventes e efetivas (NASSAR e RIBEIRO 2012).

É clara a percepção que hoje são discutidas narrativas que não possuíam os mesmos sentidos em outros tempos. Existiam outras verdades para as organizações. Centralizadoras de poder, racionais, objetivas, e focadas apenas em metas e lucros - a

qualquer custo - não é uma realidade aceitável para os novos pensamentos, que visam o valor das subjetividades, afetividades e emoções, e as manifestações dos indivíduos na sociedade, os quais podem enxergar seu poder e exigir novos posicionamentos por parte das organizações – tanto em suas narrativas quanto e, principalmente, em relação às suas ações.

Eram outras verdades existentes para as organizações, as quais hoje podem ser rompidas pelos comunicadores organizacionais, pesquisadores e profissionais que possuem legitimidade e credibilidade no campo, para que, através de ações e pesquisas, descubram e compreendam as novas realidades, para então analisar e criar a nova realidade narrativa organizacional. Quando as verdades existentes tentam ser rompidas por pesquisas, para Bourdieu (2003, p.344) “há de se pensar que os documentos provam a verdade de uma interpretação só quando podem ser interpretados conforme os mesmos princípios de interpretação daquilo que eles provam”.

Para Bakhtin (2003, p.371), "não pode haver enunciado isolado. Ele sempre pressupõe enunciados que o antecedem e o sucedem". Essa ideia traz a reflexão de que ao se pensar em novas narrativas, estas dialogam com todas as narrativas passadas, construídas para uma realidade que tinha um sentido em seu tempo e espaço. Fazendo uma comparação com as ideias do autor, pode-se dizer que toda narrativa dialoga com narrativas anteriores e com novas narrativas.

Quando se fala das narrativas do campo das Relações Públicas e da Comunicação Organizacional, fica claro o diálogo das narrativas passadas e futuras, quando há ainda no interior das organizações narrativas controversas “entre o controle e a liberdade organizacional, a natureza do poder e da autoridade, o individualismo e o coletivismo, a informação e o conhecimento”. Sendo que, “a responsabilidade, a estrutura social, a tecnologia e, principalmente, o comportamento dos seres humanos são cada vez mais questionados pelas organizações, pelas sociedades e pelas pessoas” (KUNSCH, 2010, p.11).

Todas essas reflexões mostram que cada realidade, em seu devido tempo e espaço, tem consigo interpretações, pensamentos e opiniões. Essa reflexão sugere a possibilidade da mudança das práticas dos agentes do campo das Relações Públicas e da Comunicação Organizacional, que resultam em novas narrativas. Isso leva a conclusão

também de que sempre haverá novas realidades, pois como a mudança é lei da vida, sempre haverá novas narrativas para novas interpretações do mundo perante novos contextos.

Isso significa que, apesar da essência da marca de uma organização, em cada momento de sua existência algo é destacado, a cada novo contexto, novos pensamentos são formados e, portanto, novas narrativas sobre essa essência precisam ser criadas, na medida em que não se descarta a sua história e tradição, mas a reinventa pelo determinado contexto vivido.

A INEVITABILIDADE DAS NOVAS NARRATIVAS EM CONTEXTOS DE VULNERABILIDADE

Da mesma forma como as narrativas compõem os ambientes organizacionais, também relatam a cidade que nos abriga e dos seus moradores, independentemente do contexto em que vivam. Levando em conta a amplitude dos conceitos sobre narrativas, conforme brevemente expostos anteriormente neste artigo, identificamos o uso de novas narrativas, que não as hegemônicas, em contextos como os de uma favela. Conforme Ferreira (2014, p.50),

É interessante observar como a sociedade constrói novas narrativas apesar das relações sociais dominantes (especialmente em termos discursivos). E faz isso porque as narrativas institucionais, midiáticas e não midiáticas, perdem valor social em decorrência de diversas zonas de conflitos (reais, imaginários e simbólicos) (FERREIRA, 2014, p. 50).

Entendemos, assim, que se faz necessário também discutir a reinvenção das narrativas postas como possibilidade para mudanças sociais significativas, uma vez que emissor e receptor estejam em diálogo. Ainda segundo Ferreira (2014, p.54) percebe-se que a construção social das narrativas é o fio condutor de uma história, de uma dialética que se faz em seu torno, que a tornea, mas que sofre uma grande inflexão partindo da separação entre emissor e receptor.

