

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

**MEDIATIZAÇÃO, TECNOLOGIAS DIGITAIS E SEUS IMPACTOS NOS EVENTOS
CIENTÍFICOS: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O CONGRESSO NACIONAL DA
INTERCOM**

ELAINE CRISTINA GOMES DE MORAES

**BAURU
2018**

ELAINE CRISTINA GOMES DE MORAES

**MEDIATIZAÇÃO, TECNOLOGIAS DIGITAIS E SEUS IMPACTOS NOS EVENTOS
CIENTÍFICOS: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O CONGRESSO NACIONAL DA
INTERCOM**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, área de concentração Comunicação Midiática, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, campus de Bauru, como requisito parcial à obtenção do título de Doutor em Comunicação, sob orientação do Prof. Dr. Murilo Cesar Soares.

**BAURU
2018**

Moraes, Elaine Cristina Gomes de.

Mediatização, tecnologias digitais e seus impactos nos eventos científicos: um estudo de caso sobre o congresso nacional da Intercom / Elaine Cristina Gomes de Moraes, 2018

276 f. : il.


Orientador: Murilo Cesar Soares


Tese (Doutorado)-Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2018


1. Eventos científicos. 2. Mediatização. 3. Redes sociais digitais. 4. Tecnologias digitais. 5. Intercom. I. Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. II. Título.

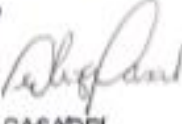
ATA DA DEFESA PÚBLICA DA TESE DE DOUTORADO DE ELAINE CRISTINA GOMES DE MORAES, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO - CÂMPUS DE BAURU.

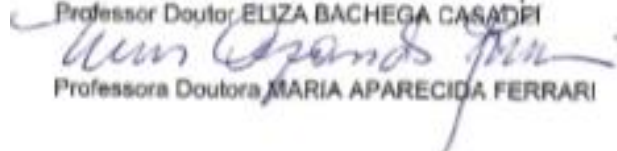
Aos 27 dias do mês de agosto do ano de 2018, às 14:00 horas, no(a) Auditório dos Programas de Pós-graduação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, reuniu-se a Comissão Examinadora da Defesa Pública, composta pelos seguintes membros: Prof. Adj. MURILO CESAR SOARES - Orientador(a) do(a) Departamento de Ciências Humanas / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, Profa. Dra. RAQUEL CABRAL do(a) Comunicação Social / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, Profa. Dra. ROSEANE ANDRELO do(a) Departamento de Comunicação Social / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, Professor Doutor ELIZA BACHEGA CASADEI do(a) Programa de Pós-graduação em Comunicação e Consumo / Escola Superior de Propaganda e Marketing, Escola Superior de Propaganda e Marketing do Rio de Janeiro, Professora Doutora MARIA APARECIDA FERRARI do(a) Departamento de Ciências da Comunicação / UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO, sob a presidência do primeiro, a fim de proceder a arguição pública da TESE DE DOUTORADO de ELAINE CRISTINA GOMES DE MORAES, intitulada **Mediatização, tecnologias digitais e seus impactos nos eventos científicos: um estudo de caso sobre o congresso nacional da Intercom**. Após a exposição, a discente foi arguida oralmente pelos membros da Comissão Examinadora, tendo recebido o conceito final: aprovada. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelos membros da Comissão Examinadora.


Prof. Adj. MURILO CESAR SOARES


Profa. Dra. RAQUEL CABRAL


Profa. Dra. ROSEANE ANDRELO


Professor Doutor ELIZA BACHEGA CASADEI


Professora Doutora MARIA APARECIDA FERRARI

O encerramento deste trabalho encerra um ciclo de quatro anos de dedicação, marcados pelo apoio, torcida e certeza de que a vitória seria o resultado, mesmo nos momentos em que eu mesma duvidei...

Eu só posso dedicar este trabalho a vocês, meus amados pais, que fizeram de mim, a pessoa que sou, pelo exemplo que sempre foram em minha vida...

À minha mãe, Josefa Felício de Moraes, a quem minha gratidão não encontra palavras para se expressar;

Ao meu pai, Elio Gomes de Moraes, que não pôde esperar a conclusão desta tese e teve que partir... fica a saudade, mas sei que de alguma dimensão, está acompanhando esta conquista... simplesmente, obrigada, meu pai, por tudo!

Muita gratidão e todo o meu amor, meus pais!!!

AGRADECIMENTOS

Primeiro, agradeço à *Deus*, minha força espiritual que me impulsiona a buscar meus objetivos;
Ao Professor Doutor *Murilo Cesar Soares*, fundamental para a realização deste trabalho, pela maneira brilhante com que conduziu as orientações, por ter estado sempre presente e ter compartilhado muito do seu conhecimento;

Aos meus pais, *Elio Gomes de Moraes* (in memoriam) e *Josefa Felicio de Moraes*, pelo amor incondicional, que me incentivou a seguir mais este objetivo;

Ao *Carlos Roberto Borioli de Oliveira*, parceiro, namorado, marido, que caminha ao meu lado por tantos anos e que acreditou no meu potencial, me incentivou em mais este projeto e esteve comigo nos momentos mais difíceis;

Ao meu irmão *Elio Gomes de Moraes Junior* (muito além da ajuda com as traduções), minha cunhada *Ana Paula Brunatti de Moraes* e minha sobrinha “clone” *Mariana Brunatti de Moraes*, por todo apoio, pela compreensão nas minhas ausências por acreditarem no meu trabalho;

À *Erika Sayuri Setuguti* e à *Linda Wang*, minhas amigas desde a infância, com quem pude contar por tantas vezes, durante a realização deste trabalho e por toda a minha vida;

À *Fernanda Terezinha de Almeida*, muito mais do que as trocas acadêmicas e parceria, pela amizade de tantos anos e por ter sido ótima ouvinte nestes anos de Doutorado;

À *Ana Lucia de Assis Dantas*, além de ter me ensinado a arte de fazer eventos, pela torcida, pelo incentivo a lutar pelos meus objetivos profissionais e pela sua amizade que vai muito além da antiga convivência diária;

À Professora Doutora *Regina Célia Baptista Belluzzo*, mais que uma mestre, uma amiga querida, que, com toda sua gentileza, sempre esteve disponível para me ajudar;

À *Ana Lucia Pires de Melo*, amiga que sempre torceu por mim e acreditou no meu potencial;

À *Noemi Correa Bueno*, mais uma amiga que o Doutorado me proporcionou, pelos compartilhamentos desde os momentos de incertezas e angústias às conquistas mútuas;

À *Mayra Fernanda Ferreira*, amiga que não mediu esforços em me ajudar, pelo contato com os diretores, pelos compartilhamentos de conteúdo e pela disponibilidade em contribuir sempre;

À amiga *Vivianne Lindsay Cardoso*, pelas trocas de informação, pelo apoio e incentivo constante;

À Professora Doutora *Tamara de Souza Brandão Guaraldo*, uma das primeiras amigas que me incentivou para que eu prestasse o processo seletivo para o Doutorado, pelo conhecimento compartilhado;

Aos amigos que compartilharam conquistas, dúvidas, conteúdo e sempre torceram para o êxito deste trabalho, *Paulo Henrique Ferreira Nascimento, Carina Cristina Nascimento, Liliane de Lucena Ito, Marta Regina Garcia Cafeo, Ana Cristina Consalter, Álvaro André Zeini Cruz, Claudia Cristina Paixão, Cibele Souza e Carlos Alberto Garcia Biernath;*

Aos *Professores da Pós-Graduação*, que tanto contribuíram, compartilhando muito do que sabem, em especial os Professores Doutores, *Ciro Marcondes Filho, Eliza Bacheга Casadei, Joseph Straubhaar, Laan Mendes de Barros, Maria Cristina Gobbi, Maria Eugênia Porém;*

Às *Professoras da Banca*, que aceitaram participar deste momento especial, com suas importantes contribuições, Professoras Doutoras *Eliza Bacheга Casadei, Maria Aparecida Ferrari, Raquel Cabral e Roseane Andrelo;*

Aos *funcionários da Pós-Graduação da Faac*, em especial *Silvio Decimone e Helder Gelonezi*, pelo apoio e auxílio durante todo o tempo;

Aos queridos alunos, em especial, ao *Douglas Diniz*, pelo auxílio com algumas imagens;

À *Intercom*, em especial, à Professora Doutora *Marialva Barbosa*, presidente da instituição no período de desenvolvimento desta pesquisa;

Aos demais *diretores da Intercom*, que participaram das entrevistas e foram fundamentais para a realização deste trabalho;

Ao *Grupo de Pesquisa Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais na América Latina*, em especial à Professora Doutora *Maria Ataíde Malcher* e Professor Doutor *Alexandre Barbosa*, pelo acesso ao grupo e a disponibilidade em contribuir;

À administradora da página da Intercom de 2016, no Facebook, *Lua Inocência*, pela contribuição com as informações;

À Professora Doutora *Roseli Figaro*, que forneceu dados importantes sobre a organização do congresso nacional de São Paulo;

Ao *Gênio Nascimento*, funcionário da Intercom, pela gentileza com as informações sobre a instituição;

Aos *colegas do Doutorado*, pelas trocas e apoio mútuo, nas incertezas de como seria a primeira turma de Doutorado;

E como não agradecer meu querido “*Joli*”, meu “filho de quatro patas”, que sem imaginar o que estava acontecendo, tornou este processo mais leve, ao permanecer ao meu lado, enquanto eu redigia esta tese.

Muitíssimo obrigada!!

“O futuro não é um lugar onde estamos indo, mas um lugar que estamos criando. O caminho para ele não é encontrado, mas construído e o ato de fazê-lo muda tanto o realizador quanto o destino”.

Antoine De Saint-Exupéry

RESUMO

Em uma sociedade permeada pela incorporação das tecnologias digitais nas diversas ações do cotidiano, a mediatização ganha relevância em outras instâncias, como a dos eventos científicos. Essas ações, pautadas por atividades presenciais, reúnem o público para tratar de temas relacionados às ciências nas distintas áreas do conhecimento. Considerando a mediatização como o conceito que trata das transformações sociais e culturais, resultantes da ubiquidade dos meios de comunicação na sociedade, nos eventos científicos, a inserção das tecnologias digitais tem contribuído para novos formatos dessas ações, bem como novas modalidades de interação. Diante do exposto, este trabalho visa analisar como o processo de mediatização modifica os eventos científicos. Para isso, inicialmente, construímos um referencial teórico pautado no tema dos eventos e mediatização e seus desdobramentos. Para a realização da pesquisa, empregamos o método de estudo de caso, tendo como objeto de pesquisa o XXXIX Congresso Brasileiro de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, promovido pela Intercom. De acordo com esse método, realizamos três pesquisas: observação participante no congresso presencial; análise da página do Facebook, criada para o evento e entrevistas com os diretores da Intercom, para, posteriormente fazer a triangulação dos resultados. Os resultados indicam a relevância das atividades presenciais, sob a perspectiva dos debates entre pares, importantes para o aprimoramento dos trabalhos, como as vivências dos participantes, que resultam da sinergia proporcionada pelo clima do evento. Por outro lado, as tecnologias digitais foram incorporadas ao evento de modo que se tornaram essenciais à sua realização. Elas, inicialmente, facilitam e agilizam os procedimentos para a organização e participação no congresso, além de proporcionar o acesso livre ao conteúdo científico publicado nos anais eletrônicos do evento. Além disso, a análise demonstrou que as redes sociais digitais são utilizadas para a interação entre os participantes, de modo colaborativo, evidenciando o caráter ativo desse público. Essas redes constituem, ainda, importante fonte de dados que podem contribuir para que os organizadores identifiquem os interesses e expectativas dos participantes. De acordo com os resultados, as tecnologias digitais permeiam todas as etapas dos eventos científicos, mas não substituem as propriedades exclusivas da experiência presencial, constituindo, portanto, uma forma de mediatização indireta.

Palavras-chave: Eventos científicos. Mediatização. Redes sociais digitais. Tecnologias digitais. Intercom.

ABSTRACT

In a society surrounded by the incorporation of the digital technologies in several daily activities, the mediatization gets its relevancy in other events, like the scientific ones, these events, tied by presential activities, gather the public to deal with themes related to science in different areas of knowledge. Considering the mediatization as a concept that treats the social and cultural transformations as a result of the ubiquity of the communication means in the society, at the scientific events, the insertion of digital technologies has contributed for the format of these new actions, as well as new interaction modalities. Given the above, this paper aims at analyzing how the mediatization process modifies the scientific events. For this, initially, we have built a theoretical referential based on the theme of events, mediatization and its consequences. For the research, we have used a case study method, having as the research object the XXXIX Interdisciplinary Communication Study Brazilian Congress, promoted by Intercom. According to this method, we have performed three researches: observation of the participants at the presential congress; analysis of the Facebook page created for the event and interview with Intercom directors, so that later on the triangulation of results could be made. The results indicate the relevance of the presential activities under the perspective of peer discussions, which are important for the enhancement of the work as well as the experience of the participants, which result in the synergy provided by the events atmosphere. On the other hand, the digital technologies have been incorporated to the event in a way that they became essential to its execution. They have initially made the congress organization and participation easier and faster, besides providing free access to the scientific content published at the events digital records. Besides that, the analysis has demonstrated that the digital social media are used for the interaction of the participants, in a collaborative way, evidencing the active behavior of this public. These networks also represent an important source of data that can contribute for the organizers to identify interests and expectations of the participants. According to the results, the digital technologies are present in all phases of the scientific events, but they do not replace the exclusive properties of the presential experience, composing then a way of indirect mediatization.

Key words: Scientific events. Mediatization. Digital social network. Digital technologies Intercom.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Modelo de planejamento Fortes e Silva	86
Figura 2	Triangulação dos dados	127
Figura 3	O processo de inscrição no congresso	131
Figura 4	Acesso à área reservada	132
Figura 5	Acompanhamento da situação atual do trabalho	132
Figura 6	Carta de aceite do trabalho	133
Figura 7	Programa do congresso de 2011: versão impressa	134
Figura 8	Conteúdo do programa impresso do congresso de 2011	134
Figura 9	Anais do congresso de 2011: versão em cd	135
Figura 10	Tela inicial do portal do congresso com acesso aos anais	135
Figura 11	Busca de trabalhos	137
Figura 12	Certificados disponíveis na área reservada do participante	137
Figura 13	Site oficial do congresso nacional de 2016	138
Figura 14	Placa de sinalização próxima ao ponto de ônibus	149
Figura 15	Faixa de saudação aos participantes	149
Figura 16	Painel Intercom	150
Figura 17	Informações diversas	151
Figura 18	Material entregue aos participantes	152
Figura 19	Espaço com decoração	153
Figura 20	Feira de livros e circulação de público	154
Figura 21	Apresentação do pianista Eduardo Monteiro	154
Figura 22	Apresentação da OCAM	155
Figura 23	Conferência de abertura com Guillermo Orozco Gómez	156
Figura 24	GP Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais na América Latina	158
Figura 25	Debate em uma das sessões do GP	160
Figura 26	Publicação sobre a atualização da foto do grupo	207
Figura 27	Minha 25 de março minha vida	209
Figura 28	Divulgação das taxas de inscrição	217
Figura 29	Dúvida sobre problema com certificado	219
Figura 30	Publicação sem comentários ou reações	223
Figura 31	Dúvida sobre parceria entre o evento e empresas aéreas	224
Figura 32	Reações a uma publicação	228

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

Centro de Difusão Internacional	CDI
Divisão Temática	DT
Escola de Comunicações e Artes	ECA
Grupo de Pesquisa	GP
Exposição de Pesquisa Experimental em Comunicação	EXPOCOM
Intercom Junior	IJ
Orquestra de Câmara	OCAM
Simpósio do Pensamento Comunicacional Brasileiro	PENSACOM
Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação	INTERCOM
Universidade de São Paulo	USP

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	Quadro Analítico-comparativo das dimensões das estratégias de comunicação para Mobilização Social	44
Quadro 2	Modelos de interação de Thompson	93
Quadro 3	Transformações do mundo analógico para o mundo digital	113
Quadro 4	Situações relevantes para diferentes métodos de pesquisa	125
Quadro 5	Número de participantes por Estados	129
Quadro 6	Divisões Temáticas e Grupos de Pesquisa do Congresso Nacional	130
Quadro 7	Modelo de tipologia em entrevista	143
Quadro 8	Respostas dadas à questão: “Há quanto tempo participa dos congressos da Intercom?”	169
Quadro 9	Respostas dadas à questão: “Qual é a importância dos eventos científicos?”	169
Quadro 10	Respostas dadas à questão: “O que mudou no congresso comparando com as primeiras edições em que participou?”	171
Quadro 11	Respostas dadas à questão: “Quais as principais facilidades e dificuldades para organizar, atualmente, um evento deste porte?”	173
Quadro 12	Respostas dadas à questão: “O que a internet modificou na organização do evento?”	176
Quadro 13	Respostas dadas à questão: “Como a internet modificou a participação das pessoas?”	178
Quadro 14	Respostas dadas à questão: “Das atividades relativas à organização do congresso e do pós-congresso, quais as beneficiadas pela utilização das tecnologias digitais de comunicação?”	180
Quadro 15	Respostas dadas à questão: “O senhor considera que o perfil dos participantes tem mudado desde sua participação nos congressos? Se sim, como?”	181
Quadro 16	Respostas dadas à questão: “Quais são os ganhos ou os benefícios trazidos pela digitalização da comunicação aos congressos?”	183
Quadro 17	Respostas dadas à questão: “Quais os possíveis entraves trazidos pelas tecnologias de comunicação digitais à realização dos congressos?”	185
Quadro 18	Respostas dadas à questão: “Quais os aplicativos (ou ferramentas) mais importantes na sua atividade como diretor (a) na organização do congresso?”	186
Quadro 19	Respostas dadas à questão: “Quais os impactos, em termos de organização, custos e interações, da utilização dos aplicativos digitais nos congressos?”	187
Quadro 20	Respostas dadas à questão: “Sobre a organização do congresso, quem são os responsáveis pela implementação e utilização dos aplicativos digitais na Intercom?”	188
Quadro 21	Respostas dadas à questão: “Como se dá a relação entre a diretoria e os responsáveis pelos aplicativos na organização dos congressos?”	190
Quadro 22	Respostas dadas à questão: “Qual é a importância da realização de atividades presenciais nos congressos?”	191

Quadro 23	Respostas dadas à questão: “Pensando hipoteticamente na transformação do congresso nacional da Intercom em um evento exclusivamente virtual, quais seriam os principais ganhos e perdas?”	193
Quadro 24	Respostas dadas à questão: “De que forma interage com os participantes do congresso?”	195
Quadro 25	Reações do Facebook	205
Quadro 26	Publicações relacionadas à página	206
Quadro 27	Matérias publicadas sobre temas diversos	207
Quadro 28	Postagens para descontração	208
Quadro 29	Divulgação de outros eventos, projetos e páginas de rede social	210
Quadro 30	Divulgação de periódicos e chamadas de artigo	212
Quadro 31	Assuntos relacionados à participação no congresso	213
Quadro 32	Assuntos relacionados ao deslocamento e estada durante o congresso	220
Quadro 33	Postagens diversas	226
Quadro 34	Categorias de postagens	229
Quadro 35	Síntese dos resultados das pesquisas: propriedades dos eventos em suas dimensões presencial e mediatizada pelas tecnologias da internet	237

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	15
2	EVENTOS: VISÃO CONCEITUAL E CARACTERÍSTICAS	26
2.1	Eventos: uma discussão semântica	26
2.2	Histórico dos eventos	37
2.3	Os eventos e suas dimensões: o espetáculo, a festa e a argumentação	41
2.4	Eventos como rituais	45
2.5	Eventos como estratégia de comunicação	48
2.6	Os eventos virtuais	53
2.7	O público dos eventos e suas experiências e vivências	56
3	EVENTOS CIENTÍFICOS: DA CONCEPÇÃO AO PLANEJAMENTO	62
3.1	A comunicação científica	62
3.2	Os eventos científicos	67
3.3	Tipos de eventos científicos	70
3.3.1	<i>Palestra</i>	71
3.3.2	<i>Conferência</i>	71
3.3.3	<i>Colóquio</i>	72
3.3.4	<i>Mesa-redonda</i>	72
3.3.5	<i>Painel</i>	73
3.3.6	<i>Simpósio</i>	73
3.3.7	<i>Jornada</i>	74
3.3.8	<i>Seminário</i>	74
3.3.9	<i>Fórum</i>	74
3.3.10	<i>Encontro</i>	75
3.3.11	<i>Congresso</i>	75
3.4	Planejamento de eventos científicos	78
4	MEDIATIZAÇÃO E TECNOLOGIAS DIGITAIS	89
4.1	Interações: do modelo face a face à modalidade mediática	90
4.2	A mediatização	97
4.3	A internet e a comunicação digital	111
4.4	As redes sociais da internet	116
5	A METODOLOGIA DA PESQUISA	122
5.1	O estudo de caso	123
5.2	O <i>corpus</i> de análise e a pesquisa	127
5.3	Coleta de dados	250
5.3.1	<i>Observação participante</i>	141
5.3.2	<i>Entrevistas</i>	142
5.3.3	<i>Observação da página do congresso no Facebook</i>	144
6	OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE	147
6.1	Descrição da observação participante	148
6.2	Considerações sobre a observação participante	161
7	ENTREVISTAS	168

7.1	Descrição das entrevistas	168
7.2	Considerações sobre as entrevistas	196
8	OBSERVAÇÃO DA PÁGINA DO CONGRESSO NO FACEBOOK	203
8.1	Descrição da observação da página do congresso no Facebook	204
8.2	Considerações sobre a página do congresso no Facebook	228
9	TRIANGULAÇÃO DOS DADOS	236
10	CONSIDERAÇÕES FINAIS	248
	REFERÊNCIAS	256
	APÊNDICES	263
	Apêndice A – Dados obtidos com a Professora Doutora Roseli Fígaro, por e-mail.	264
	Apêndice B - Roteiro da entrevista com os diretores	265
	ANEXOS	266
	Anexo A – Programação do pré-congresso	267
	Anexo B - Abertura solene e festiva do congresso 2016	271
	Anexo C – Informações no site Intercom 2016 sobre alimentação: <i>food trucks</i> , lanchonetes e restaurantes do campus	273
	Anexo D – Programação do GP Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais na América Latina	274

1 INTRODUÇÃO

Em uma realidade permeada pelas tecnologias digitais, diversas possibilidades interacionais surgem, principalmente, pela mobilidade dos telefones celulares e a disseminação das redes sociais da internet. No contexto dos eventos científicos, essa tendência tem modificado a participação do público, que, no passado, estava restrita quase exclusivamente à sua presença nesses eventos. Atualmente, além dos procedimentos facilitados pela internet para a inscrição, submissão de trabalhos e disponibilização dos anais *on line*, as tecnologias digitais possibilitam que o público desses eventos interaja na ambiência virtual, desde o período que antecede sua realização.

Este trabalho tem como objetivo compreender as mudanças resultantes do processo de mediatização dos eventos científicos. A mediatização é um processo complexo, cujo conceito apresenta vieses distintos entre os pesquisadores, mas encontramos consonância no que se refere à influência dos meios de comunicação na sociedade. Nos eventos científicos, esses meios deixam de ser apenas veículos para divulgação e cobertura de imprensa e, com os recursos da internet, tornam-se meios para agilizar o processo de organização e participação do público nessas ações, bem como se tornam espaços de interação entre o público participante e os organizadores dos eventos.

Antecedendo os eventos científicos, é importante mencionar que os eventos ressaltam uma característica essencial dos indivíduos: a sociabilidade. A natureza do ser humano, enquanto ser social, indica sua necessidade de viver e conviver em grupo (MEIRELLES, 2003). Não há registro preciso sobre o início dos eventos, mas são atividades realizadas desde a Antiguidade, que reúnem pessoas em torno de um fator em comum. Kunsch (2003) explica que uma de suas características marcantes é a experiência vivenciada durante sua realização. Um evento pode ser transmitido pelos meios de comunicação, mas a vivência do momento é prerrogativa do público presente.

As tecnologias digitais têm permitido ampliar as experiências, por meio de espaços virtuais utilizados para interação entre participantes dos eventos. Além disso, novos formatos de eventos surgiram, decorrentes dessas tecnologias, permitindo uma hibridização dessas ações. De essencialmente presenciais, os eventos se complementam com a participação virtual de pessoas que se expressam nesse ambiente e, até mesmo alguns eventos têm sido realizados de modo virtual (NAKANE, 2012). Não se trata de substituir o contexto presencial pelo virtual, mas as tecnologias digitais possibilitam que o presencial e o virtual caminhem concomitantemente. Referimo-nos, aqui, ao processo de mediatização.

O conceito de mediatização, ainda em desenvolvimento, refere-se, ao “conceito-chave para a compreensão da influência da mídia na cultura e na sociedade” (HJARVARD, 2012, p. 55). O autor entende, assim como Braga (2012a), que os meios de comunicação já não podem mais ser considerados elementos dissociados da sociedade e sua influência repercute as transformações sociais e culturais vivenciadas na contemporaneidade. Não se trata de nos concentrarmos nos efeitos das mensagens mediadas aos indivíduos, mas compreender os modos pelos quais as instituições sociais e os processos culturais têm se transformado, em virtude da ubiquidade dos meios (HJARVARD, 2012).

Ainda na visão de Hjarvard (2012), a mediatização “implica uma virtualização da interação social [...]” (p. 53) e é nesse sentido que direcionamos o presente estudo. Embora o conceito de mediatização não esteja restrito ao uso das tecnologias digitais, mas à influência, também, dos demais meios de comunicação massivos como a televisão, rádio e outros, não há como negar a aceleração dessas transformações decorrentes da internet. Nossas interações sociais estão permeadas pelos meios de comunicação, mas não ocorrem somente através deles. O processo de mediatização ultrapassa o uso dos meios e amplia as interações de outras maneiras, como explica Braga (2006, 2009), quando encontramos amigos ou familiares após a saída do cinema e falamos sobre o filme assistido.