No Brasil permanece firme a ideia de que pessoas com menos condições sociais devam ficar à margem da sociedade. A afirmação, à primeira vista, parece do século passado, mas quando analisamos o significado da configuração geográfica da cidade de

São Paulo – lugares centrais e periféricos denotando boa parte da condição econômica das pessoas que ali habitam –, entendemos que ela ainda se faz na realidade. Ofertas de emprego costumam ditar essa regra nos centros urbanos, em geral cobiçados, e dando nome às periferias similarmente como cidades-dormitórios. A periferia costuma denotar um local onde, em geral, estão pessoas menos favorecidas financeiramente, contraponto de bairros mais bem localizados, muitas vezes próximos ao centro, locais onde os imóveis costumam ser mais caros, por conta da infraestrutura consolidada.

Se tomarmos por base tal afirmação, no centro da cidade de São Paulo, a mais rica do Brasil, temos, no entanto, uma contradição. Seu centro velho, a parte antiga da região central, abriga Campos Elísios, o primeiro bairro nobre da cidade no século XIX, onde moraram diversos fazendeiros de café. O bairro, fundado em 1879, teve seus tempos áureos e sua elegância. Hoje abriga dois grandes problemas crônicos urbanos, indissolúveis, até então, pelos poderes público e privado: em uma das extremidades do bairro, a cracolândia, apelido derivado de crack, dado a uma região onde circulam e até residem cerca de 2000 usuários de drogas, além de haver ali intenso tráfico; e na outra extremidade, a Favela do Moinho, conhecida por ser a única comunidade com essa configuração que resta no centro de São Paulo.

A favela, por sua vez, se comunica com a cidade a partir dos seus próprios canais: páginas em redes sociais, representatividade ao criar sua própria Associação de Moradores, copa do mundo dos jogadores do Moinho, recepção de missionários internacionais que os vistam através dos projetos religiosos instalados na favela e movimentos ativistas que acompanham sua proposta de legalizar o território e a ocupação das famílias nele.

Ao observarmos tal movimento de comunicação da favela, notamos a produção de narrativas contra-hegemônicas que transbordam as metanarrativas predominantes sobre o território em questão. Como se trata de um estudo ainda em andamento, estas são apenas algumas constatações que se tem, por ora. No entanto, apesar de prévias, não podemos deixar de constatar que novas narrativas não estão apenas em novos meios e formas, ou na linguagem e vocabulário legitimados, mas também estão na expressão de sentimentos e intenções de pessoas invisibilizadas pela cidade, preocupadas em produzir sentido para seu meio e trazer à tona seu significado para o mundo.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 200.

BAUDRILLARD, Jean. Perdidos de vista e realmente desaparecidos. *In Tela total*. Porto Alegre: Sulina, pp. 63-73, 1999.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Trad. de Fernando Tomaz. 6a. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

FERREIRA, Jairo. Mídiação como contexto das instituições: rupturas e continuidades nas formações configuradas em dispositivos comunicacionais. In: MARCHIORI, Marlene. (org.) **Contexto Organizacional Mídiação**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora; Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2014.

GENETTE, Gérard. **Discurso da Narrativa**. Lisboa: Vega, s/d. Figuras. São Paulo: Perspectiva, 1972

JOVCHELOVITCH, Sandra; BAUER, Martin. **Entrevista narrativa**. In: BAUER, Martin; GASKELL, Georde (Ed.). Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático. 7.ed. Petrópolis: Rio de Janeiro, 2008, p.90-113.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. A dimensão humana da comunicação organizacional. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling. **A comunicação como fator de humanização das organizações**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2010, p.41-60.

LIPOVETSKY, Gilles. **Metamorfosis de la cultura liberal**: ética, medios de comunicación, empresa. Barcelona: Editora Anagrama, 2003.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em comunicação**. 5ª ed. São Paulo: Loyola, 2001.

NASSAR, Paulo e RIBEIRO, Emiliana. **Velhas e Novas Narrativas**. Revista Estética, 2012. Disponível em: <http://citrus.uspnet.usp.br/estetica/index.php/anteriores/85-revista-8/52-2012-2-art5>. Acesso em 28 de nov. de 2018.

RICOEUR, Paulo. **Tempo e Narrativa**. Paris: Seuil, 1983

SODRÉ, Muniz. **Antropologia do espelho** - uma teoria da comunicação linear e em rede. 4ª ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2009.