Um dos aspectos da mediatização trazidos por Braga (2006, 2009, 2012a), que serão abordados posteriormente, com mais detalhes, refere-se à amplificação das possibilidades interacionais. As interações relacionadas aos meios de comunicação massivos não ocorrem, necessariamente, de forma conversacional, mas, se propagam no tempo e no espaço, a partir das narrativas mediáticas. Para o autor, a importância das interações mediáticas está exatamente na possibilidade de disseminação desses conteúdos que se tornam diferidos e difusos no tempo e no espaço. A internet, por sua vez, facilitou novas formas de interação, como a possibilidade de acesso às informações em sites diversos e a comunicação em tempo real nas redes sociais digitais.

Nos eventos científicos, nossas inquietações acerca da mediatização estão pautadas em dois fatores. Por um lado, esses eventos promovem a construção e disseminação do conhecimento em dois momentos distintos: presencialmente, por meio do debate e intercâmbio entre pesquisadores e, virtualmente, com a disponibilização dos anais eletrônicos, de acesso livre. Por outro lado, as redes sociais digitais têm sido incorporadas também aos eventos científicos e se tornado um espaço para interação, concomitantemente à realização do evento. São recursos provenientes da chamada Web 2.0, importantes por potencializar o trabalho

coletivo (PRIMO, 2007), como se pode observar em páginas criadas para tratar de um evento realizado presencialmente.

Para justificar a escolha do tema, iremos, inicialmente, discutir o conceito de evento e sua importância, para, na sequência, abordarmos o papel da mediatização dos eventos. Não há unanimidade entre os autores pesquisados, haja vista a gama de possibilidades de tipos e propósitos para os quais se realiza um evento. Na bibliografia encontramos distintas abordagens, com ênfase na comunicação organizacional, no marketing e no turismo, que serão discutidas posteriormente. De forma concisa, Matias (2014, p. 3), precedendo a retomada da visão conceitual de outros pesquisadores, explica que os eventos são “acontecimentos que possuem horário, local e dia onde as pessoas se reúnem pelos mais diversos motivos”.

O conceito de evento transcende a definição supracitada, uma vez que se trata de um tipo de ação que rompe com o cotidiano e instaura um contexto extraordinário, como discutimos em estudo anterior (MORAES, 2013) e retomaremos neste trabalho. Ao possuir o papel de aglutinador de públicos, acredita-se que os eventos ressaltam as características essenciais dos indivíduos, de viver e conviver em grupos (MEIRELLES, 2003), ou seja, da necessidade de interação social entre as pessoas (GIACÁGLIA, 2008). Essa mesma autora ainda explica que

Com a finalidade de ampliar a esfera de seus relacionamentos inerente ao convívio em família, no trabalho, na escola ou no lazer, e de quebrar a rotina dos afazeres diurnos, o homem cria, organiza e participa de reuniões, que são genericamente chamadas de eventos (GIACÁGLIA, 2008, p. 3).

Nesse sentido, a noção de evento supera o sentido de reunir pessoas em um determinado lugar e espaço porque também apresenta uma ruptura com o cotidiano e, assim, “[...] tem como característica principal propiciar uma ocasião extraordinária ao encontro de pessoas, com finalidade específica, a qual constitui o ‘tema’ principal do evento e justifica a sua realização” (GIACÁGLIA, 2008, p. 3). O evento proporciona, assim, um espaço para o relacionamento e convívio entre as pessoas em um contexto peculiar. Diversos podem ser os determinantes para a realização de um evento, como nascimento e batizado, casamento, propósitos relacionados à vida em comunidade em diferentes culturas, como as datas comemorativas, como o carnaval, as competições esportivas, como os campeonatos, as Olimpíadas, no âmbito cultural, as exposições e shows musicais, e, também, as feiras comerciais.

O público presente em um evento, obviamente, resulta dos objetivos do promotor da ação, no entanto, não se trata de um conjunto de receptores que será atingido por esses propósitos. O público constitui-se, sobretudo, a partir de seus interesses no tipo e na temática

do evento, assim, em um contexto permeado pela mediatização, o público pode decidir, a partir de suas expectativas, se participa ou não e como quer participar. Enquanto sujeito ativo, pode interagir com pessoas envolvidas com a organização do evento, com os participantes e, por meio de suas redes de contatos, pode compartilhar sua experiência no evento em que participou.

Os eventos científicos, por sua vez, têm uma orientação específica, como será discutido posteriormente, mas caracterizam-se pela reunião de um público com o propósito de tratar de temas ligados às ciências (MEIRELLES, 2003; MATIAS, 2007, 2013). Sua importância reside, principalmente, no compartilhamento entre pares e na divulgação científica (BUENO, 2010). Assim, os eventos distanciam-se dessa mesma função que é desempenhada pelos periódicos científicos, uma vez que, também, incentivam o debate presencial, propiciam o aprimoramento dos trabalhos apresentados e permitem o contato informal com outros pesquisadores da área (CAMPELLO, 2000). A sinergia presente nesses eventos é vivenciada durante sua realização.

Um outro tema relacionado aos eventos é o planejamento, fundamental para seu êxito durante e após sua realização. Sua relevância é sintetizada por Martin (2007), ao defini-lo como o elemento norteador dos eventos, importante para maior assertividade na tomada de decisões. Uma singularidade do evento, que ressalta a importância do planejamento é que o evento “acontece ‘ao vivo’, e qualquer falha comprometerá o conceito/imagem da organização para a qual é realizado e do seu organizador” (CESCA, 2008, p. 49). Isso tudo implica a complexidade de um evento e a necessidade de um planejamento minucioso que contemple as ações que envolvem antes, durante e após sua realização, bem como a tomada de decisões quando houver imprevistos.

Por isso, ressaltamos a necessidade de profissionais capacitados com visão holística do macroambiente que envolve o evento. Em tempos de mediatização, as tecnologias digitais têm sido fundamentais na realização dos eventos científicos, mas entendemos que há necessidade de gestão desses recursos. Investir em equipamentos e suporte tecnológico são itens importantes para constar no planejamento dos eventos. Isso não significa criar um portal para o evento, mas é necessário que haja condições para os procedimentos de participação. Por outro lado, os participantes estão nas redes sociais digitais, que podem ser fontes de informação para os organizadores dos eventos.

Nosso objeto de estudo é o XXXIX Congresso Nacional da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom). O evento foi realizado no período de 5 a 9 de setembro de 2016, na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) e teve como tema “Comunicação e educação: caminhos integrados para um mundo em transformação”. O congresso é realizado anualmente em localidades escolhidas pelos

sócios. A escolha deste objeto ocorreu em virtude de sua relevância para a área de Comunicação, por ser considerado o “evento de maior prestígio na área de pesquisa em Comunicação” (PORTAL INTERCOM, s.d.), que recebe aproximadamente 3500 participantes, entre pesquisadores e estudantes do Brasil e do exterior.

Este evento nos permite identificar, claramente, o processo de mediatização, principalmente, se retomarmos as edições iniciais do congresso. Os procedimentos para participação do público, nem sempre foram permeados pelas tecnologias digitais, como acontece atualmente. A inscrição, submissão de trabalhos, os certificados e os anais dependiam de suportes físicos, como a impressão de material e uso do correio. Atualmente, o acesso ao portal para a realização desses procedimentos otimiza os trabalhos e a interatividade virtual.

Soma-se a isso o acesso livre ao conteúdo dos trabalhos pelos anais eletrônicos, disponíveis no portal. A disseminação do conhecimento proporcionada pelos eventos científicos é facilitada, por um lado, pelo intercâmbio presencial, que permite um refinamento nos trabalhos (CAMPELLO, 2000), bem como pelo acesso livre ao conteúdo, pelos anais eletrônicos, disponíveis no portal do evento. Além disso, dos grupos presenciais podem ser criados grupos de discussão na internet a partir de temáticas abordadas nos congressos.

Tudo isso demonstra um avanço importante, que ainda abriria espaço para a ampliação das possibilidades interacionais, não restritas à máquina, mas entre interlocutores, que se tornam possíveis a partir das apropriações sociais desses recursos, como explica Braga (2012a). Retomando nosso objeto de pesquisa, as interações podem acontecer pelas redes sociais digitais quando se divulga ou se cria uma página especial para o evento. É possível que as pessoas demonstrem seu interesse no evento por essas redes e, então, esses espaços possibilitam a comunicação de mão dupla. Nesse caso, é importante a gestão das redes desde sua criação, pois elas se tornam um canal de comunicação entre os envolvidos. No entanto, uma rede pode ser criada pelos próprios participantes, sem interferência ou controle da organização do evento.

É como se o evento científico já estivesse sendo realizado, mas, trata-se de espaços interacionais, que podem ser utilizadas para distintos fins, relacionados ao evento, como dúvidas, divulgação, compartilhamento de ocorrências, dentre outros. A mediatização impulsiona uma nova concepção para os eventos científicos, mais democrática, que cede espaço ao participante ativo, que pode cooperar com os demais participantes nessa ambiência, bem como decidir o que lhe interessa. São as formas colaborativas resultantes da Web 2.0 (PRIMO, 2007; GABRIEL, 2010).

As interações que ocorrem na etapa que antecede o evento científico podem ser exponenciadas na e a partir da ambiência virtual, por meio de publicações e compartilhamentos

diversos e reações às postagens, como é o caso do site de rede social Facebook. Essa ambiência virtual constitui um importante espaço a ser acompanhado pelos promotores do evento, a fim de identificar as expectativas e favorecer as experiências do participante, que pode ter início nessas redes, que são compostas de atores e suas conexões, como explica Recuero (2014b).

Estamos tratando, ainda, da chamada comunicação digital, presente de forma concomitante à comunicação presencial nos eventos. Definida como “expressão comunicacional derivada da internet ou da comunicação móvel como plataformas de veiculação” (TERRA, 2011b, p. 264), ela favorece a interação e a mudança de papéis entre emissores e receptores. A ênfase da autora recai sobre a comunicação digital na ambiência organizacional, assim, nos apropriamos de seu conceito para reflexões no contexto dos eventos científicos.

Um outro perfil de público, que pressupomos ser mais ativo, é o participante dos eventos científicos. Isso porque o próprio contexto incentiva as interações face a face durante sua realização, por meio do debate entre pares. Esse mesmo público também pode estar nas redes e interagir de forma virtual, ao comentar, compartilhar e produzir conteúdo, simultaneamente ao que está acontecendo no ambiente presencial. A mediatização, portanto, não pressupõe a supressão do ambiente presencial, mas amplia as possibilidades interacionais.

O participante pode selecionar os temas de interesse, compartilhar suas percepções em redes sociais da internet e comentar suas experiências e vivências. Além disso, os eventos científicos tendem, ainda, a resultar na difusão do conhecimento, de forma diferida e difusa, própria das interações proporcionadas pelos efeitos da mediatização, conforme explica Braga (2006, 2012a). Isso quer dizer que, das interações face a face que ocorrem nos eventos, por meio do intercâmbio de informações, o conhecimento produzido pode se transformar em novas publicações, discussões acadêmicas e entre pares e, assim, já não há mais controle, ele se expande e prolonga pelo espaço e pelo tempo.

Nesse sentido, a vivência do participante é um fator importante a ser considerado nos eventos científicos. Considerando que a vivência se traduz nos sentimentos produzidos pela experiência na subjetividade humana (BOFF, 2002), o que o participante leva do evento transcende o aspecto cognitivo, pois irá se lembrar também dos aspectos relacionados às sensações vivenciadas. Isso tudo pode ser experienciado desde seu primeiro contato em rede social digital até a realização do evento, preparado para ressaltar emoções (MEIRELLES, 2003) por suas dimensões espetacular, festiva e argumentativa (MAFFRA, 2006).

Embora os eventos científicos sejam majoritariamente presenciais, não se pode mais desconsiderar o contexto virtual que permeia essas ações. Estamos em um período de transição

do mundo analógico para o digital, conforme explica Castro (2010), em que ações presenciais migram para o ambiente virtual, sem necessariamente suprimi-las. Com base em nosso objeto de estudo, os encontros são presenciais, mas os procedimentos de participação e resultados estão no ambiente virtual, bem como a formação de redes de interação. Para que o participante tenha experiências e vivências positivas, é importante que os contextos presencial e virtual estejam em harmonia, como a recepção ao participante no congresso e o atendimento prestado ao participante na solução de algum problema, por e-mail.

Por isso tudo, pensar os eventos científicos leva-nos a entender que seguir apenas um roteiro especificando o modo de fazer dessas ações não seria suficiente diante das possibilidades interacionais dos eventos. O público participante possui determinados perfis condizentes com o tipo de evento, mas não se trata de um alvo a ser atingido (BARROS, 2012). É importante considerar que são pessoas com interesses e expectativas, que agem de forma a suprir seus anseios. Não se trata mais de organizar uma ação com base exclusivamente no interesse do organizador para o público, mas considerar o papel ativo desse público que se manifesta ativamente na forma de participar do evento e, conseqüentemente, nos resultados do evento.

Diante desse cenário de rápidas transformações, com base em nosso objeto de estudo e na fundamentação teórica construída neste estudo, propomos investigar o seguinte problema de pesquisa: **“Como o processo de mediatização modifica os eventos científicos?”**

Pretendemos discutir a questão de forma ampla, que nos permita propor algumas inferências sobre esse contexto hibridizado dos eventos científicos, procurando compreender as mudanças promovidas na produção e participação em eventos pela mediatização com base no uso social dos meios digitais.

Este estudo parte do pressuposto de que a mediatização trouxe benefícios, como a agilidade no processo de organização e participação dos eventos e amplificou sua importância científica, bem como antecipou e expandiu as experiências dos participantes, mas que as atividades presenciais mantêm qualidades específicas insubstituíveis no momento. Como já foi mencionado, não se pode negar a centralidade dos meios de comunicação na sociedade (BRAGA, 2012a; HJARVARD, 2012), e, assim, nos apropriamos dessa concepção para compreender sua influência no contexto dos eventos científicos, a partir dos usos sociais feitos pelo público envolvido.

Os meios de comunicação adquirem, então, um outro caráter. Ocorre uma facilidade e aceleração no processo com os trâmites burocráticos do evento, tais como a busca de informações, a realização de inscrições *on line*, o acompanhamento e a disponibilização de conteúdo. Embora haja um avanço em termos de transição dos meios analógicos para os

digitais, não se pode negligenciar as mudanças resultantes da chamada Web 2.0, que permite a interação entre indivíduos, em tempo real, como as redes sociais. A mediatização, portanto, adquiriu um caráter essencial nos eventos, suficiente para requerer um outro modo de planejar essas ações, em especial, no participante, que adquire um papel mais ativo nos eventos. No entanto, a mediatização, neste momento, não suprime o caráter presencial dos eventos, mas pode modifica-lo, com base nas expectativas do público participante.

Para atender aos objetivos propostos deste trabalho, buscamos compreender a influência da mediatização no congresso nacional da Intercom, com base em alguns aspectos. Entendemos que seria fundamental trazermos a percepção dos membros da diretoria da instituição, que vivenciam direta ou indiretamente a organização do evento. Além disso, procuramos compreender o ambiente presencial, preparado para receber os participantes e as interações decorrentes das apresentações de trabalho. Para finalizar, investigamos a realidade construída no ambiente virtual, em um espaço construído para interações sobre o congresso, a fim de compreendermos o sentido desse espaço e sua relação com o evento presencial.

Como procedimentos metodológicos, desenvolvemos um estudo de caso, tendo como objeto de estudo o XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. A escolha do método se justifica em virtude das proposições estabelecidas para a pesquisa, como o tipo de questão a ser respondida, a ausência de controle sobre o fenômeno pesquisado e a contemporaneidade do objeto (YIN, 2010). O estudo de caso permite o uso de diversas fontes de coleta de dados e, “em resumo, [...] permite que os investigadores retenham as características holísticas e significativas dos eventos da vida real” (p. 24).

Para isso, a pesquisa bibliográfica nos forneceu subsídios para a construção do referencial teórico. Além disso, utilizamos alguns dados obtidos pela secretaria da Intercom e por uma das docentes responsáveis pela organização local do congresso, por e-mail. Considerando a amplitude permitida pelo estudo de caso, para a pesquisa de distintos aspectos sobre o mesmo fenômeno, utilizamos três técnicas para coleta de dados, que nos permitiram traçar algumas inferências, de forma mais ampla sobre o evento. Os resultados de cada uma das pesquisas estão cotejados em forma de triangulação.

A primeira técnica para coleta de dados foi a observação participante no evento, para compreendermos como se constrói as vivências dos participantes. Para sua realização, utilizamos dois critérios: a estrutura preparada do evento e as interações presenciais, durante as atividades que foram observadas e nas sessões de um Grupo de Pesquisa (GP). Realizamos, também, uma entrevista com os diretores da Intercom, a fim de verificarmos suas percepções sobre as mudanças decorrentes das tecnologias digitais na organização e participação no evento.

Para finalizar, fizemos uma análise na página do Facebook, criada para tratar do congresso, com base em procedimentos da análise de conteúdo, para compreendermos como as pessoas interagem no espaço virtual e sua relação com o evento presencial.

Dentro do problema de pesquisa proposto, que visa compreender como o processo de mediatização modifica os eventos científicos, elaboramos algumas questões mais específicas para serem respondidas a partir dos resultados de cada uma das pesquisas que integram este estudo de caso. As questões de pesquisa propostas são:

- Em uma realidade permeada, cada vez mais, pelas interações mediadas pelas tecnologias digitais, qual é a relevância do congresso presencial?

- Como os organizadores compreendem as mudanças acarretadas pela mediatização dos eventos?

- Qual é o papel das redes sociais da internet no congresso científico?

A estrutura deste estudo divide-se em dez capítulos. Após a Introdução (capítulo um), o segundo capítulo traz uma abordagem geral sobre os eventos. Discutimos suas principais vertentes, que fundamentam este trabalho. Apresentamos os eventos como ferramenta de comunicação organizacional, sob a ótica de Cesca (2008), Giácomo (1993, 2007), Kunsch (2003), Meirelles (2003), dentre outros; o evento como atividade do turismo, com a visão de Matias (2007, 2013, 2014); e, ainda como ferramenta de marketing na abordagem de Fortes e Silva (2011), Melo Neto (2007) e outros. Abordamos suas dimensões discutidas por Mafra (2006) e seu aspecto ritual (RIVIÈRE, 1996; PEIRANO, 2003; SILVA, 2008). Abordamos a comunicação estratégica (FERRARI, 2009; KUNSCH, 2003) e os eventos virtuais (NAKANE, 2012). Para finalizar, discutimos a importância do público dos eventos e suas experiências e vivências, com base em Barros (2012) dentre outros.

O capítulo três tem como tema os eventos científicos. Para isso, traz uma discussão sobre a comunicação científica, que é a base dos eventos científicos (MEADOWS, 1999, BUENO, 2002, 2010; CAMPELLO, 2000). Na sequência, discutimos os conceitos de evento científico, assim como seu papel, sob a ótica de Targino (2000) e outros. Apresentamos os principais tipos de eventos utilizados na modalidade científica. Ao final, trazemos as propostas de planejamento de autores como Fortes e Silva (2011), Giácomo (2007), Matias (2007, 2013) e Meirelles (2003), que trazem à reflexão a relevância dos eventos científicos.

No capítulo quatro está a discussão sobre a mediatização e seus desdobramentos sob a ótica de diversos autores que pesquisam o tema, como, Hjarvard (2004; 2012; 2014), Hepp (2009; 2014), Braga (2006, 2009, 2012a) e outros. Abordamos as distintas formas de interação, trazidas por esse mesmo autor, além de Primo (2007; 2008), Thompson (2008) e outros.

Adentramos ao campo das tecnologias digitais para tratar da internet, da comunicação digital, dos desdobramentos da Web 2.0 e das redes sociais, pelos estudos de Gabriel (2010), Recuero (2014a, 2014b), dentre outros.

Apresentamos, no capítulo cinco, a proposta da pesquisa e a justificativa do método estudo de caso. Contextualizamos nosso objeto de pesquisa por meio da instituição que o promove, a Intercom, bem como apresentamos uma descrição dos congressos nacionais e os procedimentos para participação no evento, por meio do portal e o site oficial, criado pela instituição local. Nesse capítulo, encontra-se a proposta do estudo e a descrição das técnicas para a coleta de dados, sendo a observação presencial, a entrevista com os diretores da Intercom na gestão de 2016 e a análise da página do site de rede social Facebook, criada para o congresso nacional.

Do capítulo seis ao capítulo oito, apresentamos os resultados as análises das pesquisas realizadas para o estudo de caso. Em cada uma das pesquisas, descrevemos os resultados e, na sequência, trazemos as considerações, com base nas interpretações. No capítulo seis, está a observação participante, em que apresentamos um texto descritivo, acrescido de algumas imagens ilustrativas, com base nas categorias propostas: estrutura do evento e interações presenciais, com ênfase nas sessões de um dos grupos de pesquisa. Nas considerações estão as interpretações que respondem uma das questões de pesquisa.

No capítulo sete, trazemos as entrevistas realizadas com os diretores da Intercom, que compartilharam suas percepções sobre o contexto presencial e mediático do congresso, a partir de suas experiências como participantes e membros da organização do evento. Apresentamos, para cada questão, quadros com a síntese das respostas. Na sequência, o texto traz a descrição das respostas, com a identificação ou a ausência de padrão de respostas entre os diretores. Nas considerações, o texto tem um caráter interpretativo, que responde uma das questões de pesquisa deste trabalho.

No capítulo oito, está a observação e análise da página do Facebook. Após a observação de todas as postagens e manifestações, pelo período determinado, realizamos as análises a partir da definição de categorias temáticas. Utilizamos fichas de observação por meio de quadros e, em seguida, apresentamos as categorias de postagens e sua interpretação, respondendo a terceira questão de pesquisa.

O capítulo nove constitui a triangulação dos dados obtidos, que conclui o estudo de caso. Propusemos, na triangulação, o cotejo dos dados obtidos com os resultados das três pesquisas. Retomamos as questões de pesquisa, mas, principalmente, retomamos o problema de pesquisa que orientou este trabalho. Com base nas respostas das questões, refletimos sobre o contexto

mediatizado dos eventos científicos e as mudanças trazidas para esse contexto, bem como seus impactos na realização das atividades presenciais.

O capítulo dez, que encerra este estudo, propõe algumas reflexões, com base nos temas abordados e resultados do estudo de caso. Nesse capítulo, além das considerações finais, apresentamos algumas recomendações, com base nos resultados alcançados.

2 EVENTOS: VISÃO CONCEITUAL E CARACTERÍSTICAS

Os eventos são ações que, paradoxalmente, têm se tornado cada vez mais incorporadas ao cotidiano, embora, possuam, como uma de suas características essenciais, o distanciamento das atividades do dia a dia. São ações realizadas com propósitos distintos, haja vista a abrangência de tipologias existentes, mas que têm sido transformadas em decorrência das próprias mudanças sociais e culturais. Tudo isso se torna evidente nos eventos científicos, por meio dos quais pesquisadores, estudantes e profissionais diversos se reúnem para compartilhar e disseminar conhecimento, que resultam em interações que se propagam e delongam na dimensão espaço-temporal.

Este capítulo é o resultado de uma pesquisa bibliográfica sobre os eventos. Buscamos trazer algumas discussões semânticas, bem como um resgate histórico, seu papel e dimensões, os principais tipos de eventos, o público dos eventos e suas experiências e vivências e as transformações decorrentes da incorporação das tecnologias digitais. Com base na bibliografia pesquisada, encontramos, geralmente, um caráter instrumental para tratar dessas ações, visão da qual, paradoxalmente, buscamos evitar ao conceituar evento como estratégia de comunicação (MORAES, 2013), mas que se tornam importantes para a compreensão do pensamento dos autores que se dedicam ao estudo dos eventos.

2.1 Eventos: uma discussão semântica

Na contemporaneidade, cada vez mais frequentemente, os eventos têm sido realizados por instituições e pessoas com propósitos e contextos diversos. Apesar de essa percepção parecer óbvia, ela contribui para uma reflexão sobre sua relevância a partir de seus resultados, se considerarmos a complexidade com a qual nos deparamos para seu planejamento e realização. Inicialmente, buscamos compreender o conceito de eventos para identificarmos sua importância e aplicabilidade. Assim, nos deparamos com o primeiro desafio: como definir eventos? Para isso, faremos, aqui, uma discussão semântica de eventos, com suas características essenciais e seu papel, sob o olhar de pesquisadores e profissionais da área, além de reflexões sobre a visão desses autores.

Embora busquemos suprimir uma visão instrumental dos eventos, não há como negar a predominância dessa perspectiva por parte de alguns autores. Termos como “instrumento”, “recurso” ou “ferramenta”, têm sido utilizados com frequência, apesar de observarmos a que a

intenção de alguns autores seja ressaltar a importância do evento, mas, dessa forma, o enquadram em algumas classificações ou características, úteis para determinados fins.

Sobre a classificação de eventos, há várias formas para categorizá-los, como o porte, a periodicidade, área de interesse e outros. Além disso, há uma diversidade de eventos: congresso, casamento, show, posse, inauguração, palestra, lançamento de livro, feira, formatura, mesa-redonda, torneio, exposição, desfile, colóquio, festa, funeral e tantos outros (CESCA, 2008; MATIAS, 2007, 2013; MEIRELLES, 2003). Diante de contextos distintos ou, aparentemente antagônicos, todas essas ações constituem eventos e, então, é preciso identificar os atributos de similaridade que permitam compor uma definição que contemple toda essa diversidade de ações.

O termo “evento” tem sido traduzido como sinônimo de acontecimento, no entanto, há algumas ressalvas nesse sentido. Tomando como base o acontecimento como “àquilo que instaura, no cotidiano, eclosão e rompimento, que pode atingir a ordem estabelecida, desencadeando demanda de sentidos capaz de transformá-la” (MENESES, 2010, p. 61), os eventos aos quais nos referimos, apresentam essas características, mas, o acontecimento, em si, não está especificado como uma ação planejada. Assim, para elucidar nosso raciocínio, consideramos que as ocorrências climáticas podem se enquadrar na definição, portanto, embora seja denominado “evento”, com frequência, não é desse tipo de acontecimento que se refere nosso objeto de investigação, mas de um acontecimento planejado, o qual tem sido discutido por estudiosos e profissionais da área.

O evento é associado, também, à comunicação organizacional, com ênfase na relação entre organizações e seus públicos (RABAÇA; BARBOSA, 2001; SIMÕES, 1995; KUNSCH, 2003; MEIRELLES, 2003; CESCA, 2008; FORTES; SILVA, 2011; GIÁCOMO, 1993; 2007). Alguns autores têm inserido características que o distingue a partir do viés sobre o qual é abordado, como no enfoque ao turismo (MATIAS, 2007; 2013; 2014; MENEGUEL, 2015) e ao marketing (FORTES; SILVA, 2011; MELO NETO, 2007). Embora alguns autores não façam menção específica, o evento é considerado um elemento da comunicação que reúne pessoas em um determinado contexto e, conseqüentemente, promove visibilidade aos seus promotores.

Uma definição para evento é trazida por Rabaça e Barbosa (2001, p. 290), relacionando-o à promoção de visibilidade da organização, como “acontecimento que se aproveita para atrair a atenção do público e da imprensa sobre a instituição”. Os autores entendem que os eventos podem ser criados ou podem ocorrer espontaneamente, mas geralmente, são programados no planejamento de comunicação. Um outro aspecto abordado é que os eventos podem ser

promovidos a partir de projetos culturais, esportivos, datas comemorativas e, também, “como simples acontecimentos de rotina da instituição” (RABAÇA; BARBOSA, 2001, p. 290).

A concepção dos autores recai sobre as organizações, reiterando a importância dos eventos no contexto organizacional. É possível atribuir aos eventos, a partir dessa visão, que eles se constituem elementos da comunicação organizacional. No entanto, a concepção de eventos, na contemporaneidade, se sobrepõe a essa função, pois se trata de atividades realizadas em distintos contextos, os quais resultam, obviamente, em visibilidade para seus promotores. Por outro lado, os autores inserem uma característica que contrapõe ao que se postula com relação a essas ações: não se trata de acontecimentos do cotidiano, ao contrário, são ações que buscam construir um cenário extraordinário para receber o público de interesse.

Simões (1995) define o evento como um instrumento de comunicação utilizado pelas organizações para com seus públicos. O autor explica que o evento é “um acontecimento criado com a finalidade específica de alterar a história da relação organização público, face a necessidades observadas” (p. 170). Embora não traga nessa definição algumas especificidades que caracterizem os eventos, o autor ressalta sua importância na relação entre organização e públicos, uma vez que se trata de “um canal de dupla via [...]” (p. 170), já que favorece a troca de ideias e informações entre os participantes, que constituem representantes da organização e do público.

Esse mesmo autor associa o evento a uma atividade da área de Relações Públicas, classificando-o como um instrumento misto porque permite o intercâmbio de informações por meio de um mesmo canal. Por um lado, o evento permite o processo de comunicação imediatamente, o qual, podemos associar à interação dialogal, que consiste nas trocas simultâneas entre os participantes. Por outro, esse “instrumento” estaria restrito ao grupo participante, embora, esse possa ser o propósito da organização promotora do evento.

Observamos que o autor traz importantes contribuições para os eventos, como atividade da área de Relações Públicas, visão da qual compartilhamos. Constitui uma das funções do relações-públicas a atividade de eventos, que se prepara para seu planejamento, realização e gestão, embora não seja exclusividade desse profissional. Outro ponto a destacar é a possibilidade da comunicação dialogal, ao reunir públicos que comungam interesses afins e têm a oportunidade de interagir durante o evento. No entanto, procuramos evitar o uso do termo “instrumento”, utilizado pelo autor, para definir os eventos, a fim de nos distanciarmos de uma concepção mecanicista dessas ações.

De modo semelhante, Kunsch (2003) ressalta a importância do evento, embora utilize o termo “ferramenta” para conceituá-lo. Para a autora, o evento é importante para agregar

públicos de interesse de uma organização, para o compartilhamento de mensagens e seu engajamento em propósitos específicos. Trata-se, ainda, de uma oportunidade de formação ou consolidação de imagem, pois, os resultados positivos são fundamentais para a associação do promotor do evento a uma imagem de sucesso. Apesar de a autora não enfatizar os eventos em suas obras, ela traz uma importante reflexão:

A importância da realização de um evento está sobretudo no aproveitamento do instante, do ambiente ou da presença de pessoas, pois dessa atitude resulta a impressão final. O evento, quando bem planejado e executado, criará fatalmente um conceito positivo para a organização que o promove (KUNSCH, 2003, p. 386).

Embora o evento possa ser retransmitido pelos meios de comunicação ou compartilhado pelo público, a vivência dos participantes durante o evento, não pode ser (re)experimentada, pois acontece em uma única vez. Obviamente, presume-se que a execução do planejamento ocorra conforme esteja previsto e que haja capacitação da equipe responsável pela gestão do evento. No entanto, os eventos são ações realizadas por e para pessoas e, assim, o planejamento, embora seja fundamental, como argumenta a autora, pode estar suscetível a ocorrências não previstas. A vivência em um evento resultará na percepção e sensações do participante, mas, consideramos arriscado afirmar que o planejamento adequado é suficiente para garantir seu êxito.

O evento ressalta emoções e, nesse sentido, a experiência vivida do participante, durante sua realização, é única. Como exemplifica Meirelles (2003), a abertura dos Jogos Olímpicos, a oportunidade de compor uma mesa de honra, fazer um pronunciamento e expor ideias são momentos que exacerbam emoções, ocasionados durante a realização do evento. É, portanto, uma forma de aproximar as pessoas, promover o diálogo e criar sentimentos ao público participante, além de constituir um dos mais ricos recursos da comunicação, já que agrega a comunicação oral, escrita, auxiliar e aproximativa. A autora define o evento como

[...] um instrumento institucional e promocional, utilizado na comunicação dirigida, com a finalidade de criar conceito e estabelecer a imagem de organizações, produtos, serviços, ideias e pessoas, por meio de um acontecimento previamente planejado, a ocorrer em um único espaço de tempo com a aproximação entre os participantes, quer seja física, quer seja por meio de recursos da tecnologia (MEIRELLES, 2003, p. 25).

Assim como os autores mencionados anteriormente, Meirelles (2003) utiliza o termo “instrumento” para se referir ao evento. Não obstante, entendemos a intencionalidade dos autores ao fazer uso desse termo, bem como de “ferramenta” para tratar dessas ações como importantes possibilidades da comunicação, a fim de se atingir a um objetivo, com eficácia. Por

se tratar de ações dinâmicas e extraordinárias, optamos pelo uso do termo “estratégia”, haja vista sua abrangência conceitual.

Meirelles (2003) apresenta, ainda, um componente relacionado à expectativa do promotor do evento: o estabelecimento da imagem. Independentemente dos propósitos de um evento, construir ou fortalecer a imagem de quem o promove, constitui-se parte dos resultados esperados. Um evento bem-sucedido, que atinge seus propósitos e do público participante e, ainda, minimiza eventuais intercorrências, associa os resultados positivos ao seu promotor, seja uma organização, uma pessoa, um produto ou serviço, ou uma marca.

Com ênfase na atuação do relações-públicas, o evento pode ser definido como a execução de um projeto de um acontecimento que tem como propósito o conceito de uma organização para com seu público de interesse (CESCA, 2008). Nesse sentido, o evento é considerado um fato que, podendo virar notícia, divulga seu organizador. Essa visão é compartilhada por Mello Neto (2007), que está citado posteriormente, na discussão sobre a ótica do marketing. A ênfase trazida por Cesca (2008) são os eventos organizacionais e a autora atribui ao profissional de Relações Públicas a competência para sua execução. O evento é, nessa concepção, um fato produzido que associa seus resultados ao seu promotor e, assim, ao ser bem-sucedido, constrói ou fortalece o conceito da organização para seus públicos de interesse.

Matias (2007; 2013) traz outras abordagens para os eventos, com destaque ao seu papel na promoção do turismo. A autora explica que, por se tratar de uma atividade dinâmica, os eventos têm recebido modificações em suas definições e existem diversas concepções, a partir do olhar do profissional que o realiza (2014). Ela traz algumas definições atribuídas aos eventos e os resume em “acontecimentos que possuem horário, local e dia onde as pessoas se reúnem pelos mais diversos motivos” (2014, p. 3). O conceito, por um lado, pode ser considerado genérico, mas reitera a percepção da autora sobre as especificidades apresentadas pelos distintos ramos de atuação profissional, bem como as características econômicas, sociais e políticas adquiridas pelas diferentes épocas. A essência, para a autora, está nesses aspectos, as variáveis são concebidas pela visão de cada autor.

Assim, o evento adquire importantes características que vão além do contexto organizacional. O evento consiste em uma atividade muito importante sob o viés do turismo e, conseqüentemente, no aspecto socioeconômico. Os benefícios para a localidade receptora do evento são diversos, como a obtenção de visibilidade para a cidade, que pode se tornar uma opção turística para os participantes em outra ocasião, bem como a geração de empregos diretos e indiretos durante o evento; o aumento do consumo local e, conseqüentemente, o aumento da arrecadação de impostos (MENEGUEL, 2015).

Por um lado, observamos uma espécie de excesso quando a autora entende que “tudo é evento” (MENEGUEL, 2015, p. 34), noção que não compartilhamos, mas, podemos compreender que se trata de uma ênfase na importância dessas atividades, que beneficiam não apenas seus promotores, organizadores e participantes, mas a própria localidade que recebe o evento. De acordo com os dados obtidos por uma pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Empresas de Eventos (Abeoc), em parceria com o Sebrae, em 2013 o Brasil sediou 590 mil eventos, que movimentaram R\$209,2 bilhões, representando 4,32% do PIB do Brasil (ABEOC, 2014).

Os eventos são tratados, ainda, sob o ponto de vista do marketing (MELO NETO, 2007; FORTES; RAMOS, 2011). Sob o aspecto mercadológico, os eventos se tornam uma espécie de negócio, que visa alavancar vendas e imagem dos patrocinadores e organizações promotoras. Para os autores, os eventos são considerados recursos da comunicação dirigida, que têm como foco um público específico. Neste caso, enfatizamos a necessidade de considerar as expectativas desse público, cuja experiência vivenciada é fundamental para o sucesso do evento. Embora os investimentos para a operacionalização dos eventos sejam, muitas vezes, originados de patrocinadores, que aguardam, obviamente, resultados positivos, é importante que o público participante seja priorizado para que suas expectativas sejam atendidas.

Em uma abordagem sob a perspectiva do marketing e da comunicação, Fortes e Ramos (2011, p. 34) definem o evento como “uma estratégia de comunicação que atinge o público de interesse, divulga a marca de uma empresa, promove seus produtos, potencializa suas vendas e contribui para a expansão comercial e conquista de novos mercados”. Segundo os autores, o evento pode ser considerado a mídia mais atuante na contemporaneidade, uma vez que reúne um público de interesse, com o intuito de fortalecer a imagem de uma organização, produto, serviço ou pessoas.

Fortes e Silva (2011) entendem que o evento constitui uma função-meio, que visa a objetivos específicos, porém, muitas vezes, é confundido com ações de finalidade própria, o que pode acarretar em equívocos no planejamento. É frequentemente realizado com o propósito de criação e fortalecimento da imagem organizacional, uma vez que os resultados dessas ações tendem a ser associadas ao seu promotor. Simultaneamente a isso, os eventos tendem a promover melhoria no relacionamento com seus públicos, visibilidade no lançamento de produtos e serviços, obtenção de informações sobre o mercado e concorrentes, atualizações técnicas e transmissão de informações para os canais de distribuição.

Dessa forma, os eventos se tornam um empreendimento interessante ao seu promotor, uma vez que reúnem públicos de interesse em um mesmo espaço, físico ou virtual, em torno de

objetivos afins. Mais que uma proposta para divulgação de um aspecto organizacional, os eventos possibilitam a aproximação de determinados públicos, constituindo, assim, um meio de comunicação dirigida. Ademais, concomitante à sua programação, é habitual a instalação de espaços para a comercialização de produtos com a marca do promotor ou patrocinador, bem como pontos comerciais diversos.

Ao conceituar o evento como uma estratégia de comunicação, Fortes e Silva (2011) não esclarecem sua visão sobre estratégia, que possui sentidos amplos e distintos. No entanto, os autores elencam os pontos fundamentais para que uma organização construa suas estratégias de comunicação, como a definição dos públicos, o porquê de se relacionar com eles e quando isso deve ocorrer, quem deve ser o responsável pela comunicação, o que será dito e qual o vínculo com as metas comerciais. Não há, de acordo com os autores, regras invioláveis, mas é necessário priorizar os grupos e conhecê-los para motivá-los para o diálogo e, assim, transformá-los em públicos.

Embora a definição desses autores mencione o público de interesse a ser atingido, remetendo-nos a uma posição passiva, eles consideram a importância do participante. Fortes e Silva (2011) explicam que, muitas vezes, as organizações, ignoram o *feedback* de seu público, que pode acontecer por meio de reações e respostas, o que caracteriza uma falha. Por outro lado, os autores argumentam que “a comunicação dirigida é totalmente determinada e controlada pelo emissor, o que dá segurança ao promotor do relacionamento” (p. 33).

Essa visão pode estar relacionada ao foco do promotor a um público específico, o que difere da comunicação de massa. No entanto, a comunicação não é apenas a transmissão de informações e, no contexto dos eventos, torna-se arriscado afirmar que o promotor tem o controle da comunicação, pois, os participantes, quando convidados a participar, decidem pela adesão e, se convocados a participar, suas interações, durante e após o evento expressam seus propósitos que podem não estar condizentes com os dos promotores.

Os eventos, como ações de marketing, são importantes atividades econômicas, que produzem diversos benefícios aos patrocinadores e à cidade sede do evento. Como explicam Mello Neto (2007) e Fortes e Silva (2011), é a capacidade do evento de aproximar o negócio do patrocinador dos consumidores potenciais, em um ambiente interativo, que o torna uma atividade de marketing. Obviamente, quando o evento é bem-sucedido, há ganho de imagem para as instituições envolvidas e, para o patrocinador, resulta na aproximação dos possíveis consumidores, aumento nas vendas e, ainda, expansão do mercado.

Nesse sentido, sob a ótica dos comunicadores, o evento pode ser definido como “qualquer fato que pode gerar sensação e, por isso, ser motivo de notícia (seja esta de cunho

interno ou externo)” (MELLO NETO, 2007, p. 20). O autor associa o fato a um acontecimento bem-sucedido e, para isso, deve ser bem planejado de modo a surpreender o público participante. Para isso, deve incorrer em algo novo, motivado pela criatividade, responsável pelo “clima do evento”¹. São essas sensações, produzidas antes, durante e depois do evento, que determinam seu êxito, transformando-o em notícia nos meios de comunicação. E como argumenta Mello Neto (2007, p. 21), “a sua capacidade de virar notícia é o que torna o evento uma mídia disputada pelos patrocinadores”.

O retorno ao patrocinador pode ocorrer durante e após o evento, com a visibilidade mediática produzida, assim como com a aproximação de seu consumidor potencial, conforme explica o autor. Seu aspecto socioeconômico ultrapassa a relação entre participantes e patrocinadores e reflete, ainda, em demais setores da localidade sede, como hospedagem, alimentação, turismo e consumo local. Nos grandes eventos, é possível observar o surgimento de uma cadeia de valor, constituída pelo turismo, comércio e indústria de entretenimento de eventos.

O turismo ocorre por meio de parcerias entre os promotores e meios de comunicação e patrocinadores na promoção de descontos em viagens, hospedagens e demais produtos ou serviços. O comércio envolve a realização de sorteios ou vendas de ingressos, bem como a venda de produtos com a marca do evento. O entretenimento refere-se à inserção de atividades de lazer na programação do evento (MELLO NETO, 2007).

Todos esses elementos que constituem uma cadeia de valor, embora mais facilmente perceptíveis aos eventos de grande porte ou megaeventos, como os jogos olímpicos, podem ser observados em eventos de porte menor e de outras modalidades, que não tenham em sua essência, um viés mercadológico. Nos eventos científicos, como os congressos, também pode ser identificada a existência de uma cadeia de valor, por meio de ações que ocorrem simultaneamente ou que integram a programação do evento, como os espaços comerciais, a programação social e os serviços indiretos utilizados pelos participantes que permanecem na localidade receptora do evento.

Giácomo (2007) traz outras contribuições para a análise de eventos. Em sua obra, apresenta uma pesquisa de campo realizada no congresso nacional da Intercom, durante o período de 1989 a 1991, com o foco no papel do líder de opinião e sua influência na adesão do participante ao evento. Em um levantamento sobre os conceitos disponíveis sobre eventos, a

¹ Trata-se de uma expressão muito utilizada na área de eventos para designar a expectativa positiva por parte dos participantes, que resulta do componente criativo do planejamento do evento. Outros autores fazem menção ao clima do evento, como será abordado posteriormente.

autora entende que a literatura, até a época, era escassa, mas fundamental para orientar o desenvolvimento de um novo conceito. Na contramão da concepção do evento como um fato, traz uma apreciação crítica atribuindo seu sentido a uma “reunião política de pessoas e instrumento de comunicação” (p. 40).

O evento é definido como “acontecimento previamente planejado, a ocorrer num mesmo tempo e lugar, como forma de minimizar esforços de comunicação, objetivando o engajamento de pessoas a uma ideia ou ação” (GIÁCOMO, 2007, p. 40). Essa concepção se distingue das definições anteriores em algumas características. Embora alguns autores utilizem o termo “público de interesse” (MEIRELLES, 2003; FORTES; SILVA, 2011), Giácomo enfatiza o papel do público como sujeito ativo, visão que compartilhamos neste estudo². O público deixa de ser alvo porque já deve haver interesse na temática do evento, então, pressupõe-se o engajamento do público.

Outro fator destacado é que o evento é uma forma de minimizar esforços de comunicação (GIÁCOMO, 2007). Obviamente isso pode ser observado, uma vez que o evento reúne em um mesmo tempo e lugar, de forma presencial ou virtual, um público para tratar de temas de interesses afins. Além disso, o sentido da comunicação aqui é ampliado, pois, além da transmissão de conteúdo, o evento possibilita interações, ou seja, é uma oportunidade para discussões e engajamento do público sobre o tema específico.

Giácomo (2007) explica, também, que os eventos possuem uma capacidade sinérgica, que é fator importante para engajar as pessoas a um determinado propósito. A sinergia de um evento se torna perceptível durante sua realização, no ambiente presencial, onde se encontram os participantes, ministrantes, onde são realizadas as atividades previstas e, ainda, onde ocorre a comunicação face a face. É durante o evento que o participante apreende seu significado, pois, é enquanto ele é realizado que deverá reverter na impressão final (KUNSCH, 2003).

Os eventos contribuem para a sociabilidade das pessoas e promovem interações dialogais e assimétricas, que ocorrem no período que antecede o evento, durante e após seu término. São planejados estrategicamente, daí sua definição como “estratégias de comunicação”, que reúnem públicos com interesses afins. O evento pode, ainda, ser definido como

[...] uma ação de comunicação, pois existe a partir da necessidade de alcançar um público específico. Requer planejamento minucioso, para se evitar que os acontecimentos saiam ao acaso. Trata-se de ação não rotineira, pois se espera

² Este tema será desenvolvido na seção 2.7.

surpreender ao tocar a emoção, é realizado em data e local específicos, com a participação de pessoas com objetivos afins (MORAES, 2013, p. 68).

Vale registrar que a menção a um público específico a ser alcançado, distingue-se da compreensão de público-alvo a ser atingido. Nosso propósito é considerar o público de um evento como sujeito ativo cujas expectativas possam ser atendidas. O fator humano é fundamental na concepção dos eventos. Por um lado, os indivíduos, enquanto seres sociais, vivem em comunidade e a comunicação é fundamental para a sua sobrevivência.

Os eventos são, por sua vez, um dos mais expressivos meios de comunicação dirigida, pois, reúnem um grupo de pessoas, com características afins. Por outro lado, “o elemento humano é a raiz de todo evento” (NAKANE, 2013, p. 26), porque é organizado por pessoas para que se atinja as expectativas do grupo de pessoas que dele participa. Sobre a concepção de eventos, a autora o define como

[...] agrupamento de pessoas reunidas em um determinado local, ambiente e horário, onde, por meio de um planejamento metódico, todos os participantes estejam sintonizados no mesmo interesse, com algo em comum, pelo menos naquele determinado período (NAKANE, 2013, p. 26).

A relevância dos eventos é ressaltada pela autora quando faz uso de uma metáfora para explicar essas ações. Ela compara o evento a uma obra de arte, que leva o ser humano a reflexões, provoca emoções e sensações. Tudo isso resulta da criatividade, dedicação e esforço do artista que produz a obra. Transpondo ao contexto dos eventos, o fator emocional constitui a essência dos eventos, mas não se restringe a esse aspecto. Obviamente, o lado racional é dominante em alguns tipos de eventos e pode ser determinante na decisão do participante em aderir ou não.

Duas características são elencadas para distinguir a obra de arte e o evento. Nas obras de arte clássicas, o propósito de contemplação não era a aceitação da coletividade, mas a satisfação pessoal pela obra criada, o envaidecimento do ego do artista. Nos eventos, a satisfação do público participante irá, conseqüentemente, satisfazer as expectativas do promotor e gestor do evento, superando, por sua vez, o individualismo inicial de quem o promove para gerar vínculos com o público participante (NAKANE, 2013). Ressalta-se, assim, novamente, o papel das pessoas nos eventos, como sujeitos ativos dessas ações.

A periodicidade é outro fator que distingue a obra de arte dos eventos. Enquanto a obra de arte pode ser eternizada, os eventos, por mais sucesso que obtenham, possuem o momento de sua realização e finalização. Seus resultados, sempre que positivos, tendem a ser ampliados

por meio de redes de relacionamentos, mas a experiência vivida pelo participante durante o evento, ainda que possa ser lembrada, acontece apenas durante sua realização, por isso, a importância do planejamento dessas ações. Muitos eventos são realizados dentro de uma determinada periodicidade e, assim, produzem outras vivências ao público participante.

Com base nas discussões, o evento é tratado, muitas vezes como um instrumento da comunicação (SIMÕES, 1995; MEIRELLES, 2003; GIÁCOMO, 2007), por ser considerado um recurso da área de comunicação para se atingir os objetivos de quem o promove. Outras vezes, fala-se em ferramenta da comunicação (KUNSCH, 2003), com o mesmo sentido. A visão dos autores sobre o evento como componente do mix da comunicação (GIÁCOMO, 2007; KUNSCH, 2003; FORTES; SILVA, 2011) ou, ainda, como veículo de comunicação dirigida (FORTES; SILVA, 2011; MEIRELLES, 2003) reiteram o propósito de evidenciar seu papel como uma ação fundamental para a interação entre promotores e participantes, embora não seja feita a menção direta a esse termo.

Fica evidente que a intenção dos autores, que assim denominam o evento, não é minimizar sua importância, ou seja, com o propósito de atribuir-lhe um caráter apenas funcional. Ao contrário, por meio das discussões trazidas pelos autores, fica perceptível que o papel dos eventos vai além do caráter instrumental, haja vista sua contribuição nos resultados que alcança, no entanto, apenas a escolha do termo para designar sua definição, pode indicar alguma atenuação em sua abrangência.

Por meio das discussões apresentadas, é possível traçar algumas considerações. As definições dos autores são determinadas sob a ótica de suas áreas de atuação. Para os autores que trabalham a comunicação organizacional, os eventos são enfatizados como ações que contribuem para alavancar a imagem da organização promotora e promover relacionamento entre os públicos. Sob o aspecto mercadológico, os eventos aproximam patrocinadores e consumidores potenciais, além de associarem a imagem positiva das organizações junto a esses públicos. Os aspectos relacionados ao turismo também são importantes porque os benefícios dos eventos ultrapassam essa atividade e se ampliam a outros segmentos como o comércio local e a promoção turística da localidade.

Embora existam diversos conceitos atribuídos aos eventos, há algumas características comuns que constituem sua essência. No que se refere à estrutura, embora haja uma grande diversidade de formatos do espaço físico, o evento constitui uma reunião de pessoas em um determinado local. Predominantemente, o encontro é presencial, mas podemos considerar a disponibilidade de recursos tecnológicos que permitem a virtualização dos eventos (MEIRELLES, 2003; GIÁCOMO, 2007, NAKANE, 2013). Com ênfase na reunião presencial,

trata-se de uma oportunidade de reunir pessoas com propósitos afins e atender suas expectativas.

Vale destacar que os eventos ressaltam algumas características essenciais do ser humano, como sua sociabilidade, relacionada à comunicação, o que pode justificar a realização dessas atividades. Embora, atualmente, os eventos estejam incorporados ao calendário anual de instituições corporativas, científicas, religiosas, dentre outras, essas ações são realizadas há milhares de anos, muitas vezes, de maneira informal e não se tem relato oficial do início dessas práticas. Essas características e o histórico dos eventos serão abordados no item seguinte.

2.2 A comunicação e o histórico dos eventos

Nossa proposta, neste texto, é discorrer e discutir, a partir da bibliografia pesquisada, a trajetória dos eventos e seu desenvolvimento, no decorrer da história. Precedendo a essa discussão, abordaremos uma reflexão sobre a comunicação, para que possamos compreender sua relação com os eventos e a importância dessas ações, que exacerbam algumas das características essenciais dos indivíduos.

Wolton (2010, p. 15) entende que “a Revolução do século XXI não é a da informação, mas a da comunicação. Não é a da mensagem, mas a da relação”. Estamos permeados pelas tecnologias a todo tempo e lugar, bombardeados por inúmeras informações, mas, não se trata de sobrepor tecnologias e informações na sociedade. As tecnologias são recursos, indubitavelmente, que facilitam o acesso à informação, mas há o componente relacional, resultante do uso das tecnologias e do acesso às informações, que é o foco deste trabalho.

Diversos autores discutem o conceito e as teorias da comunicação, como Wolton (2010), que vai ao encontro de nossa discussão sobre o papel dos eventos, independentemente do tipo que está em discussão, e nos leva a inferir o porquê de essas ações, tão antigas, serem realizadas cada vez mais na contemporaneidade. Para o autor, nós nos comunicamos por três razões: para compartilhar, para seduzir e para convencer. Não iremos discutir sua proposta teórica, mas, ressaltamos, em sua visão, o aspecto relacional da comunicação, que implica a necessidade do “outro”. Isso porque compartilhar e trocar são necessidades inerentes do ser humano e, portanto, “viver é se comunicar e realizar trocas com os outros do modo mais frequente e autêntico possível” (p. 17).

Com base nessa característica essencial dos indivíduos, enquanto seres sociais, os eventos podem contribuir para satisfazer, de alguma forma, essa necessidade de convivência em grupo. Meirelles (2003) explica que, desde os primórdios, os indivíduos preservam o hábito

de se reunir com os seus semelhantes. Ademais, a autora lembra da necessidade dialogal do homem, assim como Wolton (2010) ressalta a necessidade do homem de se comunicar. Os eventos podem atender a essa necessidade, ao agrupar pessoas com interesses afins, que podem compartilhar e vivenciar experiências.

É difícil determinar um marco para o início dos eventos, mas estudiosos da área consideram os primeiros registros, apesar de algumas divergências entre as datas. As descobertas e os grandes acontecimentos sempre estiveram ligados aos desejos dos seres humanos, como explicam Matias (2007, 2013) e Meirelles (2003). As origens dos eventos remontam à Antiguidade e essas ações passaram a adquirir características próprias das civilizações da época até chegar à contemporaneidade. Os primeiros registros encontrados dos eventos foram os Jogos Olímpicos da Era Antiga, em 776 a.C., que eram de cunho religioso e eram realizados na Grécia a cada quatro anos. O contexto desses jogos evidencia a importância dos eventos desde essa época, pois, “no período em que estavam ocorrendo os jogos, estabelecia-se uma trégua e nenhum tipo de combate era travado” (MATIAS, 2007, p. 3).

O primeiro registro de um evento de modalidade informacional foi denominado “congresso”, realizado em 377 a.C., em Corinto, que, apesar do termo utilizado para sua denominação, apresentou características de assembleia, pois, constituiu-se em uma “reunião de todos os delegados das cidades gregas, que elegeram Felipe, o generalíssimo da Grécia nas lutas contra a Pérsia” (MEIRELLES, 2003, p. 30). Outro evento, que também apresentou as características de uma assembleia na contemporaneidade, foi a Conferência de Luca, realizada em 56 a.C., em Luca, norte da Itália, com o propósito de reconciliar dois rivais.

Na Antiguidade, houve a predominância dos eventos religiosos, os quais, para Meirelles (2003), podem ser considerados “o embrião” dos eventos contemporâneos. Na Idade Média, por sua vez, destacaram-se os concílios, para os quais os membros do clero se dirigiam para discutir temas ligados à doutrina e dogmas religiosos, preconizando, assim, os atuais eventos dialogais. Havia também as representações teatrais, que começaram a ser realizadas durante a missa, com o propósito de atenuar a monotonia da cerimônia. Mais tarde, essas encenações passaram a ser realizadas nas ruas e praças públicas, em virtude do número de público que atraíam (MATIAS, 2007, 2013).

Ainda na Idade Média, as feiras foram importantes para a expansão comercial, mas surgiram, inicialmente, em função da necessidade de aquisição de mercadorias pelas pessoas. Assim como nos Jogos Olímpicos, durante as feiras, “eram concedidas liberdades e privilégios especiais, tais como suspensão de hostilidades e das guerras, liberdade para organizar jogos proibidos e outras liberdades para garantir as trocas, assegurando, assim, a subsistência”

(MATIAS, 2007, p. 10). Contribuíram, ainda, para evidenciar o papel dos eventos ao propiciar interação em um contexto distinto àquele do habitual e o compartilhamento de informações sobre as novidades produzidas em outros mercados.

Os concílios de cunho religioso, realizados na Idade Média, constituíam naquela época, espaços para debates e discussões acerca dos temas dogmáticos, embora não fossem classificados como científicos, foram importantes para os desdobramentos dos formatos atuais. Os eventos científicos não apresentam um acontecimento específico que remontem ao seu início oficial, mas, acredita-se que a Revolução Industrial tenha sido um marco para a área de eventos, ao demandar estudos e pesquisas nas diversas áreas do conhecimento (MIYAMOTO, 1987; MEIRELLES, 2003). Antecedendo essa época, a ciência era considerada um espaço das elites, enquanto as classes menos privilegiadas e os artesãos praticavam a tecnologia, que estava restrita ao campo operacional.

Embora se possa observar, por parte de alguns autores, uma segmentação entre as áreas, considerando de cunho científico as áreas ligadas à saúde e à natureza, e tecnológicas as áreas de ciências exatas e sociais, isso era mais evidente no período da Revolução Industrial. Com a demanda de estudos e pesquisas, cada área realizava seus eventos técnicos e científicos e, assim, novos tipos de eventos foram surgindo, como a mesa-redonda, seminário, painel e outros. O primeiro congresso científico que se tem registro foi na área da Medicina, em 1681, realizado em Roma. O primeiro evento considerado técnico, por sua área do conhecimento, é considerado o Congresso de Viena, realizado em 1815, que durou meses, após a derrota de Napoleão. Esse congresso trouxe as bases para a diplomacia internacional e a estabeleceu entre os diplomatas (MEIRELLES, 2003).

Em 1841, foi realizado o Congresso Antialcoólico em Leicester e Loughborough, Inglaterra. O inglês Thomas Cook, precursor das viagens organizadas, que contribuiu para o surgimento do turismo de eventos, levou 570 pessoas para participar desse congresso. Em 1844 foi realizada a Conferência de Berlim, para discutir questões relacionadas ao desenvolvimento da África do Sul do Saara. Após a Primeira Guerra Mundial, em 1919, foi realizada a Conferência da Paz, em Paris. No período entre as duas guerras mundiais, vários eventos técnicos e científicos foram realizados, mas não houve registros (MATIAS, 2007, 2013).

Com base nos dados publicados pela revista *Les relations internationales*, de 1976, Suppo (2003) explica que entre a metade do século XIX e início do século XX, houve um aumento significativo de congressos realizados. No período de 1840 a 1860, foram realizados 50 congressos e entre 1901 e 1914, ocorreram 2.095 congressos. O autor explica que, nessa época, por serem as associações científicas ainda muito jovens, a maioria dos congressos

científicos internacionais não contava com uma representação internacional, mas havia um representante nacional, do país sede. Sobre a realização desses eventos, o autor explica que

Por um lado, esses sucessivos congressos são vistos como intrínsecos à atividade científica, eminentemente internacional e cooperativa. A realização de congressos constitui uma etapa necessária ao progresso da ciência e é nesse sentido que os historiadores os consideram como uma necessidade histórica inerente ao funcionamento e ao desenvolvimento do conhecimento científico (SUPPO, 2003, p. 7).

Ainda no século XIX, foram realizados os primeiros congressos científicos na América do Sul. O 1º Congresso Científico Latino-Americano, do qual o Brasil não participou, foi realizado em abril de 1898, promovido pela *Sociedad Científica Argentina*. O segundo congresso foi realizado em Montevideu em março de 1901 e, em acordo com o governo brasileiro, foi decidido que a terceira edição seria realizada no Brasil. Em 1905, o 3º Congresso Científico Latino-Americano ocorreu no Rio de Janeiro, com 697 participantes inscritos (SUPPO, 2003).

No Brasil, também não se pode identificar um evento específico como o pioneiro no país. Sabe-se que antecedendo a chegada da Família Real, aconteciam algumas feiras livres em locais abertos com características semelhantes às feiras da Idade Média. Essas feiras aconteciam aos domingos ou em dias santos (MATIAS, 2007; 2013). O primeiro evento realizado em um espaço especial foi o Baile de Carnaval, em 1840, no Rio de Janeiro, no hotel Itália (MATIAS, 2007; 2013; MEIRELLES, 2003).

Para participar da Exposição Internacional, em Londres, em 1862, o Brasil realizou a primeira Exposição Nacional. O evento era uma prévia para a escolha dos produtos que seriam selecionados para a Exposição Internacional. Outras exposições nacionais e regionais foram realizadas. Sobre os eventos técnicos e científicos, Matias (2007; 2013) explica que o Brasil não tinha nenhuma experiência, mas sua participação nas exposições preparativas das exposições internacionais, possibilitou o aprimoramento de experiências técnicas e de organização.

Um marco importante para o Brasil que o firma como organizador de eventos, ocorreu em 1922, quando foi realizada a Exposição Internacional do Centenário, no Palácio de Festas, no Rio de Janeiro. O objetivo desse evento foi a comemoração do centenário da Independência do Brasil. No período da Segunda Guerra Mundial, houve uma estagnação de diversos segmentos econômicos do país, no entanto, o ramo da hotelaria manteve seu desenvolvimento.

Foram inaugurados diversos hotéis-cassinos, onde eram realizados espetáculos, reuniões e festas (MATIAS, 2007; 2013).

A realização da Copa do Mundo no Brasil, em 1950, foi um importante acontecimento para o país. O Estádio do Maracanã, que era destinado, inicialmente, a sediar apenas eventos esportivos, passou a receber outros tipos de eventos, como os grandes festivais (MATIAS, 2007; 2013). Após sediar a Copa, que atraiu um grande número de turistas, em 1953, foi criada a primeira Associação Brasileira de Agências de Viagens, que realizou o 1º Congresso Brasileiro de Agências de Viagens em 1959, o qual, a partir de 1974, passou a ser realizado anualmente em diversas capitais do país.

Ao resgatarmos o histórico dos eventos, observamos que seu papel se sobrepõe aos objetivos de seus promotores, sejam eles mercadológicos, comerciais, religiosos ou científicos. Os eventos estão cada vez mais incorporados às agendas das organizações, constituem propriamente o meio de comunicação com os públicos, mas um aspecto importante a ser considerado é sua essência: o evento vai ao encontro da sociabilidade dos indivíduos. Atualmente, contamos com seu caráter profissional, com etapas complexas de planejamento, mas os eventos são ações que preservam algumas de suas dimensões, como a ruptura com o cotidiano, desde as feiras e as apresentações de teatro medievais, que constituíam um momento de conagração entre as pessoas, bem como os jogos olímpicos, que permitiam uma trégua entre países em guerra durante sua realização.

2.3 Os eventos e suas dimensões: o espetáculo, a festa e a argumentação

Este tema foi tratado em estudo anterior (MORAES, 2013), com o propósito de compreender de forma mais ampla as características dos eventos. Não temos como propósito instrumentalizar essas ações, mas identificar esses outros atributos que, geralmente, podem ser percebidos nos eventos, independentemente da modalidade. Recorremos aos estudos de Mafra (2006), que categorizou as dimensões de um evento de mobilização social em: espetacular, festiva e argumentativa. Essas dimensões podem ser identificadas, também, nos eventos científicos, possivelmente com o predomínio de uma delas.

Um evento pode ter como propósito fomentar discussões, como os encontros científicos, que permitem o compartilhamento de informações e, ainda, a tomada de decisões, como os congressos. Independentemente de seu propósito, o evento apresenta um momento extraordinário a partir de uma ambiência distinta a do cotidiano, remetendo a uma dimensão espetacular. A dimensão festiva também costuma estar presente ao promover a efetiva

participação do público quando possibilita a integração e momentos de descontração, que podem constar na programação social dos eventos científicos.

A primeira dimensão define o evento como um espetáculo. Inicialmente, o espetáculo recebe algumas conotações negativas por alguns estudiosos, que o definem como uma forma de alienação do público, enquanto espectador passivo, que assiste a uma imagem construída, ausente de senso crítico. No entanto, o espetáculo apresenta outro sentido, que busca captar a atenção do público para um fenômeno específico e promover-lhe um estado de admiração. Uma das características do espetáculo é a instauração de um ambiente extraordinário, que se distancia do ritmo do dia a dia, importante para a promoção de visibilidade à ação (MAFRA, 2006).

Nos eventos de caráter científico, nosso objeto de estudo, o espetáculo adquire outro componente, fundamental no conceito e construção do clima do evento: despertar emoções ao público participante, como ressalta Meirelles (2003). Em eventos de grande porte como os Jogos Olímpicos, a abertura se constitui um espetáculo exibido mundialmente. Em um congresso, a abertura pode trazer elementos que surpreendam e emocionem os participantes a partir de um cenário inusitado, somado ao próprio ambiente do evento, que se caracteriza por uma ruptura com o cotidiano.

Sobre a dimensão festiva, há que se ponderar sobre alguns conceitos. Muitas vezes, o evento é confundido com a festa, que constitui um tipo de evento, mas, que, por suas características, podem levar a essa associação. Há alguns componentes estruturais alusivos à festa que evidenciam sua importância. Perez (2002, p. 19), explica que “a festa instaura e constitui um outro mundo, uma outra forma de experienciar a vida social, marcada pelo lúdico, pela exaltação dos sentidos e das emoções [...]”. A festa apresenta um aspecto ritual, por se constituir também um tipo de cerimônia, mas é também uma forma de divertimento.

Nesse sentido, observamos a mudança de papel do público, que assume uma participação mais ativa. A festa constitui também um espetáculo, pois, é, um ato “extraordinário”, mas “[...] distingue-se dele, pois exige a participação ativa, marcada por esse aniquilamento, por esse abandono de si e na *con-fusão* com o outro. É impossível ser apenas espectador de uma festa. Ela impõe a participação, leia-se a relação, o estar-junto” (PEREZ, 2002, p. 28). Essa concepção de “estar junto”, propiciada pela festa, resulta de um planejamento minucioso, pois, como explica Mafra (2006), é importante que a festa aconteça no local mais adequado, com a temática apropriada, bem como as pessoas que serão convidadas.

A participação é um fator fundamental e o que se observa na dimensão festiva é a supressão do individual em lugar do domínio coletivo. Uma das características da festa é o divertimento e, para isso, é necessário que as pessoas se sintam convidadas a participar das

novas regras estabelecidas para o momento festivo e, para isso, que haja identificação, em especial, com os anfitriões e com os outros convidados. Embora haja diferentes graus e níveis de participação, ganha relevância o compartilhamento desse momento entre as pessoas, pois, “o importante é o estar-junto, a vontade de ligar, a presença dos sujeitos em celebração e comunhão” (MAFRA, 2006, p. 71).

Amaral (2001), conclui, com base nos autores pesquisados, que a festa possui uma importante função social, que seria levar os indivíduos de volta à “vida séria”, essencial para a vida em sociedade. Sobre isso, a autora explica que

[...] o divertimento (pressuposto da festa), é uma rápida fuga da monotonia cotidiana do trabalho pela sobrevivência não tendo, a princípio, qualquer ‘utilidade’. No entanto a humanidade precisa da ‘vida séria’ pois sabe que sem ela a vida em sociedade se tornaria impossível. Disto resulta que a festa deixa de ser ‘inútil’ e passa a ter uma ‘função’, pois ao fim de cada cerimônia, de cada festa, os indivíduos voltariam à ‘vida séria’ com mais coragem e disposição. A festa (como ritual) reabasteceria a sociedade de ‘energia’, de disposição para continuar [...]” (AMARAL, 2001, s.p.).

A festa, portanto, é importante à vida em sociedade. Ela estabelece momentos cerimoniosos e de divertimento, que permitem uma espécie de relaxamento de algumas normas sociais praticadas no cotidiano. Isso tudo contribui para revigorar e reestabelecer as relações sociais. A dimensão festiva não está restrita à realização de uma festa, mas refere-se às características que se encontram nos demais tipos de eventos. No contexto dos eventos científicos, há um cenário extraordinário, preparado para o acontecimento, que rompe com o cotidiano, que seria sua dimensão espetacular. Além disso, a programação costuma ser preparada para incentivar a participação do público não apenas como espectador, mas para interagir nas diversas atividades, como aquelas que integram a programação social do evento.

A dimensão argumentativa, que encerra a proposição de Rennan Mafra para as mobilizações sociais, é a etapa em que se propõe avanço social. Nessa dimensão, há três elementos argumentativos: a constatação e denúncia, a possibilidade de modificação e a proposição de soluções. O público deixa a posição de espectador e participante para se tornar interlocutor. Nessa etapa, busca-se o engajamento do público para se envolver nas temáticas em discussão e nas ações. O autor entende que

Diferentemente de capturar a atenção dos sujeitos ou envolvê-los afetivamente, a dimensão argumentativa **busca mobilizar uma certa racionalidade** acerca da temática proposta, entendendo o público como **interlocutor** de um debate e dessa maneira, é convocado a se posicionar a respeito da tematização proposta. O **diálogo** – no sentido deliberativo do termo – representa, assim, a modalidade de participação comunicativa estabelecida com os sujeitos, possibilitada particularmente pelos elementos argumentativos disponibilizados publicamente (MAFRA, 2006, p. 80).

O autor apresenta uma síntese de seu modelo de análise, contendo as principais características de cada uma das dimensões apresentadas, conforme demonstra o Quadro 1.

Quadro 1 – Quadro Analítico-comparativo das dimensões das estratégias de comunicação para Mobilização Social

	Espetacular	Festiva	Argumentativa
Características	Criação de um âmbito extraordinário, encenação e tentativa de visibilidade pública	Reforça os vínculos dos sujeitos, permite um envolvimento “corpóreo”; cerimônia, divertimento e partilhamento de um sentido simbólico coletivo	Elementos para justificar a ação; estímulo ao debate e à interlocução
Principal atributo	Capturar a atenção	Envolver sentimental e afetivamente	Mobilizar racionalidade
Público	Público como audiência	Público como participante	Público como interlocutor
Modalidade de participação comunicativa	Contemplação	Convivialidade	Diálogo

Fonte: Mafra (2006, p. 81)

As dimensões de espetáculo, festa e argumentação, propostas por Rennan Mafra, evidenciam a importância dos eventos como estratégia de comunicação³. O espetáculo visa à contemplação, sem, contudo, atribuir uma visão passiva à plateia, mas, propõe captar sua atenção. Nos eventos científicos, essa dimensão visa, acima de tudo, surpreender e ressaltar emoções a fim de promover vivências positivas nessa ambiência. A dimensão festiva pode ser encontrada na programação social dos eventos, bem como nas atividades paralelas às atividades oficiais. Muitos eventos promovem jantares, coquetéis ou outros tipos de eventos que visam integrar e promover divertimento aos participantes.

A dimensão argumentativa, por sua vez, costuma ser a mais percebida, pelo próprio caráter dos eventos científicos. Com base no papel do público, como interlocutor (MAFRA, 2006), o público tende a discutir, tomar decisões e compartilhar seus estudos nas diversas áreas do conhecimento. Assim, a participação é moldada pelo diálogo entre os interlocutores e as tomadas de decisão nos eventos científicos, principalmente nos congressos, irão repercutir nas normas e diretrizes das áreas envolvidas. Outro fator importante é o resultado das interações

³ Esse conceito será desenvolvido na seção 2.5.

durante e após as apresentações de trabalho, em que os participantes podem estabelecer redes de relacionamento por meio dos recursos das tecnologias digitais. Além disso, a dimensão argumentativa pode contribuir para a construção e disseminação do conhecimento, que iniciam nos debates entre pares e podem gerar em novos estudos que serão compartilhados.

2.4 Eventos como rituais

Outra característica estudada nos eventos é seu caráter ritualístico. Os eventos podem ser caracterizados por seus rituais no decorrer de sua realização, e, ainda, podem ser definidos como ações ritualísticas. Para a concepção do evento como ritual, traremos, para discussão, os conceitos de ritual para que, então, buscaremos a correlação entre os termos. Nosso propósito, como já mencionado, é distanciarmos de uma visão instrumental dos eventos, no entanto, entendemos que se torna importante retomarmos as características identificadas nessas ações, para que possamos compreender as representações simbólicas dos eventos.

Rivière (1996) entende o rito como um fato social, razão pela qual as pessoas se reúnem. O autor explica que os ritos não estão restritos à esfera do sagrado, mas se situam, também, nas práticas do cotidiano da vida social, as quais são denominadas pelo autor, de ritos profanos. Precedendo ao recorte de seus estudos, definidos como “ritos profanos”, o autor apresenta sua concepção sobre os ritos, que devem ser entendidos como

[...] conjunto de condutas individuais ou coletivas, relativamente codificadas, com um suporte corporal (verbal, gestual, ou de postura), com caráter mais ou menos repetitivo e forte carga simbólica para seus atores e, habitualmente, para suas testemunhas, baseadas em uma adesão mental, eventualmente não conscientizada, a valores relativos a escolhas sociais julgadas importantes e cuja eficácia esperada não depende de uma lógica puramente empírica que se esgotaria na instrumentalidade técnica do elo causa-efeito (RIVIÈRE, 1996, p. 30).

Nesse sentido, os ritos constituem ações que evidenciam o reconhecimento e pertencimento dos atores a grupos sociais. O autor estuda os ritos profanos em diferentes contextos, como os rituais esportivos, encontrados nos jogos olímpicos, nos quais se observam a indumentária, o desfile das delegações, a chama olímpica na abertura de cerimônia e outros. Sobre o cerimonial do comer, o autor explica que a ritualização se intensifica de acordo com a importância do evento, pois, tudo deve ser planejado: a preparação do cardápio, a apresentação dos pratos, o lugar dos convivas à mesa, a indumentária, dentre outros. No âmbito das organizações, o autor apresenta os rituais em diferentes etapas, que abrangem desde o processo

seletivo, no qual o candidato envia seu *curriculum vitae*, com o propósito de ser aceito e pertencer à organização, bem como as práticas de aprendizagem e comportamento.

Peirano (2002), traz uma visão contextual dos rituais. Para a autora, trata-se de um fenômeno etnográfico, reconhecido por determinados grupos, e performático, traduzindo-se em um sistema cultural de comunicação simbólica. Sua ênfase recai sobre cinco orientações, que fundamentam sua definição para os rituais. Inicialmente, a definição de ritual não é absoluta, mas precisa ser etnográfica, pois deve ser “apreendida pelo pesquisador em campo junto ao grupo que ele observa” (p. 9). É necessário, assim, considerar o olhar do outro, que interpreta de forma distinta à do pesquisador. Todas as sociedades possuem práticas especiais e compete ao observador identificá-las e apreender os sentidos sob a ótica dos nativos da sociedade que as executam.

A autora sugere, ainda, que não está em questão a natureza dos ritos. Os ritos podem apresentar naturezas distintas, que não interferem na proposição de um conceito. Assim, independe se os rituais são religiosos ou profanos, e, ainda, festivos, formais ou informais, simples ou elaborados; o conteúdo explícito não determina sua relevância, mas é necessário que contenham uma forma específica. E, também, considerando sua definição etnográfica, não se pode atribuir a ausência de uma aparente racionalidade aos rituais, “afinal, somos nós que nos acreditamos mais racionais, mais espontâneos, mais pragmáticos” (PEIRANO, 2002, p. 10).

Outro aspecto a ser considerado é a existência de um repertório parcialmente definido e compartilhado em uma sociedade. Assim, a autora explica que “o que se encontra no ritual também está presente no dia-a-dia – e vice-versa” (p. 10). Nesse sentido, os rituais ressaltam o que já é de conhecimento dos membros de uma sociedade e transmitem valores e conhecimentos. Atuam também para solucionar conflitos (PEIRANO, 2002; RIVIÈRE, 1996). A quinta orientação proposta pela autora, é o caráter comunicativo implícito nos rituais. Tudo o que fazemos, como o modo de vestir, lugares que frequentamos ou, ainda, hábitos à mesa, denota nossas preferências e *status*.

A partir dessas cinco orientações, Peirano (2002) adapta uma definição operativa criada por Stanley Tambiah, em 1985, e explica que

O ritual é um sistema cultural de comunicação simbólica. Ele é constituído de seqüências ordenadas e padronizadas de palavras e atos, em geral expressos por múltiplos meios. Estas seqüências têm conteúdo e arranjo caracterizados por graus variados de formalidade (convencionalidade), estereotipia (rigidez), condensação (fusão) e redundância (repetição). A ação ritual nos seus traços constitutivos pode ser vista como “performativa” em três sentidos: 1) no sentido pelo qual dizer é também fazer alguma coisa como um ato convencional [...]; 2) no sentido pelo qual os participantes experimentam intensamente uma performance que utiliza vários meios

de comunicação [...] e 3), finalmente, no sentido de valores sendo inferidos e criados pelos atores durante a performance (PEIRANO, 2002, p. 11).

Mariângela Benine apresenta suas contribuições sobre os ritos no âmbito das organizações. A autora explica que os ritos não devem ser compreendidos como a repetição de coisas concretas do cotidiano, tampouco ser resumido à apresentação teatral, mas relaciona-se ao uso de elementos e símbolos e a evocação da cultura dos envolvidos. Nesse contexto, “os ritos, rituais e as cerimônias passam a ser elementos estratégicos a serviço da construção e consolidação das imagens das organizações, apoiadas na credibilidade e aceitação social das ações e realizações envolvidas” (SILVA, 2008, p. 2).

Nesse sentido, os rituais são uma forma de constituição da identidade e imagem organizacional. Isso tudo se intensifica quanto mais tomados de signos simbólicos forem os momentos cerimoniais, conforme explica a autora. Os ritos e rituais são importantes, assim, para definir as diversidades de estilos de relacionamento, bem como determinam estruturas de poder e os níveis de dependência e vínculo entre as pessoas. Ainda na ambiência organizacional, a força dos rituais pode ser observada nos momentos em que ocorrem mudanças, o que contribui para reforçar a “preservação dos valores organizacionais” (SILVA, 2008, p. 11).

Sobre o papel dos rituais, a autora destaca que

Os rituais, ritos, mitos, heróis, tabus, histórias, o uso de linguagem específica e outros mecanismos procuram orientar os indivíduos e grupos e levá-los a agir em uma dada direção; fornecem, com a ideologia, o sentido a ser dado aos acontecimentos; atribuem a cada pessoa um papel a desempenhar e a sustentam nesse papel; criam a comunidade ideológica através de uma comunhão de ideias. Da mesma forma, as cerimônias e os símbolos ajudam a reforçar os laços de afiliação, solidariedade, lealdade e comprometimento (SILVA, 2008, p. 12).

Nas diversas modalidades de eventos, as práticas ritualísticas são reconhecidas pelos participantes, como no casamento, na Copa do Mundo, nas cerimônias de posse e outros. Nos eventos científicos, os aspectos rituais também podem ser observados. Obviamente, o tema traz alguns elementos que podem nos levar a inferir que haveria uma instrumentalização dos eventos ao abordarmos os rituais que integram cada modalidade de evento. Contudo, há algumas considerações sobre a dimensão ritualística que estamos abordando.

O Decreto 70.274 de 1972 (BRASIL, 1972) dispõe sobre a ordem de precedência do cerimonial público no Brasil. Isso quer dizer que há algumas normas nas solenidades com autoridades públicas que são aplicadas, com base no decreto. Organizações privadas têm se adaptado ao Decreto, desenvolvendo normas próprias na recepção de representantes de outras localidades. Na prática dos eventos científicos, por exemplo, observa-se alguns rituais como a

ordem de precedência na composição de mesa e nos discursos, bem como a execução do hino nacional após os membros da mesa diretora terem tomados seus lugares, conforme dispõe a lei 5.700 de 1971, que rege os símbolos nacionais.

Isso tudo apresenta um caráter, geralmente, inflexível, que destoa da visão que propomos aos eventos. No entanto, se aplicarmos a visão de Peirano (2002, p. 11), na qual o ritual constitui “um sistema cultural de comunicação simbólica”, o ritual se torna uma linguagem comum aos participantes e não impositiva, uma vez que é etnográfica. Mais que uma sequência de atos executados nos eventos, os rituais são ações compreensíveis e identificáveis aos participantes, que se reconhecem nelas. Nos eventos científicos, a interlocução entre os participantes nos grupos de trabalho reitera essa concepção cultural dos rituais.

2.5 Eventos como estratégia de comunicação

Como já mencionado, as definições para os eventos são abrangentes e, geralmente, são construídas a partir da área de atuação dos pesquisadores. Se, por um lado, estão ampliadas pela variedade de ações que os constituem, por outro, torna-se um desafio construir um conceito que possa abranger essa gama de modalidades de eventos existentes. No entanto, com base nas discussões trazidas pelos autores de eventos, reiteramos e buscamos aprofundar nossa proposição realizada em estudo anterior, ao pensarmos os eventos como estratégia de comunicação.

As discussões subsequentes trazem a visão de alguns autores sobre essa concepção. Os eventos, ora chamados de instrumentos, recursos ou ferramentas de comunicação, adquirem um caráter mais estratégico, de acordo com alguns autores, mas é importante discutirmos, inicialmente, as concepções de estratégia. No contexto das organizações, postula-se a necessidade da comunicação estratégica (KUNSCH, 2003, 2009) como forma de se relacionar com os públicos e, os eventos constituem uma dessas possibilidades. Neste estudo, buscamos argumentar que os eventos não são o resultado de uma sequência de atos planejados, pois, há necessidade de integrá-los ao propósito de seus promotores e de seu público de interesse e, assim, os eventos também são contextualizados.

“Estratégia é uma das palavras mais escritas e usadas nos últimos quinze anos”, constata Ferrari (2009, p. 87), referindo-se à apropriação do termo, que, muitas vezes, acaba acontecendo de forma indevida. Na área da Comunicação, tudo parece ter se tornado estratégico, mas é importante fazer uso do termo com cautela. Embora possa ter se tornado um jargão dos comunicadores, como explica a autora, é necessário compreender e utilizar o termo de acordo

com sua conotação. Os eventos, por sua vez, adquirem um caráter estratégico e, da mesma forma, é importante entender o que isso implica no planejamento e realização dessas ações.

Etimologicamente, o termo origina do vocábulo *strategos*, que designava o general que comandava suas tropas do alto da montanha, de onde definia as táticas a serem executadas (FERRARI, 2009), ou simplesmente, pode ser traduzido como “um general” (BUENO, 2009, p. 55). Morais (2005), explica, em seus estudos sobre planejamento estratégico, que se trata de uma derivação do termo grego *strategia*, traduzido como “[...] escritório do general [...]” e, que se refere, ainda, à “arte militar destinada a derrotar ou surpreender o inimigo” (p. 20). Isso mostra que a estratégia esteve relacionada, inicialmente, à área militar e se disseminou para outros campos das ciências sociais aplicadas.

Essa relação direta entre estratégia e a arte militar tem respaldo na visão de Sun Tzu, quando há cerca de 2500 anos, explicava que

O general que vence uma batalha, fez muitos cálculos no seu templo, antes de ser travado o combate. O general que perde uma batalha, fez poucos cálculos antes. Portanto, fazer muitos cálculos conduz à vitória e poucos, à derrota; até onde mais, levará a falta de cálculo! É graças a esse ponto que posso prever quem, provavelmente, vencerá ou perderá (SUN TZU, 2006, p. 20).

Sem menção direta ao termo, Sun Tzu relaciona o papel da estratégia ao combate militar, o qual se demanda disciplina e concentração. Em uma analogia ao contexto organizacional, podemos inferir que a guerra seria o ambiente competitivo vivenciado pelas organizações e a figura do general é representada pelos gestores em suas funções de planejar, gerir e liderar. O cenário pode modificar de forma imprevisível, mas a preparação do líder para lidar com as adversidades é fundamental. Por outro lado, vale lembrar que em um ambiente de guerra, a noção de hierarquia estabelece papéis estáticos, como a subordinação de um soldado ao general, enquanto nas organizações, os indivíduos interagem de forma mais ampla, o que pode traduzir em um desafio maior.

Com base na área da Administração, trazemos a visão do estudioso Michael Porter, que explica que a estratégia constitui uma ação preferencialmente diferenciada, ou seja, requer um componente diferencial, caso contrário, pode se tratar de eficácia operacional. Esta não é considerada sinônimo de estratégia como tem sido utilizada em muitas situações de maneira errônea. Sobre isso, o autor esclarece que

Eficácia operacional (EO) significa o desempenho de atividades melhor do que os rivais. [...] Diz respeito a quaisquer práticas pelas quais a empresa utiliza melhor os insumos, como, por exemplo, a redução dos defeitos nos produtos ou o

desenvolvimento de melhores produtos com maior rapidez. [...] o posicionamento estratégico significa desempenhar atividades *diferentes* das exercidas pelos rivais ou desempenhadas as mesmas atividades de maneira *diferente* (PORTER, 2009, p. 38).

Essa visão torna-se crucial para a compreensão da estratégia das organizações, na comunicação e nos eventos. Estratégia é, portanto, mais do que executar os passos de um planejamento de maneira eficaz, mas traduz a necessidade de inovar e, assim, promover um diferencial competitivo no mercado. A teoria sistêmica de estratégia constitui, para Bueno (2009), a que mais se harmoniza com o conceito de comunicação estratégica, pois, ela postula que o planejamento é possível e necessário, mas que requer, também, os fatores internos e externos às organizações, além de prever, de alguma forma os conflitos entre as esferas global e local.

Dentre os fatores que compõem a comunicação organizacional⁴ estratégica, Bueno (2009) explica que a construção de cenários é um fator fundamental, bem como priorizar a personalização dos contatos, uma vez que isso se potencializa a partir da disponibilidade de novas tecnologias, considerando, sempre, os fatores sociais e culturais específicos. A comunicação estratégica considera a importância crescente dos ativos intangíveis e deve estar em harmonia com a proposta de gestão de conhecimento. Nesse sentido, a comunicação estratégica pressupõe análise e planejamento minuciosos no micro e macro ambiente organizacional.

Em consonância a essa concepção, Ferrari (2009) complementa que a estratégia não se relaciona às condições atuais da organização, mas deve estar focada aos resultados futuros. Embora não haja menção direta ao elemento diferencial que compõe a estratégia, a autora explica que é necessário um estudo holístico sobre os aspectos que envolvem a organização, pois “as estratégias não são instrumentos e nem objetivos” (p. 87). As estratégias constituem, para a autora, os caminhos escolhidos pelo profissional para propor suas ações, mas devem ser resultantes de uma análise dos cenários interno e externo das organizações, bem como de outros fatores que a compõem: sua missão, normas e filosofia. A visão de mundo das organizações é outro fator fundamental para a definição de estratégias, pois engloba sua cultura e sua maneira de ser e ver o mundo.

Kunsch (2009) destaca o papel da comunicação estratégica, pautando-se nos fundamentos da Administração. A autora explica que a comunicação excelente deve ser uma

⁴ Embora Bueno (2009) adote a nomenclatura “comunicação empresarial” para se referir à comunicação que se efetiva nas organizações, mantivemos a expressão “comunicação organizacional”, para tratarmos do mesmo conceito.

meta a ser atingida pelos dirigentes organizacionais e, assim, ela se fundamenta na administração estratégica “[...] que se baseia em conhecimentos e na pesquisa científica e valoriza a cultura corporativa, os princípios éticos e o envolvimento das pessoas [...]” (p. 117). E, para que a comunicação seja administrada estrategicamente, é necessário que ocorra

[...] revisão da avaliação dos paradigmas organizacionais e comunicacionais vigentes; uso de pesquisas e auditorias da comunicação; reconhecimento e auditoria da cultura organizacional; e identificação e avaliação da importância do capital intelectual integral das organizações, que nem sempre é considerado (KUNSCH, 2009, p. 117).

O elemento humano torna-se, então, essencial na proposição das estratégias. Kunsch (2009) evidencia o papel das pessoas que devem estar envolvidas na administração estratégica. Não se pode considerar a cultura organizacional suprimindo o papel das pessoas em sua construção e transformação. Como Bueno (2009) explica, com as tecnologias digitais, há mais opções de se relacionar com os públicos, a partir de demandas específicas, o que exponencia o papel da estratégia nas comunicações ao se propor a análise holística do cenário ao qual está inserida a organização. Isso tudo vai ao encontro da visão de Porter (2009), sobre a necessidade do elemento diferencial e inovador de ação na formulação das estratégias.

Ao buscarmos conectar o conceito de estratégia aos eventos, tomamos como premissa o evento como um elemento da comunicação. Suas características o distinguem de outras formas de interagir e de se relacionar com os públicos. Se o evento pode ser uma estratégia de comunicação, tomamos como base, suas características essenciais, como o extraordinário e o inovador, que impulsionam a essência humana, de conviver em grupo e experimentar emoções. Tudo isso vai ao encontro do conceito de Porter (2009), no que tange à questão de surpreender.

Sob a ótica das relações públicas, Pereira (2011) explica que os eventos são ações que extrapolam o nível operacional e são estratégicos, desde que alinhados às metas de comunicação da organização e, também, devem “ser concebidos e planejados conforme os preceitos éticos da atividade, além de contribuir para os objetivos de negócios das organizações e dos públicos com os quais elas se relacionam” (p. 140). E, ainda, a realização de um evento deve contemplar a compreensão do macro e microambiente e da cultura organizacional, ou seja, para que seja estratégico, é necessária uma análise do cenário no qual o evento estará integrado.

Em seu estudo intitulado “Eventos em relações públicas: ferramenta ou estratégia?”, a autora destaca o papel dos eventos na comunicação organizacional e entende que se trata de ferramenta estratégica de relações públicas. Assim, apresenta algumas discussões sobre as práticas das relações públicas excelentes e da competência deste profissional para que o evento

seja estratégico, haja vista sua habilidade para gerir relacionamento entre públicos. Em uma revisão bibliográfica, fazendo uso da reflexão trazida por Cristina Giácomo⁵, a autora explica uma outra característica que torna o evento um recurso estratégico: como comunicação dirigida, o evento permite a segmentação do público de interesse para, então, agregá-lo em torno de uma ideia (PEREIRA, 2011).

Com respaldo teórico das relações públicas excelentes, os eventos devem ser planejados com o propósito de contribuir para que a organização construa e mantenha bom relacionamento com seus públicos (PEREIRA, 2011). Tendo como base que esta é a competência das relações públicas, o evento, para que seja estratégico, deve propiciar a aproximação da organização e seu público de interesse. Nesse sentido, a autora reitera que o relações-públicas possui competência para a área de eventos, já que está apto a praticar o modelo de comunicação simétrica de duas mãos, o qual estabelece o diálogo entre os públicos envolvidos.

Embora a autora entenda a importância do profissional de relações públicas no planejamento e organização dos eventos, não se trata de uma atividade exclusiva desse profissional. Sua ênfase recai na capacitação do profissional como um analista de cenários e, assim, na necessidade de uma visão holística do ambiente para a proposição de uma ação que atenda aos objetivos propostos. No entanto, na prática, os eventos, muitas vezes, são compreendidos como uma sequência de ações operacionalizadas até sua realização, já que este é o acesso que alguns profissionais ou estudantes que atuam na área, possuem (PEREIRA, 2011). Muitas vezes, o componente estratégico está restrito à equipe gerencial. Embora a autora faça uso do termo “instrumento” para se referir ao evento, sua visão sobre essas ações tem como base as concepções de estratégia já apresentadas.

Os eventos são definidos como estratégias de comunicação, na visão de Fortes e Silva (2011), no entanto, os autores não apresentam uma definição para estratégia. Por outro lado, eles elencam algumas averiguações necessárias para que a organização construa sua estratégia de comunicação: quem são os públicos, por que é importante o relacionamento com eles, quando e onde deve haver o relacionamento; quem responde pela comunicação, o que deve ser dito e qual o vínculo com as metas da organização.

Com base nas discussões anteriores, o conceito de estratégia é mais amplo. É mais que um conjunto de ações realizados de forma eficaz para se atingir a um objetivo, pois, isso seria o que Porter (2009) denomina eficácia operacional. A estratégia ultrapassa essa noção e deve apresentar um componente inovador, que visa surpreender. No contexto dos eventos científicos,

⁵ Trata-se do conceito de Giácomo (2007) que consta na seção 2.1 deste trabalho.

o participante, geralmente, tem acesso à programação com antecedência, mas a estratégia poderá ser percebida nos elementos que irão compor a vivência do participante. Isso vai ao encontro dos aspectos essenciais de um evento, que visam atender ao caráter social do ser humano por meio da emoção que ressaltam (MEIRELLES, 1999; 2003).

O evento, como estratégia de comunicação, constitui, portanto, a reunião de um público com interesses afins, que permite a interlocução sobre temáticas definidas, mas que apresenta, durante sua realização, uma sinergia, constituída pelo clima do evento (GIÁCOMO, 2007), que deve ser definido durante o planejamento. O evento torna-se estratégia ao constituir uma ação que visa surpreender e ressaltar emoções durante sua realização, ao público participante. O caráter presencial de um evento sempre esteve implícito em suas concepções, mas, como uma das possibilidades das tecnologias digitais, os eventos passam a existir, também, no espaço virtual. Esses eventos, denominados virtuais, serão discutidos no próximo item.

2.6 Os eventos virtuais

Há uma outra modalidade de eventos que tem se intensificado atualmente: o evento virtual. Esse tipo de evento se distancia, parcialmente, das concepções de eventos que trazemos neste estudo, com a ênfase no encontro presencial. De uma forma peculiar, ele permite a participação de pessoas que estejam distantes fisicamente, seja como ouvintes ou pela interação que os recursos tecnológicos propiciam, de acordo com as regras estabelecidas por seu promotor. O evento virtual, inicialmente, denominado videoconferência, tem adquirido popularidade e, assim como os demais eventos, apresenta vantagens e limitações, o que demonstra a importância de se considerar os propósitos do promotor e as expectativas dos participantes, bem como as condições para a realização do evento.

Não há como negar sua relevância, tampouco desqualificá-lo como “evento”, pois, apresenta algumas características de um evento presencial e, ainda, se refere a uma tendência em diversas instâncias, como empresarial e, também, científica. Realizado por meio da videoconferência, pode integrar a programação de um evento presencial, assim como, pode ser o formato, propriamente, do evento. Em um congresso presencial, pode constar na programação uma conferência virtual com um profissional renomado da área, com o qual o público presente pode interagir, por meio de perguntas ou, então, participar como ouvinte. Apesar de ser promovido com muita frequência, quando começou a ser realizado, dependia de recursos tecnológicos, ainda escassos, e que requeriam altos investimentos.

No início da década de 90, Cristina Giácomo, antecipando-se aos eventos virtuais, apresentava uma ressalva quanto ao que se denominava o sentido de “lugar”, sempre mencionado nos conceitos de eventos. A autora alertava que tratar de lugar, considerando apenas o aspecto físico, poderia tornar os conceitos obsoletos, haja vista a velocidade com que já se observava o avanço da tecnologia, com relação aos satélites e computadores. Ela previa mudanças nos contextos dos eventos, mas destacava a necessidade de preservar sua sinergia. Em sua visão, na época, “pode-se esperar que os eventos sejam efetivados na próxima década, na sua maioria, em lugares distintos, conservando o poder sinérgico da comunicação que têm hoje” (GIÁCOMO, 1993, p. 54).

Inicialmente, considerada uma inovação da comunicação, a videoconferência passou a ser considerada uma outra modalidade de evento, distinguindo-se pelo meio em que é realizada. O local, antes exclusivamente presencial, onde se reuniam todos os participantes, passou a ser virtual, proporcionando a participação de pessoas em localidades distintas. Atualmente, os eventos virtuais têm se difundido, em virtude da disponibilidade de recursos existentes, mas, no início, eram utilizados apenas pelas grandes corporações, devido ao alto custo que demandava sua operacionalização (NAKANE, 2012).

Definida como o evento “que visa encurtar distâncias, racionalizar diálogos e reduzir investimentos e acelerar a troca de informações entre pessoas ou empresas” (MEIRELLES, 2003, p. 84), a videoconferência constitui uma reunião destinada a um grupo de pessoas com interesse no tema proposto, realizada, em tempo real, por meio de recursos audiovisuais. Ela apresenta diversas vantagens. Por sua capacidade de ampliar o número de participantes, permite que as informações cheguem a um maior número de pessoas simultaneamente. Outra vantagem é a redução de custos, pois, para o promotor do evento, não há custos com deslocamento, hospedagem e alimentação do ministrante, como, ainda, não há custos com a estrutura de um evento presencial, como locação de espaço físico para acomodar o número de participantes, materiais diversos e outros.

Por outro lado, os recursos tecnológicos permitem a participação das pessoas sem o deslocamento até o local do evento. Dessa forma, eliminam-se, para os participantes, custos com transporte, alimentação e hospedagem, principalmente, se o evento for realizado em outra cidade ou, ainda, em outro país. Um dos fatores que caracterizam a videoconferência é a interatividade, apesar de suprimir o contato face a face, como explica Nakane (2012). Identificamos, então, uma das desvantagens dessa modalidade de evento, a restrição das interações. Embora elas não se definam apenas pelo contato presencial, este é uma qualidade dos eventos, que propicia uma espécie de sinergia entre o público.

Diversos tipos de eventos presenciais migraram para esse novo formato, como a palestra, conferência, curso, dentre outros, passaram a ser realizados em tempo real, por meio da internet, com a possibilidade de interação virtual entre participantes e ministrantes. Até mesmo o congresso, considerado um evento que demanda muito empenho em seu planejamento e execução, foi realizado, integralmente, de forma virtual.

Para ilustrar, citamos o *Observatorio para la Cibersociedad*⁶, que em 2002, promoveu a primeira edição do *Congreso Online del Observatorio para la Cibersociedad*⁷, sem atividades presenciais. Os trabalhos foram submetidos para avaliação e publicados virtualmente, na forma escrita, possibilitando o acesso e discussão dos trabalhos, por meio de comentários escritos postados nas páginas dos trabalhos. Ao final, os trabalhos e as discussões foram disponibilizados nos anais dos eventos, que foram enviados aos participantes.

Os novos formatos de eventos virtuais demonstram outros desdobramentos que têm surgido atualmente:

Eventos virtuais podem oferecer um portfólio diversificado para que os participantes se conectem e se comuniquem. Como principais ferramentas encontram-se os webcasts – incluindo apresentações ao vivo ou pré-gravadas, chats on line ou fóruns de discussão com plena disponibilidade de interação com os conferencistas ou facilitadores que ficam disponíveis para perguntas e respostas no final da sessão expositiva. Outra atuação que vem conquistando os participantes de eventos virtuais é o aproveitamento de suas próprias redes sociais para ampliação de contatos e posteriormente dar continuidade as discussões e reflexões iniciadas no evento, sendo portanto, o ciclo de vida do acontecimento especial prolongado (NAKANE, 2012, p. 8).

Apesar de estar imerso em uma outra ambiência, o evento virtual proporciona formas de interação, as quais, muitas vezes, ultrapassam as fronteiras do virtual. Como Nakane (2012) entende, as interações podem ser mantidas por meio de redes sociais e, conseqüentemente, ampliar os contatos. Após o encerramento dos eventos virtuais, os vínculos podem se estabelecer a partir da troca de e-mails e adição às redes sociais. Além disso, as discussões realizadas nos eventos virtuais podem ganhar continuidade, a partir de listas de discussões ou grupos virtuais que se formam com esse propósito.

Outro ponto a considerar sobre os eventos virtuais, que envolve diretamente o objeto de estudo do presente trabalho, são os eventos criados exclusivamente na ambiência virtual, que precedem os eventos presenciais. Na rede social Facebook, há possibilidade da criação de um evento virtual, geralmente, como forma de incentivar a adesão das pessoas ao evento presencial,

⁶ Disponível em: <http://www.cibersociedad.net/ocs/el-ocs.php>

⁷ Disponível em: <http://www.cibersociedad.net/congreso/index.html>

ou, ainda, para interação entre o público. Esse recurso da rede social, que tem se tornado usual, indica novos hábitos dos participantes e a necessidade de ampliar as formas de se compreender os eventos. Cada evento é único (MEIRELLES, 2003) e esses espaços virtuais tornam-se possibilidades de conhecer as expectativas dos participantes dos diferentes tipos de eventos.

Em síntese, neste texto, buscamos apresentar, com base na bibliografia, uma abordagem sobre os eventos virtuais, que passaram a ser realizados por meio das videoconferências, inicialmente, com custos altos de investimento, mas que se popularizaram a partir da disponibilidade de recursos advindos das tecnologias digitais. Posteriormente, outros tipos de eventos virtuais surgiram, como a palestra, conferência, curso e até mesmo o congresso. Mais recentemente, com as redes sociais digitais, os eventos virtuais adquiriram outros formatos e passaram a preceder os eventos presenciais, constituindo um espaço para interação e para instaurar o clima do evento.

2.7 O público dos eventos e suas experiências e vivências

Para tratar de público dos eventos não será feita uma classificação prévia em tipologias específicas, uma vez que a relevância do tema está no papel do público, independentemente de quem o componha. Nosso propósito é destacar sua importância nesse contexto e a necessidade de conhecer seus interesses e expectativas. Um evento lotado de público é insuficiente para concluir que os resultados sejam positivos. Muitas vezes denominado “público-alvo”, ou, ainda, “*target*”, os participantes de um evento possuem caráter mais ativo e é importante que os promotores de um evento tenham essa percepção.

Um dos itens do planejamento de um evento é o público⁸, no entanto, temos observado a ênfase nos objetivos de quem o promove. Obviamente, esse aspecto é necessário, no entanto, a participação do público em um determinado evento, geralmente, é uma escolha. Com exceções às convocações para determinados eventos, no âmbito organizacional, as pessoas decidem quanto à participação. Por isso, argumentamos sobre a importância de suas experiências no evento, que poderão ser compartilhadas e suas vivências, que poderão ser lembradas.

Inicialmente, trataremos desse contexto vivenciado pelos participantes durante o evento, que sobrepõe seus propósitos. A relevância dessa abordagem está sobretudo no papel do público dos eventos, que constitui sua essência. Ao retomarmos os conceitos e o histórico dos eventos, essas ações vão ao encontro da natureza humana e da sociabilidade dos indivíduos. Há um

⁸ O planejamento de eventos está no capítulo 3, na seção 3.4 deste trabalho.

caráter subjetivo que visa ressaltar emoções e é nesse sentido que discutiremos sobre um outro olhar para o público, de traço mais ativo, que se apropria não apenas do aspecto cognitivo do evento, mas das memórias dos momentos vividos durante sua realização.

Obviamente, ao se propor a realização de um evento, identifica-se o perfil de público a quem se destina a ação. Isso não expressa a homogeneização dos participantes, nem um caráter passivo, apesar de ser definido como “público-alvo”. Como explica Giácomo (2007), essa expressão é proveniente das áreas de marketing e publicidade e propaganda, nas quais o público-alvo é aquele a quem se direciona e induz o consumo de bens e serviços. Essa visão se opõe ao que se espera do público dos eventos que deve ter uma participação ativa.

A definição de um público em eventos não pode ser genérica, é necessário que haja complementaridade entre o tema do evento e o interesse do público. Assim, a autora defende o uso da expressão “público de interesse”, que apresenta “necessidades específicas, capaz de exercer o poder sinérgico da comunicação entre os elementos temáticos do evento e todas as pessoas envolvida nele” (GIÁCOMO, 2007, p. 54).

A autora argumenta que não é suficiente considerar que um evento lotado de público seja um evento bem-sucedido. Para definir o público de um evento, é necessário que haja reciprocidade entre a temática e o interesse do público. Identificar o público de interesse de um evento demanda mais esforço que a definição do público-alvo, pois este se define como uma parte da população que se enquadra como potencial para o consumo de um determinado produto ou serviço. Para detectar o público de interesse de um evento, é necessário identificar dentro do público genérico, aquele que possui em sua motivação, afinidade com a temática do evento. A autora complementa que

Dessa maneira, a quantidade de participantes não coincide com a qualidade de sua satisfação. Quantas vezes as pessoas verificam, ao participarem de um determinado evento, que não têm motivo ou interesse real pelo tema? Quantas vezes não se questionam o que realmente estão fazendo ali? Na verdade, eram público-alvo e não público de interesse e, por isso, seu nível de satisfação será sempre questionável” (GIÁCOMO, 2007, p. 55).

Não se trata, apenas, de modificar a expressão utilizada para tratar do público dos eventos. É preciso ir além e atribuir a importância dos participantes. A mediatização possibilitou diversas vantagens para a operacionalização dos eventos, desde a inscrição *on line*, como a inserção dos participantes nas redes sociais da internet, que possibilita aos organizadores, conhecer e surpreender o público de interesse de cada evento.

Embora não sejam sinônimos, há alguns termos para definir essa percepção subjetiva do participante, que trazemos, sob a ótica de alguns autores. Podemos denominar de “experiência estética”, “vivência”, “experiência”, ou, ainda, “experiência vivida”. Traremos, na sequência, as discussões que permeiam cada um dos termos. De acordo com os autores pesquisados, não se tratam de sinônimos, mas podemos utilizá-los no contexto dos eventos.

Com base nas discussões de Barros (2012), é possível utilizarmos o conceito de experiência estética. Precedendo a esse autor, vale mencionar que não propomos o sentido contemporâneo do termo, relacionado ao “[...] estudo do belo que inclui o estudo de obras de arte e as questões que envolvem o gosto” (PHYLOSOPHY, s.d., s.p.). Trata-se de um dos ramos do conhecimento humano sistematizados na Filosofia. O termo origina do grego *aisthesis*, que quer dizer “faculdade de sentir”, ou, ainda, “compreensão pelos sentidos”. Os sentidos a que se refere o termo são visão, audição, tato, olfato e paladar. O termo compartilha da mesma origem da palavra *aisthethicon*, que quer dizer “o que sensibiliza” (PHILOSOPHY, s.d.).

A estética remete, então, às sensações provocadas nos indivíduos. Para ilustrar, o ruído não ouvido por uma pessoa com deficiência auditiva não lhe causaria nenhuma sensação, pois ela não foi afetada. Por outro lado, uma pessoa pode sentir emoção ao ouvir uma música. A estética, portanto, “abrange a pessoa que é sensibilizada por algo que a afetou e que gerou nela algum tipo de sentimento. Portanto, isto que ocorre é uma interação entre coisas que estão no sujeito e coisas que estão fora dele” (PHYLOSOPHY, s.d., s.p.).

Isso nos remete aos estudos de Barros (2012) sobre experiência estética e o papel da recepção no processo comunicacional. Recorrendo aos elementos da Hermenêutica, o autor explica que “a produção de sentidos se dá nas apropriações vivenciadas pelos receptores em seu lugar social, em interação com seus pares, marcada por experiências de interpretação, balizada por mediações socioculturais” (p. 80). No cenário mediatizado da sociedade contemporânea, não há controle sobre a percepção e interpretação do receptor.

Na oralidade, assim como nos eventos, esse processo também ocorre, muitas vezes, de forma praticamente automática, quando se trata de uma troca entre emissor e receptor, e proporciona a produção de um novo sentido, que não remete necessariamente às intenções do emissor. Não se pode atribuir a uma falta de entendimento, mas ao repertório cultural do receptor, pois, “a produção de sentidos fica vinculada à experiência estética dos receptores, decorrente dos processos de interpretação e apropriação” (BARROS, 2012, p. 93). Em um contexto no qual a mediatização se encontra presente, essa relação entre emissão e recepção tende a ocorrer com mais agilidade, por meio de novos modos de circulação, levando a um embaralhamento de papéis.

Barros (2012), explica que a recepção deixa de ser individual para se difundir no contexto sociocultural. À comunicação deve ser resgatado o sentido de “compartilhar”, proveniente de sua concepção inicial *communicare*, mais que transmitir. E, ao receptor, compete transgredir, decodificar e produzir ressignificações, constituindo, assim, o que se poderia chamar de “experiência poética”, pois, “essa ideia de um receptor transgressor nos permite pensar que a “experiência estética” se desdobra no que poderíamos chamar de “experiência poética”, pois ela é muito mais que *aisthesis*; nela se opera uma nova produção, uma nova *poiesis*” (BARROS, 2012, p. 99).

A experiência estética, no sentido apresentado, demonstra o caráter ativo do receptor, que se apropria e ressignifica sua experiência, propondo uma nova poética, como é nossa abordagem nos eventos. No entanto, não se trata somente de espaço para transgredir, no aspecto cognitivo, a partir de suas mediações, mas trata-se dos fatores subjetivos, relacionados às suas emoções e o que estará em sua memória quando se lembrar de sua participação no evento. Para selecionarmos o termo que se aproxima do que propomos tratar sobre a subjetividade do público nos eventos, apresentamos dois conceitos que são utilizados muitas vezes como sinônimos: experiência e vivência.

Mateus (2014) discute os conceitos de experiência e vivência, à luz da visão de Walter Benjamin, relacionando-os à comunicação. A experiência, derivada do vocábulo latino *experientia*, referindo-se etimologicamente ao sentido de “uma tentativa, expedição ou uma viagem que arrisca e que coloca em perigo” (p. 1), interliga-se ao conceito de comunicação, na possibilidade de compartilhar os quadros de sentido. O termo alemão *Erfahrung*, utilizado para se referir à experiência, apresenta um sentido mais amplo de externalidade.

A experiência também é compreendida como

[...] a ciência ou o conhecimento (ciência) que o ser humano adquire quando sai de si mesmo (ex) e procura compreender um objeto por todos os lados (peri). A experiência não é um conhecimento teórico ou livresco. [...] A experiência resulta do encontro com o mundo, num vai e vem incessante, encontro que nos permite construir e também destruir representações que havíamos recebido da sociedade ou da educação (BOFF, 2002, p. 31-32).

Observamos, com base nos autores, que a experiência sobrepõe o caráter subjetivo de sensações e interliga-se à comunicação, no sentido de compartilhar. Retomando o trabalho de Mateus (2014), Benjamin vê, em uma de suas fases, o empobrecimento da experiência quando há uma perda de sua comunicabilidade, atribuindo-lhe o nome de experiência vivida, como aquela que não é compartilhada, mas se torna a experiência da modernidade. Derivada do

vocábulo alemão *Erlebnis*, a vivência ou experiência vivida é pautada no indivíduo, na percepção de forma isolada.

No entanto, não se trata de conceitos antagônicos, mas experiência e vivência se complementam e constituem o processo experiencial, conforme explica Mateus (2014). A mediatização contribui para a soberania das vivências individuais, constituindo, assim, um dos modos pelos quais se executa a comunicação das vivências. Isso porque, sob a ótica do autor, a vivência demanda uma comunicação mais rápida e efêmera, atendida pelo processo de mediatização.

Não se contrapondo ao aspecto da individualidade que constitui a vivência, mas ao distinguir experiência e vivência, Boff (2002) explica que

A vivência é a situação psicológica, as disposições dos sentimentos que a experiência produz na subjetividade humana. São as emoções e valorações que antecedem, acompanham ou se seguem à experiência dos objetos que se fazem presentes no interior da psique humana. Vivência [...] é resultado da experiência na psique humana (p. 34).

Nesse mesmo sentido, Cardoso (2007) reitera a individualidade e seu caráter subjetivo, que resulta da interação entre a consciência e a realidade. Para a autora, a vivência precede a experiência, mas é um elemento que a constitui. Antecede, ainda, qualquer construção racional, ocorrendo em nível do imediato, referindo-se, puramente, às sensações. Já a experiência resulta da “incorporação dos conhecimentos adquiridos a partir da elaboração da vivência” (p. 50).

O conceito que relacionamos aos eventos refere-se, predominantemente, às vivências do participante nos eventos científicos, somadas à experiência construída. No contexto presencial, o clima é percebido desde sua chegada e pode se manter ou modificar no decorrer das atividades, como a apresentação de trabalho em um grupo de pesquisa. Com base nos autores pesquisados, para essas emoções optamos pelo uso do conceito de vivência, embora seja similar à experiência estética, cujo conceito está voltado, atualmente, para a área das artes.

As experiências podem ter início no espaço virtual, nas redes sociais dos eventos, nas quais os participantes decidem inserir-se como membro e o modo como pretendem interagir. Esse ambiente contribui para destacar o caráter mais ativo desse público ao possibilitar a comunicação não hierarquizada, mas de mão dupla. Nas redes, os membros do grupo de um evento científico podem compartilhar suas experiências relacionadas às etapas que antecedem sua realização, durante e após seu término. As vivências constituem prerrogativas do contexto presencial.

Por isso, argumentamos, com base em Giácomo (2007) que, embora ainda se utilize o termo “público-alvo”, este não seria apropriado com o conceito de público dos eventos científicos, que participam de forma mais ativa. Os participantes possuem expectativas sobre o congresso, muitos apresentam seus trabalhos e, atualmente, se manifestam em redes sociais digitais para compartilhar as emoções vividas no evento.

Com base nas discussões sobre os conceitos apresentados, embora a expressão “experiência estética” se assemelhe ao conceito de “vivência”, para este trabalho, optamos por não utilizá-lo ao nos referirmos às sensações e emoções do público, por seu conceito, atualmente, vincular-se, predominantemente à área das artes. Ao tratarmos das subjetividades dos indivíduos nos eventos científicos, optamos pelo uso de “vivência” e, como sinônimo, utilizamos, também, experiência vivida.

No próximo capítulo, trataremos dos eventos científicos, que são o objeto de estudo deste trabalho.

3 EVENTOS CIENTÍFICOS: DA CONCEPÇÃO AO PLANEJAMENTO

Nosso objeto de estudo, neste trabalho, são os eventos científicos. Embora haja uma gama de eventos das mais diversas modalidades, mesmo os eventos científicos podem ser classificados a partir de alguns critérios já convencionados por profissionais da área. Alguns deles são comuns à maioria dos eventos, como a periodicidade, a forma de adesão, o porte e outros. No entanto, algumas características específicas os distinguem e os classificam com nomenclaturas distintas e a compreensão dessas nomenclaturas é importante para orientar o promotor de um evento a uma tomada de decisão assertiva.

Dentre os tipos de eventos científicos existentes, o mais complexo em termos de organização e porte, é, indubitavelmente, o congresso, que constitui a modalidade investigada nesta pesquisa. Para a compreensão do nosso objeto de investigação com maior profundidade, discutiremos, nos itens seguintes, as contribuições de autores sobre a comunicação e divulgação científica, que, muitas vezes, constituem o propósito dos eventos científicos, o histórico dos eventos científicos, seu conceito e importância, os tipos de eventos mais utilizados com o propósito científico e seu planejamento, que será retomado na etapa analítica deste estudo.

Alguns autores pesquisados restringem o uso do termo “científico” para classificar um evento (BRITTO; FONTES, 2002; MATIAS, 2007; 2013). É importante esclarecer que utilizamos o conceito de “evento científico” para nos referirmos ao evento que propõe a discussão de temas relacionados às diversas áreas do conhecimento. Então, não faremos nenhuma distinção entre eventos “técnicos” e “científicos”.

3.1 A comunicação científica

A comunicação científica pode ocorrer de diferentes formas, como a realização de um evento científico ou a leitura de um periódico científico. São formas distintas para compartilhar e divulgar pesquisas e inovações em determinada área do conhecimento. Na bibliografia pesquisada, trazemos as contribuições de autores que enfatizam não apenas o papel da ciência, mas da comunicação e divulgação científicas, fundamentais para o intercâmbio entre pares e disseminação dos resultados de estudos realizados. Isso tudo pode ocorrer por meio dos eventos científicos, que propiciam o compartilhamento de estudos realizados durante apresentações orais e podem ser ampliadas após o término desses eventos.

Bueno (2010) explica que podem ser realizados eventos com propósito de comunicação ou divulgação científica. O autor explica que não se pode tratar os termos como sinônimos, pois

apresentam conotações distintas. Para o autor, “a comunicação científica visa, basicamente, à disseminação de informações especializadas entre os pares, com o intuito de tornar conhecidos, na comunidade científica, os avanços obtidos [...] em áreas específicas ou a elaboração de novas teorias ou refinamento das existentes” (p. 1). Sua ênfase está no nível do discurso e no perfil do público, que diferem da divulgação científica.

A divulgação científica, por sua vez, tem como propósito “democratizar o acesso ao conhecimento científico e estabelecer condições para a chamada alfabetização científica” e, conseqüentemente, “incluir os cidadãos no debate sobre temas especializados e que podem impactar sua vida e seu trabalho” (BUENO, 2010, p. 1). A relevância da divulgação científica está no acesso do público leigo ao conteúdo científico e a possibilidade de aplicação de acordo com suas necessidades.

O autor explica que a literatura carece de um refinamento básico desses conceitos, para que se possa, assim, estabelecer os limites e abrangência de cada um deles. Há algumas características comuns, pois ambos estão relacionados à difusão de informações em ciência, tecnologia e inovação, mas na prática, apresentam distinções. Um dos aspectos levantados refere-se ao perfil do público, que, na comunicação científica, é especializado e, assim familiarizado com os temas e o processo de produção da ciência. Trata-se da comunicação entre pares, ou seja, daqueles que compartilham da mesma área de estudos. Esse público também percebe as especificidades do método científico e o rigor para a sua validação para a comprovação científica.

Por outro lado, o público de interesse da divulgação científica não possui, necessariamente, conhecimento para decodificar os termos técnicos utilizados pelas diversas áreas do conhecimento. Além disso, o público leigo, geralmente, desconhece o processo de produção científica e a associa “[...] aos saltos a partir de *insights* de mentes privilegiadas” (BUENO, 2010, p. 2). Na percepção desse público, a produção científica é um processo individual, no qual existe à disposição do cientista um sistema avançado de produção e recursos financeiros e tecnológicos. No entanto, o autor atribui essa visão ao modo de ensino formal da ciência que evidencia os cientistas considerados geniais e os próprios meios de comunicação de massa, que anunciam, de forma sensacionalista, os resultados de pesquisas.

Esse fator está relacionado à lacuna existente entre o público da comunicação científica e o público da divulgação científica. Para o primeiro, não há necessidade de decodificar termos técnico-científicos, que estão incorporados à área de pesquisa. Para o público leigo, é preciso fazer a decodificação dos termos, com os quais não estão habituados. A divulgação científica pode ocorrer por meio de programas veiculados na televisão aberta e, assim, contemplar uma

audiência ampla. Por outro lado, a divulgação científica pode ocorrer, também, por meio de eventos, como palestras voltadas ao público leigo, com uma abrangência menor de público, em função da limitação do espaço físico onde se realizam.

Para o público especializado, Bueno (2010) explica que a comunicação científica ocorre de forma mais restrita, como em eventos, que ele denomina técnico-científicos, e em periódicos científicos. Em síntese, o autor explica a diferença entre a comunicação científica e a divulgação científica, evidenciando o papel de cada uma delas:

A comunicação científica mobiliza o debate entre especialistas como parte do processo natural de produção e legitimação do conhecimento científico. A divulgação científica busca permitir que pessoas leigas possam entender ainda que minimamente, o mundo em que vivem e, sobretudo, assimilar as novas descobertas, o progresso científico, com ênfase no processo de educação científica (BUENO, 2010, p. 5).

Há, no entanto, alguns pontos de convergência entre os dois conceitos. O autor destaca, como aspecto negativo, os interesses extracientíficos, na comunicação e divulgação científicas, que ocorrem a partir de interesses de grupos como governo ou empresas, que resultam em fraude na ciência. Por outro lado, a comunicação científica, quando está devidamente recodificada, auxilia o processo de divulgação científica. Sem ênfase específica pelo autor, os eventos podem contribuir para ambas as atividades, pois constituem um espaço para discussões e aprimoramento de trabalhos, bem como para divulgação científica, que é uma das propostas de Bueno (2002).

Assim como os eventos para comunicação científica, Bueno (2002) explica que os eventos para divulgação científica são importantes porque inserem leigos no âmbito das discussões sobre pesquisas e descobertas realizadas, sob o ponto de vista dos pesquisadores. Esses eventos contribuem para informar e esclarecer conceitos que, muitas vezes, seriam transmitidos pelos meios de comunicação de massa, sem, necessariamente, a presença de pesquisadores. Os eventos com propósito de divulgação científica devem ser planejados, obviamente, considerando o perfil do público participante.

Para o autor, o Brasil possui um alto índice de analfabetismo científico e o papel do cientista é, também, compartilhar o saber. Em sua visão, o país ainda está longe de alcançar a situação ideal, pois, apesar de existirem canais de relacionamento com o público leigo, eles são utilizados, muitas vezes, de forma inadequada. A ênfase na divulgação fica na promoção de pessoas em vez de divulgar e incentivar a produção científica. Conseqüentemente, há prejuízo na informação ao cidadão. (BUENO, 2002, 2010).

No entanto, o autor acredita na possibilidade de soluções para diminuirmos o analfabetismo científico. Inicialmente, é preciso propor parcerias, estabelecer estratégias de atuação, capacitar as fontes, consolidar a educação fundamental e, obviamente, promover e estimular o debate sobre a importância da ciência e, também, da tecnologia, em nossa sociedade. É importante, assim, ter um outro olhar para a ciência e compreender seu papel em uma sociedade, assim como, é fundamental o acesso à produção científica, pois “a democratização do conhecimento é, certamente, uma etapa fundamental do processo de resgate da cidadania em nosso país” (BUENO, 2002, p. 230).

Campello (2000) traz suas contribuições para a comunicação científica e distingue a comunicação formal e informal. A comunicação formal está disponível na literatura, assim, ela se encontra nos livros e periódicos científicos. A comunicação informal pode ser identificada por meio de contatos pessoais, que são abrangentes: interação face a face, correspondência, telefone e o correio eletrônico, a partir dos quais surgem outras modalidades, como as listas de discussões. Os encontros presenciais, caracterizados como eventos, são outra possibilidade de contatos pessoais entre pesquisadores, pois reúnem em um mesmo local os participantes, geralmente, membros de comunidades científicas, que têm a possibilidade de troca de informações.

Os eventos são uma forma de comunicação que agrada aos pesquisadores, segundo Campello (2000), pois é grande o número de eventos realizados em todas as áreas do conhecimento. Mesmo com os recursos tecnológicos disponíveis, como as videoconferências e as listas de discussão via correio eletrônico, que apresentam custo baixo e comunicação rápida, os eventos presenciais continuam sendo realizados. A autora compara a comunicação formal e a informal, destacando-se o processo de submissão de trabalho para periódicos científicos e as vantagens encontradas na apresentação oral de trabalhos durante um evento presencial.

A apresentação de trabalhos em encontros constitui a oportunidade que o pesquisador tem de ver seu trabalho avaliado pelos pares ou colegas, de forma mais ampla diferentemente do que ocorre, por exemplo, quando submete um artigo a um periódico científico que é avaliado por uma comissão editorial composta por um número restrito de membros e que, normalmente, demora meses para completar o trabalho de julgamento. A apresentação oral do trabalho no encontro tem a vantagem de possibilitar que críticas e sugestões sejam feitas na hora, de forma a permitir uma retroalimentação instantânea, podendo envolver vários pontos de vista [...] (CAMPELLO, 2000, p. 56).

Apesar do destaque que dá aos encontros presenciais, a autora acredita que essa modalidade de evento poderá, no futuro, ser substituída pelos encontros eletrônicos, disponibilizados pelos recursos das tecnologias digitais. Vale destacar, no entanto, que após

quase duas décadas que a autora fez essa menção, os eventos científicos não foram suprimidos, mas outras modalidades de eventos foram criadas a partir do uso das tecnologias digitais. Em diferentes espaços físicos, por meio dessas tecnologias, constitui-se o espaço virtual, em que públicos de interesse se reúnem para participar de discussão de temas variados, no entanto, os encontros presenciais continuam sendo realizados.

Ainda no âmbito da comunicação informal, Meadows (1999) apresenta algumas considerações sobre a apresentação oral e argumenta que ela é necessária como forma de complementar as informações científicas disponíveis em meio impresso. Observamos que o autor sobrepõe a importância da informação sobre a comunicação, que apresenta o sentido estrito de transmissão. No entanto, entende que, “como método de transmissão de informação científica, a fala padece de mais limitações do que a escrita” (p. 135). Para ele, embora a escrita apresente menor rapidez em sua apresentação que a comunicação oral, a absorção das informações pela escrita ocorre de forma mais veloz. Como exemplo, o autor compara a apresentação de uma palestra com a leitura de um artigo, que apresenta mais informações em menos tempo que a palestra sobre esse mesmo tema.

Além disso, na comunicação escrita, o leitor pode retomar os pontos que lhe interessam enquanto na comunicação oral, isso não seria possível, por se tratar de uma comunicação linear, que requer um certo grau de redundância para melhor assimilação pelos ouvintes. Exceções ocorrem, atualmente, com o uso de recursos tecnológicos, que permitem a gravação de conteúdo e imagens. O uso de recursos visuais, para o autor, contribui, por um lado, para aumentar o volume de informações, assim como visa equacionar eventuais dificuldades próprias da comunicação oral relacionadas à transmissão de informações contidas em tabelas ou gráficos.

Além da redundância, característica da comunicação oral, há alguns fatores que podem prejudicar a apresentação. Em uma analogia ao texto escrito, Meadows (1999) entende que problemas de legibilidade do texto equivalem a algumas dificuldades da oralidade, como a voz do apresentador, que, muitas vezes, mal pode ser ouvida pelo público ou, ainda, os sotaques carregados que possam causar dificuldade na compreensão do estudo apresentado. A linguagem tende a ser mais informal do que a comunicação escrita, no entanto, essa diferença depende do tipo de apresentação oral, pois, em se tratando de uma palestra científica, emprega-se mais linguagem formal em comparação com a comunicação coloquial.

Por outro lado, a apresentação oral apresenta importantes contribuições para o intercâmbio científico. Uma das mais importantes é a possibilidade de o pesquisador, durante sua apresentação, enfatizar os itens de importância ou dificuldade especial, de modo a chamar a atenção dos interlocutores para esses aspectos, os quais poderiam passar despercebidos em

um texto impresso. A maior contribuição, para o autor, é a possibilidade de retroalimentação, que pode ocorrer por meio de perguntas e as conversas com o orador após a apresentação. Ao comparar a comunicação oral com os textos impressos, o autor sintetiza as vantagens da conversa: “retroalimentação imediata, informação adaptada ao receptor, implicações explicitadas, e conhecimento prático transmitido junto com conhecimento conceitual (MEADOWS, 1999, p. 137).

Com base nos autores pesquisados, a comunicação oral apresenta peculiaridades essenciais para fomentar as pesquisas científicas. A comunicação impressa, por meio de livros e periódicos científicos, é fundamental para a disseminação das pesquisas, mas a comunicação oral proporciona benefícios imediatos, como a interação presencial nos eventos científicos. As sessões de comunicação oral, que integram a programação desses eventos, constituem uma oportunidade de debater os temas e possibilitam, também, que as interações se propaguem em outros contextos, posteriores ao término dos eventos.

3.2 Os eventos científicos

Há uma gama de possibilidades de divulgação científica e debates entre pares, e os eventos científicos constituem uma oportunidade para esses propósitos. Se considerarmos a complexidade para a organização de um evento científico, do porte de um congresso, em termos financeiros e logísticos, podemos entender sua relevância nos resultados dessa ação. Os eventos científicos, assim como outras modalidades, envolvem propósitos distintos, desde os aspectos mercadológicos, como a aproximação entre patrocinadores e potenciais clientes, mas constitui, sobretudo, uma importante oportunidade de aproximar pesquisadores e debater resultados de pesquisas.

Meirelles (2003), como base na visão de Cândido Teobaldo de Souza Andrade, divide as reuniões em dialogais e coloquiais. A reunião dialogal é “baseada na informação, no questionamento e na discussão – palestra, conferência, seminário, simpósio, convenção, entrevista, entre outros” (MEIRELLES, 2003, p. 58). Esse tipo de evento se distingue da modalidade coloquial, que, segundo a autora, se caracteriza pela entretenimento e lazer. Nesse sentido, os eventos científicos podem ser considerados eventos dialogais, tendo como função precípua, o intercâmbio de informações.

Na literatura pesquisada, o evento científico está definido como aquele que “trata de assuntos nos mais variados campos das ciências” (MEIRELLES, 2003, p. 65), mas, ainda foi possível encontrar uma definição mais específica, a qual evidencia a percepção das autoras

sobre o próprio conceito de ciência. Para Matias (2007, p. 82) o evento científico é aquele que “trata de assuntos referentes às ciências naturais e biológicas, como, por exemplo, medicina, botânica e outras”, visão compartilhada por Britto e Fontes (2002), com ênfase na medicina. Vale lembrar que ciência não se restringe à área de biológicas ou saúde, mas se aplica aos demais campos do conhecimento. O evento científico pode ser compreendido como uma reunião dialógica, pois, tem como base a informação, o questionamento e a discussão (MEIRELLES, 2003), em síntese, fundamenta-se pela prática do diálogo.

Há, ainda, diversas formas de classificar um evento. Basicamente, o evento pode ser institucional ou promocional (CESCA, 2008; BRITTO; FONTES, 2002). Meirelles (2003) ainda estabelece a categoria mercadológica, que visa a divulgação de um produto, com retorno imediato. Podem ser classificados, também, a partir de seu porte, área de interesse, periodicidade, o tipo de público, dentre outros. Para caracterizá-lo, é necessário analisar, inicialmente, algumas variáveis como os objetivos e o público de interesse, para, então, definir as estratégias para planejamento e operacionalização, conforme explica Meirelles (2003).

Os eventos científicos são fundamentais para o diálogo entre pares e, principalmente, na contemporaneidade, seus efeitos perduram após sua realização. Pesquisadores de diversas áreas se reúnem para debater ideias, compartilhar o desenvolvimento de suas pesquisas e discutir os avanços obtidos. Tudo isso é fundamental para promover e disseminar o conhecimento por meio das interações geradas e das que ocorrerão posteriormente aos eventos. Os espaços virtuais, onde, geralmente, estão armazenados os dados apresentados nos eventos científicos, tornam-se um meio de divulgação científica, que resulta na democratização das informações, que, como entende Bueno (2010), é fundamental para que as pessoas leigas tenham acesso ao conteúdo científico.

A relevância dos eventos científicos fundamenta-se, segundo pesquisadores da Ciência da Informação, no papel da ciência. Seu propósito é compreender a natureza e seus fenômenos e, para isso, busca respostas, que são sempre provisórias. Há um processo ininterrupto de investigação, que caracteriza a ciência como uma instituição dinâmica, que tem influenciado a humanidade por séculos na criação e modificação de pensamentos e hábitos. Com a educação formal e informal, com o desenvolvimento dos meios de comunicação e com as tecnologias digitais, a ciência estabelece as verdades, provisórias, de cada época (TARGINO, 2000).

A realização de eventos científicos torna-se, assim, uma importante forma de discussão de temas das diversas áreas do conhecimento. Os eventos são momentos de apresentação, socialização e discussão de crítica do conhecimento estabelecido e propostas de novos consensos científicos. Ocorre, assim, a divulgação de resultados de pesquisas científicas e o

intercâmbio semiformal, como explicam Targino e Neyra (2006). Esses eventos, geralmente, são organizados por instituições de ensino superior, sociedades científicas, associações de classe e constituem espaços essenciais para atualização profissional, avaliação de trabalhos inéditos e, também, são oportunidades para contatos pessoais e institucionais.

Sob a ótica da comunicação, os eventos científicos são importantes, também, como forma de estabelecer e expandir a rede de relacionamentos. Como estratégia de comunicação, com características peculiares, como já mencionadas anteriormente, os eventos propiciam momentos para a comunicação informal (CAMPELLO, 2000). Os eventos científicos podem receber pesquisadores renomados ou aqueles que estão iniciando na pesquisa e, nesse contexto, compartilham seus trabalhos e interagem, de maneira mais informal, com os demais participantes.

Os aspectos sociais do evento também são importantes, com base na característica social dos indivíduos (MEIRELLES, 2003). Nesse sentido, a programação social dos eventos científicos também é relevante, como a realização de jantar, coquetel, estendidos aos participantes. Os momentos de pausa na programação oficial para os intervalos durante o evento. São oportunidades para a troca de ideias, de cartões profissionais, comentários sobre -- pesquisas, que não seriam pertinentes durante as atividades formais.

Nesse sentido, os eventos científicos, realizados nas diversas áreas do conhecimento, apresentam algumas funções, conforme explica Campello (2000), as quais vão ao encontro de nossa visão. Uma delas é o aperfeiçoamento dos trabalhos, já que, após as apresentações das comunicações científicas, as sugestões resultantes das discussões podem ser acatadas e são feitos ajustes, os quais contribuem para melhorar a qualidade dos trabalhos. Os eventos também refletem o estado da arte da área, pois se constituem em uma oportunidade para congrega pesquisadores dos membros da área e de tendências e perspectivas, ao reunir um grande volume de informações inéditas que aparecerão, geralmente, depois, em periódicos acadêmicos.

Outra função desempenhada é a própria comunicação informal, como explica Campello (2000). A comunicação entre pares, de maneira informal, como já mencionada, é importante para a construção de redes de relacionamento e cooperação. As interações promovidas durante a programação são importantes para o compartilhamento de ideias e para a qualidade dos trabalhos, no entanto, nesses momentos de informalidade podem ser discutidos aspectos peculiares dos trabalhos entre pares e, ainda, podem ser estabelecidos contatos científicos, que se mantêm posteriormente ao evento. Esta é a oportunidade de os participantes dialogarem com aqueles que frequentemente são suas referências nas pesquisas. É possível que alguns participantes estejam nos eventos com esse propósito, pois, como explica a autora, “as

chamadas conversas de corredor constituem para muitos pesquisadores a parte mais importante do encontro” (CAMPELLO, 2000, p. 63).

Por outro lado, os participantes de eventos científicos contemporâneos são alvo de crítica. Targino e Neyra (2006), apesar de evidenciarem a importância dessa modalidade de evento, explicam que há prejuízo nos resultados dos eventos, devido a vários fatores. Por um lado, os expositores de trabalho não estão, necessariamente, preparados para a comunicação oral, o que pode comprometer a compreensão e as discussões seguintes.

Com base nos propósitos dos eventos científicos, há uma situação inconveniente que ocorre com frequência, relacionada aos participantes. Targino e Neyra (2006) entendem que, com uma programação extensa, com atividades paralelas e simultâneas, ocorre o que os autores chamam de “entra-e-sai” dos participantes, das salas onde ocorrem as atividades. Por um lado, a programação extensa pode ser tornar exaustiva e propiciar a saída dos participantes durante as atividades. Por outro lado, dependendo das atividades realizadas simultaneamente, pode haver interesse no participante em estar, mesmo que parcialmente, em mais de uma atividade.

Não se pode negar que a falta de interesse de alguns participantes nas discussões constitui uma perda de oportunidade para o desenvolvimento dos temas, mas, esse fator não sobrepõe, necessariamente, aos benefícios obtidos com a participação do público presente. Obviamente há diferentes perfis de participantes, com diferentes objetivos, mas vale ressaltar que o evento científico é um espaço para que os membros dos grupos, com compromissos científicos, possam interagir.

Os autores destacam ainda outro fator prejudicial aos eventos científicos. A falta de experiência de alguns organizadores pode levar à seleção de trabalhos com temas de pouca relevância para a comunidade científica. Além disso, a definição da programação com temas de pouco interesse do público ou o convite aos ministrantes com pouco tempo hábil para se prepararem para o evento podem trazer prejuízo ao evento, como explicam Targino e Neyra (2006).

3.3 Tipos de eventos científicos

Existem diversos tipos de eventos que podem ser realizados, quando o propósito é promover uma reunião científica. No entanto, essas modalidades não estão restritas à ciência, uma vez que outros temas e objetivos podem requerer esses mesmos tipos de reuniões. Em se tratando de nomenclatura, nos fundamentamos na proposição de Meirelles (2003), que amplia a concepção de evento científico para todo aquele relacionado às ciências, nas mais diversas

áreas do conhecimento, por isso, não segmentamos os eventos em técnicos e científicos, em virtude da área do conhecimento a que se relaciona.

Embora os tipos de eventos sejam definidos com base em suas peculiaridades, não é raro encontrarmos algumas divergências entre autores. No entanto, pela literatura pesquisada, essas diferenças não constituem ideias antagônicas, mas são, majoritariamente, posicionamentos que se complementam. A partir das características das modalidades dos eventos científicos, é possível identificar sua dinâmica e possibilidades de interação que promovem para adequar os propósitos do promotor do evento e do público participante.

Buscamos trazer, no presente texto, os principais tipos de eventos que são realizados quando a finalidade é o diálogo, com propósito científico. Como mencionado anteriormente, os tipos de eventos apresentados não se restringem à ciência, mas são muito utilizados para esse fim. Não descreveremos neste trabalho algumas modalidades de evento que possuem como objetivo principal outros fatores, apesar de integrarem a programação de um evento científico, como os eventos sociais. Nosso propósito é apresentar, com base nos autores estudados, os principais tipos de eventos de cunho científico para, em seguida, tratarmos do nosso objeto de estudo, o congresso.

3.3.1 Palestra

Consiste em uma apresentação sobre um determinado tema a um grupo pequeno de pessoas, que já possui algum conhecimento prévio sobre o tema (MEIRELLES, 2003; MATIAS, 2007, 2013; SILVA; FORTES, 2011). É comparada à conferência por apresentar algumas similaridades em termos de estrutura, mas se distingue por ser mais informal. Requer um coordenador para a apresentação do palestrante e seleção das perguntas, que podem ser feitas, ainda, durante a exposição. O tempo ideal não é consensual entre os autores, pode ser considerado até 40 minutos (FORTES; SILVA, 2011) e, ainda, até uma hora e meia (MEIRELLES, 2003). São permitidas fotos, gravações e filmagens, no entanto, é importante que haja consentimento do palestrante.

3.3.2 Conferência

Trata-se de um evento de caráter formal, com a presença de uma pessoa com notório saber no tema a ser apresentado. É necessária a presença de um presidente de mesa para a apresentação do conferencista e seleção das perguntas, que devem estar identificadas e feitas

ao final, pois não se permite interrupção durante a conferência. A duração ideal é de aproximadamente uma hora e meia e requer autorização do conferencista para gravação (MEIRELLES, 2003; MATIAS, 2007, 2013; FORTES; SILVA, 2011). Há uma divergência entre autores no que se refere ao número de pessoas. Fortes e Silva (2011) entendem que o número de participantes é variável enquanto as outras duas autoras afirmam que a conferência se destina a uma plateia numerosa.

3.3.3 Colóquio

É um tipo de evento fechado que visa a discussão e tomada de decisão acerca de um tema. É muito utilizado por classes específicas, como a área médica, conforme explica Meirelles (2003). Inicialmente, um tema central é apresentado por um profissional de notório saber e, na sequência, o público presente se divide em grupos para a discussão de subtemas, que serão apresentados ao final. Essa mesma autora explica que o resultado das discussões é apresentado pelos líderes de cada grupo. Fortes e Silva (2011) entendem que é necessária a presença de um moderador para a apresentação das conclusões. Ao final, a decisão ocorre por meio de votação do plenário.

3.3.4 Mesa-redonda

Trata-se de um evento que costuma reunir cerca de quatro a oito pessoas, sentadas, geralmente, em semicírculo, que debatem um tema polêmico e de interesse, para o qual essas pessoas devem se preparar previamente. Requer um moderador para coordenar os trabalhos. Fortes e Silva (2011) explicam que se deve levar em conta os pontos de vista, a fim de se obter um grupo favorável e outro contrário com relação a um determinado tema.

Meirelles (2003) explica que cada debatedor possui, geralmente, cerca de dez minutos para sua exposição. Ao término de cada apresentação, o tema é discutido entre eles, por meio de perguntas, respostas e réplicas, com duração de aproximadamente dois minutos cada intervenção, não ocorrendo a tréplica nesse tipo de evento. Para ilustrar a dinâmica de uma mesa-redonda, a autora menciona o debate político entre candidatos nas eleições, que, apesar de ser denominado “debate”, trata-se de uma mesa-redonda.

A mesa-redonda pode ser classificada de duas formas: aberta ou fechada. No modelo aberto, a plateia presente pode participar com perguntas ou opiniões sobre o tema abordado. Neste caso, as perguntas são entregues por escrito e faz-se uma triagem para que os pontos

levantados sejam apresentados pelo moderador. A mesa-redonda fechada, ao contrário, não permite a intervenção do público presente, restringe-se a participação aos debatedores (MEIRELLES, 2003; FORTES; SILVA, 2011).

3.3.5 Painel

É um tipo de reunião caracterizada por um quadro de apresentações, geralmente, com um apresentador principal e até quatro painelistas que irão expor seus pontos de vista acerca do tema em questão. Meirelles (2003) explica que sua organização do painel apresenta as regras da conferência e da mesa-redonda, possibilitando ao público presente a conhecer um tema sob diferentes prismas. Fortes e Silva (2011) complementam que, para que os objetivos propostos sejam alcançados, é necessário haver uma reunião prévia entre os painelistas.

O painel é composto de duas partes. Na primeira, os expositores apresentam individualmente, como em uma conferência, tendo o orador principal o maior tempo para explanação e contextualização geral. Na sequência, os demais painelistas tratam de subtemas ou de suas posições sobre o tema geral. Na segunda parte, observa-se uma similitude com a mesa-redonda, pois os painelistas debatem entre si e respondem às questões do público, que são enviadas por escrito e com identificação (MEIRELLES, 2003).

3.3.6 Simpósio

Constitui uma derivação da mesa-redonda, com características peculiares. Consiste na apresentação de um tema geral, dividido em subtemas, por especialistas renomados a uma audiência selecionada, que participa ativamente ao final, com perguntas, por escrito e com identificação. O objetivo da participação do público é a troca de informações, sem a intenção de debater pontos polêmicos, mas com o propósito de elucidar alguns pontos específicos abordados pelos especialistas (MEIRELLES, 2003; MATIAS, 2007, 2013; FORTES; SILVA, 2011).

A principal diferença da mesa-redonda é que os expositores não debatem entre si (MATIAS, 2007, 2013; FORTES; SILVA, 2011). Outro aspecto que diverge da mesa-redonda é a duração, que pode variar, geralmente, até três dias. Este tipo de evento permite a ilustração do tema por meio de eventos expositivos como feira ou exposição e, também, é mais diversificado que o congresso, com relação às possibilidades de assunto. Possui um

coordenador que irá, ao final do evento, resumir e compilar os trabalhos em anais, que serão entregues aos participantes (MEIRELLES, 2003).

Fortes e Silva (2011) complementam a visão das autoras mencionadas e explicam a dinâmica do simpósio. Os expositores apresentam seus temas entre dez a vinte minutos e, ao final das apresentações, o coordenador resume as informações relatadas e abre para as perguntas. Outro ponto mencionado pelos autores é a solicitação pelo coordenador aos expositores de material escrito sobre o tema para ser distribuído após o evento. Não há aqui menção à compilação em anais com as decisões tomadas durante o evento.

3.3.7 Jornada

Trata-se de reunião de grupos profissionais, de esfera regional, para a discussão de temas de interesse comum. A jornada é promovida por entidades de classe e as decisões tomadas podem servir de diretrizes para a classe (MATIAS, 2007, 2013; CESCO, 2008). Fortes e Silva (2011) complementam que o objetivo da jornada é o compartilhamento de informações e experiências e, em sua dinâmica, podem ser utilizadas “técnicas de dramatização, demonstração e apresentação de casos” (p. 223). As discussões da jornada não têm como propósito, necessariamente, a solução de um problema.

3.3.8 Seminário

Evento que teve origem no meio acadêmico e, atualmente, ainda é muito utilizado nesse contexto. Consiste em uma reunião de um grupo de pessoas para o qual se apresenta um tema previamente conhecido. Meirelles (2003) explica que o conceito de seminário foi ampliado e, atualmente, consiste na discussão de todos os aspectos de um tema proposto, sem, contudo, apresentar conclusões. O seminário apresenta três etapas, explicadas por Matias (2007, 2013): exposição, etapa em que uma pessoa faz uma pesquisa sobre o tema e expõe ao grupo; discussão, que consiste no debate do tema exposto sob diversos aspectos; e conclusão, quando um coordenador propõe as recomendações finais.

3.3.9 Fórum

Consiste em um evento caracterizado pela troca de informações e debate de ideias, que visa à participação efetiva do público presente. Inicialmente, é feita uma exposição oral sobre

um tema por um especialista na área, que busca incentivar e motivar o público. Durante a apresentação não é permitido aparte e a plateia se manifesta por escrito (FORTES; SILVA, 2011). Matias (2007, 2013) explica que a plateia pode debater com liberdade suas ideias acerca do tema, mas não especifica se há uso da oralidade. Meirelles (2003) explica que a exposição é feita pelo orador indicado pelos grupos participantes e apresentados à mesa de trabalho, formada por especialistas. O moderador coordena o evento e define as regras. O fórum é uma modalidade de evento que tem recebido muita aceitação por permitir as discussões sobre os problemas sociais (MEIRELLES, 2003; FORTES; SILVA, 2011). A coordenação do evento é feita por um moderador, que define as regras de participação.

3.3.10 Encontro

O termo “encontro” é utilizado, muitas vezes, como sinônimo de “reunião”, ou mesmo de “evento”, no entanto, constitui, também, uma das modalidades de evento, com características próprias. É nesse sentido que Fortes e Silva (2011) definem o encontro, como a “denominação genérica de vários tipos de reunião” (p. 218). Assim, o encontro pode ser considerado um evento de caráter informal, como uma reunião para a análise de trabalhos que precede a apreciação por uma comissão de um congresso. Mas os autores entendem que o conceito foi ampliado e utilizado para a reunião de pessoas de uma categoria profissional para o debate de temas polêmicos.

Meirelles (2003) compartilha da visão dos autores sobre a especificidade do encontro, que reúne pessoas da mesma categoria profissional para debater temas polêmicos. A autora compara o encontro com o congresso, mas a distinção está na abrangência mais específica do encontro. Requer um coordenador para a apresentação dos grupos e sua programação pode constituir de outras modalidades de eventos, como a mesa-redonda, palestra, exposição e outros. Ao final, as conclusões são compiladas em anais e entregues aos participantes.

3.3.11 Congresso

O congresso constitui a modalidade de evento mais complexa de cunho científico a ser executado, embora seu propósito não se restrinja ao teor científico. Isso se deve em virtude de seu porte e de suas características, como o número de participantes, a programação que geralmente consta de atividades simultâneas e diversificadas, além de sua duração, que costuma ser mais extensa que os demais tipos de eventos. Independentemente dos objetivos de seus

promotores, é fundamental equipes preparadas para o planejamento e execução, com a capacidade de tomar decisões diante de imprevistos que possam acontecer no decorrer do evento.

Na literatura pesquisada encontramos diversas explanações sobre essa modalidade de evento, com algumas similitudes e contradições, que traremos nos parágrafos subsequentes. Vale ressaltar que há publicações mais antigas, cujos conceitos representam os recursos disponíveis à época, os quais têm se modificado e apresentado novos formatos e classificações para os congressos. A visão de Massahiro Miyamoto, na década de 80, pode ser compreendida como a base para alguns autores contemporâneos, que partiram de seus estudos para contextualizar o congresso nos dias atuais. O congresso é o nosso objeto de pesquisa, que será abordado no capítulo cinco.

Inicialmente, trazemos as contribuições de Miyamoto (1987, p. 18), que explica que os congressos constituem “reuniões promovidas por entidades associativas, visando a debater assuntos que interessem a um determinado segmento profissional”. Para elucidar, o autor menciona os congressos da área médica, bem como dos físicos, professores, dentre outros. As sessões de trabalho de um congresso podem ser subdivididas em diversas atividades como a mesa-redonda, conferência, curso e outros. Quanto à sua abrangência, pode ser de cunho local, regional, nacional ou internacional. O congresso internacional pode, ainda, ser de uma região específica, como a América Latina, ou, de âmbito mundial, quando abrange representantes de diferentes países de todos os continentes.

Para o autor, os congressos podem ser classificados em científicos e técnicos. A promoção dos congressos científicos é das entidades científicas enquanto os congressos técnicos são promovidos por entidades profissionais. Os científicos são desenvolvidos por sessões de trabalho que se subdividem em outras modalidades de evento, conforme as características que adquirem. Os temas podem ser de duas formas: oficiais, que contam com a participação plena de todos os congressistas, e livres, que recebem a participação efetiva dos congressistas regularmente inscritos, que fazem as apresentações aos demais congressistas. Nos congressos técnicos, os grupos de trabalho discutem os temas que lhe foram determinados e apresentam suas recomendações que serão levadas, junto aos outros grupos, a uma sessão plenária, para debate e aprovação, por votação. As recomendações aprovadas serão encaminhadas às autoridades competentes (MIYAMOTO, 1987).

No decorrer do tempo, outras concepções foram inseridas ao conceito de congresso, no entanto, podemos observar que, muitas delas derivam da visão do autor mencionado anteriormente. Meirelles (2003) acrescenta a formalidade e a periodicidade ao congresso, que,

geralmente, é promovido por entidades associativas, sem distingui-las entre científicas ou profissionais. O objetivo é estudar, discutir e concluir um tema de interesse geral, que é apresentado em subtemas e subdivididos em eventos de outras modalidades. Apresenta importante complexidade de organização, pois tem a duração de cinco dias e requer comissões técnicas para a avaliação de trabalhos que serão apresentados e de comissão organizadora, responsável, também, por elaborar o regimento e o regulamento do evento. Ao final, as apresentações, trabalhos e propostas são compilados em anais e entregues aos participantes.

Fortes e Silva (2011) também trazem desdobramentos da concepção de Miyamoto. Os autores retomam o papel do congresso para a discussão e tomada de decisão. Nesse sentido, explicam que “os objetivos de um congresso são definidos por um sentido de revisão ou reajuste de condutas, difusão de novas tecnologias e divulgação de novos processos de trabalho ou descobertas” (p. 215). Abstendo-se da divisão entre científico ou técnico, os autores enfatizam o papel do congresso na atualização profissional. A duração pode variar entre três a cinco dias e, além da programação com as atividades em formatos distintos, há, também, a programação complementar, que pode constar de atividades sociais, culturais, gastronômicas e esportivas.

Vale mencionar as contribuições de Maranhão (2008), por meio de sua experiência na organização de congressos. O autor faz uma revisão de diversos conceitos trazidos por outros estudiosos e apresenta algumas considerações. Em sua visão, a promoção dos congressos não deve estar restrita às entidades de classe, mas, também, por “entidades científicas, acadêmicas, fundações, bem como por órgãos públicos (ministérios, secretarias, prefeituras et.), e ainda entidades religiosas, culturais, sociais, esportivas etc.” (p. 6). Outra contribuição refere-se aos temas do congresso, que não se relacionam apenas aos interesses das categorias profissionais, mas “às áreas do conhecimento humano, especializadas ou não” (p. 6).

Esse autor classifica os congressos com relação ao porte: pequeno, até 500 participantes; médio, de 500 a 1000; grande, acima de 1000; e, denomina megacongresso aqueles que possuem mais de 5000 participantes. Sobre a territorialidade, o congresso pode ser mundial, quando há participante de todo o planeta; internacional, com participantes de mais de um país ou quando há ministrantes estrangeiros; nacional, sendo os participantes de um país; regional nacional, quando possui participantes ou discute assuntos de interesse de uma região de um país; e regional internacional, quando os participantes são de vários países próximos uns dos outros, com interesses em temas relacionados à mesma região.

Sobre o tema e objetivos, os congressos podem ser científicos, quando abordam área específica do conhecimento humano, com a possibilidade de apresentação de trabalhos; podem ser técnicos, quando se referem a determinadas áreas especializadas e, geralmente, não há

chamadas de trabalhos; técnico-científicos, quando há uma combinação entre os dois formatos. Quanto à área do conhecimento, existem diversas possibilidades para a realização de um congresso, que pode ser: científico, cultural, técnico, social, político, religioso, esportivo, recreativo e outros (MARANHO, 2008).

Diante do exposto neste texto, é possível compreender a relevância e complexidade do congresso. É uma modalidade que reúne profissionais ou pessoas com os mesmos interesses acerca de um tema que pode ser segmentado em subtemas, apresentados em diferentes formatos de eventos, com o propósito de debater entre pares, compartilhar, atualizar informações e produzir conhecimento. É um evento que engloba outros eventos menores para os quais deve haver profissionais capacitados. Daí a necessidade da formação de comissões que se dividem para gerenciar e executar tarefas, como a elaboração do regimento e regulamento, bem como a operacionalização e monitoramento de todas as etapas.

3.4 Planejamento de eventos científicos

O planejamento de um evento é fundamental. Como postula Martin (2007, p. 70), “o planejamento é a espinha dorsal do evento. É ele que dá o norte, que define o rumo para onde se deve ir, onde obter a sustentação econômica”. Independentemente de seu porte, trata-se de um tipo de ação complexa, que envolve a participação de diversas pessoas, de áreas distintas, com as quais devem estar alinhadas as informações e funções. Na ausência do planejamento, o evento estaria sujeito à casualidade. Não é infrequente a ocorrência de imprevistos, mas, paradoxalmente, até mesmo eles devem constar no planejamento para que o profissional responsável por sua realização possa tomar decisões assertivas.

As proposições de planejamento em eventos, abordadas na sequência, não se restringem ao evento científico, mas podem ser aplicados aos eventos dialogais, independentemente do tema a ser tratado. Apesar de alguns aspectos peculiares de cada um dos autores pesquisados, como o destaque no turismo trazido por Matias (2007, 2013), a comunicação organizacional de Meirelles (2003), Cesca (2008) e Fortes e Silva (2011), e os eventos científicos estudados por Giácomo (2007), observamos consonância na ênfase sobre a importância do planejamento em eventos.

Há diversas variáveis que podem interferir em um evento e, assim, Giácomo (2007) enfatiza a importância do planejamento e do profissional, que deve se identificar com as características da atividade para que possa atuar na área, como o risco e o imprevisto. Precedendo às nomenclaturas atribuídas às etapas de um evento, a autora segmenta os fatores

relacionados ao planejamento a partir da estrutura e as conjunturas que o envolve. Assim, no planejamento, existem os fatores estruturais, subdivididos em comuns e específicos, e os fatores conjunturais, divididos em ponderáveis e imponderáveis.

Os fatores estruturais comuns referem-se às questões universais necessárias às distintas classificações de eventos. São considerados fatores estruturais comuns a identificação e análise dos participantes, data e local, o tema, a programação, as estratégias de comunicação, os recursos financeiros e materiais, as instalações, a capacitação dos colaboradores, dentre outras. Os fatores estruturais específicos são necessidades peculiares de determinados tipos de eventos, como a necessidade de transporte aos participantes, a composição de mesa e um cerimonial mais elaborado, dentre outros (GIÁCOMO, 2007).

Encerrando os aspectos relacionados à estrutura dos eventos, há que considerar os fatores conjunturais, relacionados às ocorrências eventuais, que podem estar ou não previstas no planejamento, conforme explica a autora. Podem ser denominados ponderáveis, quando as ocorrências podem ser solucionadas por meio de atitudes preventivas dos organizadores. Para isso, a autora explica que é necessária a criação da lista “se”, que consiste em uma relação de materiais e providências possíveis que devem ser considerados em caso de imprevistos, como materiais de primeiros socorros, materiais de escritório, dentre outros.

Os fatores imponderáveis constituem aqueles que não estão previstos pelos organizadores, como enchentes, passeatas, greve no transporte, dentre outros, que possam causar transtorno ao evento. Apesar de não controláveis, é importante que, qualquer eventualidade nesse sentido, seja analisada e que sejam pensadas alternativas para sanar o problema. Isso é necessário para que, em edições futuras do evento, o fator imponderável ocorrido possa estar inserido na lista “se”, com possibilidades de providências a serem tomadas (GIÁCOMO, 2007).

Ao planejar um evento, é importante, também, compreender suas fases. Basicamente, um evento está composto de três etapas: pré-evento, que o antecede, o transevento, que é o acontecimento em si, e o pós-evento, que tem início após o término do evento. E, assim, o planejamento contempla essas etapas, classificadas a partir da ótica dos autores pesquisados. Matias (2007, 2013) divide o planejamento e organização do evento em quatro etapas: concepção, pré-evento, per ou transevento e pós-evento. A concepção é a chamada “incorporação da ideia” (MATIAS, 2007, p. 115) e está relacionada ao levantamento do maior número de informações possível sobre o que se pretende realizar: necessidade de realização do evento, objetivos, informações sobre o público de interesse, resultado esperados e estudo de viabilidade econômica e técnica, tempo, recursos, diretrizes e elaboração de projeto.

A etapa do pré-evento constitui o que podemos chamar de “alicerce” do evento, pois, estabelece as bases para sua operacionalização. Trata-se do planejamento em si, considerado “a fase decisiva do evento, na qual estão inseridos a coordenação executiva e os controles financeiro, técnico-administrativo e social do evento” (MATIAS, 2007, p. 116). As atividades contemplam os serviços iniciais, que são as ações que devem ser tomadas logo após a decisão de realizar o evento, como a busca de parcerias com empresas, levantamento de convidados, definição de responsabilidades e, ainda, abertura de conta bancária para o evento. Estabelecem-se, também, os serviços de secretaria, que deverá cuidar da gestão das informações.

Detalha-se, nessa etapa, o projeto, fundamental para a concretização da proposta e norteador das ações. Nesse documento devem estar definidos: modalidade do evento e seus objetivos, público e justificativa, local, data, tema e calendário, estratégias de comunicação e marketing, recursos audiovisuais e serviços diversos, transporte e hospedagem para participantes e convidados, programação social, cultural e turística, agência de turismo oficial, recursos financeiros e cronograma (MATIAS, 2007, 2013). O projeto contempla, assim, todo o levantamento realizado no pré-evento, fundamental para os resultados do evento. De acordo com a abordagem da autora, é necessário que as providências estejam alinhadas, como a pesquisa em calendários de eventos para que a data não coincida com outras atividades que possam concorrer direta ou indiretamente com o evento.

Embora sem abordagem direta, Matias (2007; 2013) contempla a importância do público, para o qual o evento deve agradar. A escolha do local, é primordial para que o público possa usufruir de bem-estar durante o evento. Para isso, é necessário considerar a facilidade de acesso, infraestrutura de serviços na região, capacidade de acomodação do público, estacionamento e outros. O local também contribui para a imagem do promotor do evento, uma vez que pode agradar ou descontentar os participantes. O tema deve estar condizente às expectativas do público, pois, “[...] este funciona como motivador para a participação no evento” (MATIAS, 2007, p. 120). A autora menciona a importância da programação social, cultural e turística, que integram a programação do evento. Esse é um dos aspectos fundamentais para a interação entre participantes, como já abordamos anteriormente, o qual facilita a criação e fortalecimento de redes de relacionamento.

Outros serviços são mencionados, ainda, de acordo com as necessidades de cada evento, como decoração, tradução, segurança, sinalização e outros. É importante considerar os instrumentos auxiliares de controle do planejamento, como o *briefing*, que é uma síntese das informações mais relevantes sobre o evento, e o *check list*, que contém a relação de providências a serem tomadas, os responsáveis por cada uma delas, o prazo e a situação na qual se encontra.

A etapa transevento é a “fase decisiva do evento [...] é o transcorrer das atividades, ou seja, a aplicação das determinações previstas no pré-evento, na qual todas as etapas do evento são acompanhadas mediante a aplicação do checklist por área”[...] (MATIAS, 2007, p. 139). A autora retoma o papel da secretaria, não apenas na gestão das informações, mas pelo apoio administrativo do evento, onde ficam os recepcionistas, que exercem papel crucial. O recepcionista é o primeiro contato do participante com o evento e, conseqüentemente, com o “clima” que começa a ser percebido. Mas, para isso, obviamente, são necessárias algumas condutas por parte desse profissional, como a gentileza, educação, presteza, paciência, conhecimentos gerais e da localidade receptora do evento.

O clima do evento é retomado nessa etapa e, é por meio dele que começamos a perceber a experiência vivida dos participantes. Trata-se de um fator subjetivo, observado pelo aspecto emocional das pessoas que se busca criar no ambiente de forma a envolver os participantes. Sobre esse fator, a autora ainda explica que

Esse “clima” não será determinado por um único aspecto, mas sim pela somatória de todos os fatores que compõem a organização, estimulando a comunicabilidade pela exteriorização de atividades subjetivas, de reações inconscientes de ordem física, intelectual e, principalmente, emocional (MATIAS, 2007, p. 141).

Esse elemento é destacado por outros autores da área de eventos. Apesar de divergências entre alguns aspectos, o clima é considerado um dos fatores fundamentais para o sucesso de um evento. Miyashiro (1987, p. 39) explica que ele é “o “espírito” do evento, a “alma”, ou seja, aquele aspecto totalmente imaterial, imponderável, mas que se torna presente em todos os participantes [...]”. Nesse sentido, o autor atribui sua importância como fator fundamental para o sucesso do evento, mas o define como um elemento imponderável, o qual não pode ser controlado, traduzindo-o como um componente subjetivo. No entanto, enfatiza o papel do planejamento, que deve possibilitar a criação de condições favoráveis para que o clima seja positivo.

Cristina Giácomo reitera a importância do clima nos eventos, mas discorda de Miyashiro (1987), quanto a ser esse um fator imponderável. Para Giácomo (2007, p. 47), o clima “não só é ponderável como pode perfeitamente ser previsto desde o início da formação da equipe que vai trabalhar em todas as etapas do evento”. É o resultado das diversas atividades realizadas, que têm início na etapa de planejamento e depende da forma com que a liderança gere as atividades a serem realizadas. Assim, “diz respeito ao ânimo de todas as pessoas envolvidas nesse processo” (p. 47). Deve ser percebido de acordo com os propósitos do organizador, como

formal ou descontraído, mas para que isso ocorra, é essencial que todas as etapas do planejamento sejam acompanhadas e controladas a fim de se evitar improvisos.

Nesse sentido, o clima, como fator ponderável dependerá da gestão do evento. Não se trata, como exemplifica Cristina Giácomo, de entregar mensagens de “boas vindas” aos participantes se, por outro lado, os recepcionistas demonstram insatisfação no trabalho. O clima não se constrói no transevento com procedimentos visíveis ao participante, os quais, muitas vezes, podem estar omitindo situações de adversidade no evento. O processo se inicia no planejamento e compete aos gestores a construção de uma experiência vivida favorável a todos os envolvidos no planejamento e realização do evento, que irá refletir no transevento aos participantes.

A partir dessa concepção, todas as ações contribuem para o clima do evento. Matias (2007) explica que as salas preparadas para públicos específicos também devem ser adequadas ao propósito e alguns cuidados com a estrutura são necessários. A sala VIP, onde convidados especiais e ministrantes são recepcionados pela equipe organizadora, deve estar localizada próxima ao evento, assim como deve possuir decoração agradável, serviço de copa, como explica a autora. Na contemporaneidade, o telefone, que era um dos recursos que deveria estar disponível na sala, torna-se obsoleto, haja vista a disponibilidade de telefones celulares e fácil acesso à internet. É importante, ainda, um espaço para a imprensa, com estrutura adequada às suas necessidades e, também, salas de comissões técnicas, dependendo do porte do evento.

A infraestrutura de apoio operacional, logístico e os equipamentos audiovisuais devem estar devidamente preparados e verificados para que, durante o evento, todo o suporte necessário para o evento esteja em funcionamento. O material de secretaria contempla diversos itens, não restritos ao uso da equipe de trabalho, mas podem, se necessário, atender aos participantes, como material de primeiros socorros, alfinetes, dentre outros. No ambiente externo, a infraestrutura de apoio também é necessária, como lembra Matias (2007), pois se refere às ações externas ao evento, como a recepção em aeroportos, posto de informações nos hotéis em que os ministrantes estarão hospedados, dentre outros. Tudo isso deve estar previsto no planejamento para que, ainda na etapa que antecede o acontecimento, as equipes responsáveis possam executar esse trabalho.

Com a finalização do evento, tem-se início a terceira etapa, o pós-evento, vivenciada, majoritariamente pela comissão organizadora do evento. É a etapa em que se avalia o evento, segundo Matias (2007) e, para isso, é necessária a utilização dos instrumentos de controle, elaborados no planejamento e utilizados nas etapas anteriores. Nessa fase, faz-se a comparação entre os resultados propostos com os resultados atingidos. A opinião dos participantes também

é fundamental para averiguar os resultados do evento, para isso, eles recebem um questionário para avaliação. A opinião da equipe de trabalho também é primordial. Faz-se, também, os pagamentos de fornecedores, arquivo de correspondências, agradecimentos, elaboração do relatório final, publicação de anais e, ao final, a divulgação do pós-evento, com as notícias gerais do evento para os meios de comunicação.

O planejamento também integra os estudos de Meirelles (2003), que apresenta vários pontos de convergência com Matias (2007), mas com outras denominações para tratar das ações que compõem as etapas de um evento. A primeira decisão, que antecede o planejamento, é a decisão política da organização na realização do evento e, concomitantemente, adequar o tipo de evento ao que se pretende informar. Cada tipo de evento possui características específicas e, por isso, a escolha correta é garantia de parte do sucesso do evento (MEIRELLES, 2003).

Sua proposta de planejamento, com base na grande quantidade de tipos de eventos existentes, é global, devendo o organizador adequar ao tipo de evento que irá realizar. Os fatores fundamentais a se considerar após a decisão de realizar o evento são: definição dos objetivos, público e estratégias. Os objetivos têm papel que antecede diversas tomadas de decisão, pois são eles que determinam o público do evento. Seu papel é “criar, estabelecer, firmar, manter e divulgar o conceito e a imagem de uma organização, pessoa, produto ou serviço” (p. 117). Nesse sentido, primeiramente, se decide o que se pretende alcançar na realização de um evento e, sucessivamente, define-se o público participante.

Quando trata dos públicos, a autora atribui-lhes um papel de relevância, ao defini-los como estratégicos. Com base nos estudos de Margarida Kunsch, ela explica que o público estratégico para uma organização é aquele que se torna mais importante em determinado contexto e “[...] a melhor forma de atingi-lo é a utilização do evento como instrumento da comunicação dirigida” (p. 118). Para o evento é preciso definir quem é o público importante, para o qual o evento será realizado. Vale ressaltar que o olhar da autora volta para o promotor do evento, pois, apesar de ressaltar o conceito de público estratégico, ainda fica perceptível o papel do público, denominado “alvo” (p. 117), que, em nossa concepção, cumpriria um papel de receptor passivo, que aguarda ser atingido pelos objetivos de outrem.

As estratégias são as ações que devem ser executadas para se atingir os objetivos almejados (MEIRELLES, 2003). São consideradas estratégias a alocação de recursos financeiros, análise de variáveis socioambientais, definição de local, data, dia da semana e horário, programação visual e divulgação. Vale retomar a discussão sobre estratégia, neste trabalho, que deve ultrapassar as ações que devem ser executadas, em especial, nos eventos, que têm como uma de suas características a ruptura com o cotidiano. A estratégia em eventos

deve apresentar um componente diferencial e inovador, para que possa, então, superar as expectativas dos participantes, mas não, necessariamente, atingi-los, uma vez que não são sujeitos passivos.

A alocação de recursos financeiros define as possibilidades de obtenção de receita e a previsão orçamentária. As variáveis socioambientais referem-se às características da localidade, como clima, cultura e aspectos políticos e legais. Antecedendo-se à proposição de um evento em determinada região, é importante conhecer os principais hábitos da população que reside no local. O espaço físico também deve estar adequado ao tipo de evento e, para isso, há diversos tipos de *layout* que podem ser selecionados. Os apoios operacional, logístico e externo também devem ser considerados, como a infraestrutura do local, disponibilidade de equipamentos, estacionamento, segurança e fácil acesso a serviços diversos, como transporte, alimentação, hospital e outros (MEIRELLES, 2003).

Sobre a definição de data, a autora também sugere a pesquisa em calendário de eventos para se evitar a abstenção de público. Os dias da semana também precisam ser pensados, pois alguns dias são mais adequados que outros. “A terça, a quarta e a quinta-feira são os dias de maior comparecimento: esse dado é histórico e deve ser respeitado”, conforme explica Meirelles (2003, p. 128). A programação visual tem como objetivo registrar e identificar o evento e, portanto, atrair a atenção do público. A divulgação também ganha relevância no planejamento e sua função é informar sobre o evento e gerar expectativa no público de interesse para o evento e demais pessoas. Pode ser por meio de assessoria de imprensa e a divulgação publicitária.

A definição da coordenação integra o planejamento do evento. É a etapa de definição de funções e de delegação do evento. Meirelles (2003) explica que o proprietário do evento é representado pela diretoria e “tem a função política de decidir pela sua realização ou não” (p. 142). A Comissão Organizadora deve estar subordinada à Diretoria e a coordenação é feita pela empresa organizadora do evento. Em caso de não haver uma empresa contratada para a organização do evento, a autora estabelece outras possibilidades de organograma para o planejamento.

A organização corresponde à etapa de pré-evento, ou seja, constitui a execução de todas as ações que antecedem o evento. Para a autora, consiste no estágio mais complexo do processo de preparação para o evento. Assim como Matias (2007), Meirelles (2003) relaciona as diversas ações a serem executadas, destacando a área de cerimonial e protocolo e o papel atribuído ao mestre de cerimônias, responsável por conduzir a cerimônia. Todas as providências para a

realização do evento devem ser definidas durante a organização, para que, tudo esteja preparado para a implantação do evento.

A implantação “é a fase final e executiva do evento, na qual a organização e os profissionais envolvidos têm sob sua responsabilidade o êxito ou o insucesso do evento” (MEIRELLES, 2003, p. 185). A implantação envolve as etapas trans e pós-evento, considerando sua realização e a avaliação final. Ganha destaque a abertura da cerimônia, que deve ser minuciosamente planejada a fim de evitar conflitos entre as pessoas que irão compor a mesa de honra. O mestre de cerimônias tem o papel de conectar os participantes com as sequências da solenidade e, para isso, deve se ater ao roteiro e *script* do evento. Os recepcionistas, nesta fase, atuam como conectores entre organizadores, a mesa de honra, participantes e mestre de cerimônias.

A avaliação, inserida nessa etapa, é o resultado de todas as outras que a antecedem, que evidencia a repercussão do evento. Por meio da avaliação, identifica-se as falhas para que sejam corrigidas nas edições futuras. Aos participantes é solicitado o preenchimento de um questionário que costuma contemplar os principais elementos que integraram o evento, como: expectativa dos participantes; programa; desempenho do apresentador; instalações físicas; equipamentos e recursos audiovisuais; materiais distribuídos e de apoio; organização geral e atendimento aos participantes e sugestões para as próximas edições (MEIRELLES, 2003).

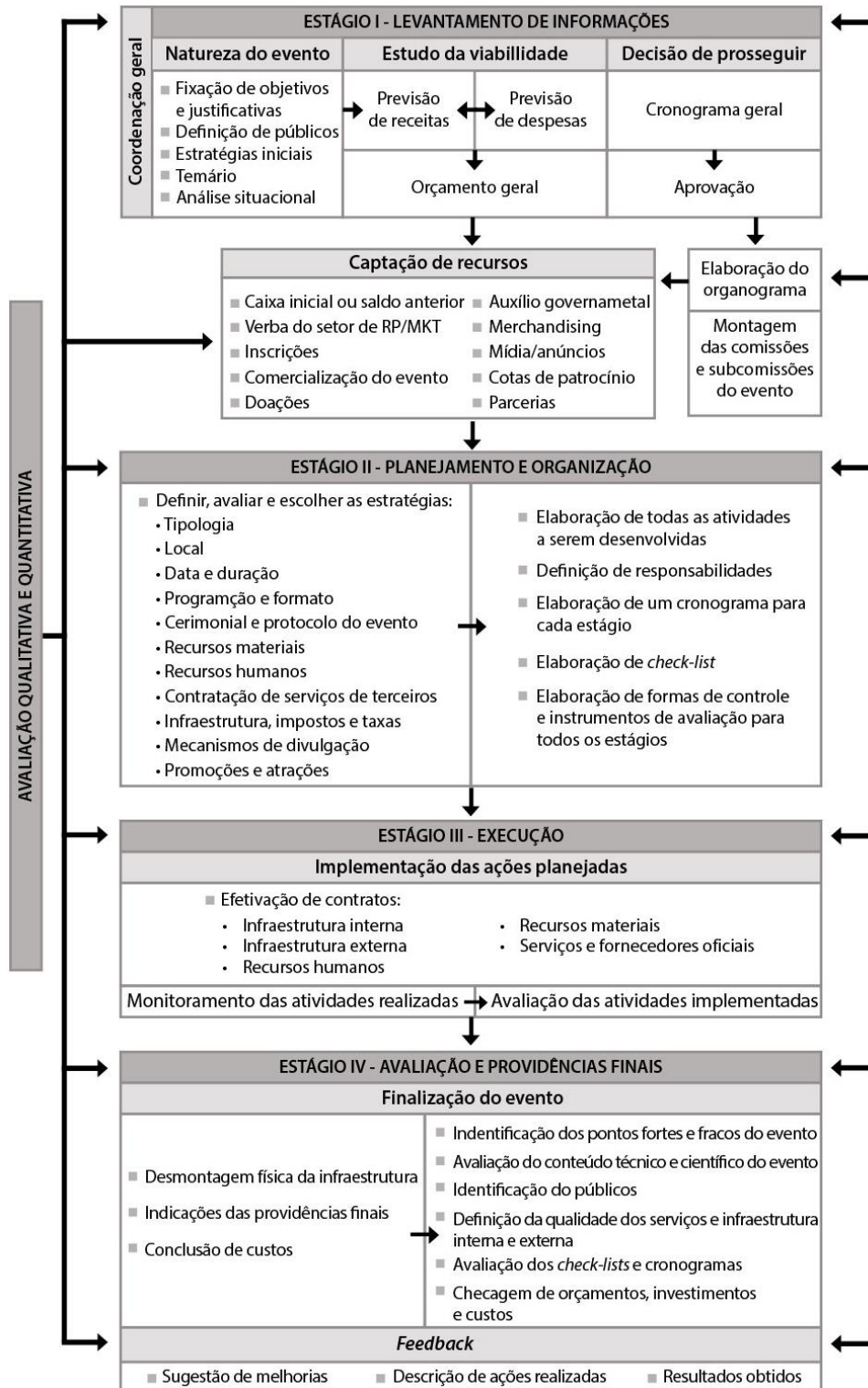
Ainda sobre planejamento, Fortes e Silva (2011) explicam que é ele que define o ponto em que uma organização se encontra no presente e para onde pretende se dirigir no futuro e, então, define as estratégias para atingir o objetivo. Fica evidente a visão dos autores sobre o papel dos eventos ao destacar o evento como uma função-meio, como já mencionado no capítulo dois. Se planejado adequadamente, a organização que o promove será, consequentemente, beneficiada. Vale ressaltar que, no caso dos eventos científicos, há o benefício para a organização, mas o propósito está na discussão de temas específicos e é importante que o planejamento contemple esse aspecto.

O início do processo de planejamento depende do ineditismo do evento. Fortes e Silva (2011) apresentam um roteiro para o planejamento e organização de eventos, de forma ampla, que abrange as etapas que envolvem desde a análise de viabilidade às providências finais, que compreendem as ações que devem ser executadas após o término do evento (FIGURA 1).

A proposta busca ser genérica aos diversos tipos de eventos e profissionais das áreas distintas que organizam eventos, mas insere algumas características específicas para os profissionais de Relações Públicas e Marketing no que se refere ao relacionamento com os públicos. Essa proposição é importante porque os autores vão além dos manuais que ensinam a

operacionalização de um evento e, então, enfatizam a necessidade de uma análise do macroambiente no qual se situa o evento.

Figura 1 – Modelo para planejamento e organização de eventos



Fonte: Fortes e Silva (2011, p. 43)

A primeira etapa consiste em um levantamento de informações, que se refere à natureza do evento e à viabilidade econômica. É necessário identificar o tipo de evento que irá atender aos objetivos propostos. Em seguida, é fundamental definir o público de interesse e, então, desenvolver as demais etapas, como analisar as estratégias iniciais, por meio do levantamento de recursos, infraestrutura, disponibilidade de serviços, dentre outros, “que possibilitem uma macrovisão do evento” (FORTES; SILVA, 2011, p. 44).

O passo seguinte é a definição do temário do evento, que se relaciona aos diversos aspectos do evento como definição do local, material de apoio, divulgação e outros. Os autores entendem que, faz-se, ainda, uma análise situacional, com o propósito de identificar nos ambientes internos e externos, os pontos fortes e fracos, bem como as possíveis ameaças e oportunidades.

O estudo de viabilidade é necessário para que se possa certificar da capacidade da organização promotora e, assim, definir a entrada de recursos e como serão aplicados, bem como sua captação e os custos do evento. O orçamento tem como função “se tornar o controle-mestre do evento” (p. 48), e, assim, comparar os custos reais com os custos previstos. A decisão de realizar o evento dependerá dos resultados do estudo da viabilidade. Todo o estudo, assim como o plano do evento, deve ser encaminhado para aprovação, para que seja elaborado o organograma do evento, com as comissões e subcomissões. Em seguida, inicia-se a captação de recursos.

O estágio II, denominado planejamento e organização, corresponde, ainda, à etapa do pré-evento. Nesta fase, há elementos parecidos com o estágio anterior, mas, de forma mais detalhada e rigorosa. Consiste na definição, avaliação e escolha das estratégias, das quais serão tomadas as decisões sobre: tipologia do evento, definição do local, data e duração, programação e formato, cerimonial e protocolo, recursos materiais e humanos, contratação de serviços de terceiros, infraestrutura interna e externa, tributos, impostos e taxas, divulgação e definição de promoções e atrações. Definem-se as atividades que serão desenvolvidas, a atribuição das responsabilidades, o cronograma para cada estágio e o *check list*. É necessário criar, ainda, formas de controle e instrumentos de avaliação, para que se possa assegurar que todas as atividades previstas aconteçam conforme o planejado (FORTES; SILVA, 2011).

O estágio III, chamado execução, consiste na etapa na qual se implementa, acompanha e monitora as ações planejadas. Os autores mencionam a efetivação dos contratos, definidos na etapa anterior, o monitoramento das atividades e a avaliação das atividades implementadas. A avaliação deve integrar toda a etapa de planejamento para que se possa observar e monitorar de forma crítica a análise exata dos resultados, embora a avaliação seja mais comum na etapa que

sucedo o evento. Quando corretamente aplicada, a avaliação é fundamental para o aperfeiçoamento do evento e o prestígio dos organizadores (FORTES; SILVA, 2011).

O estágio IV constitui propriamente a avaliação e providências finais, que devem ocorrer a partir do término do evento. Esta etapa consiste, inicialmente, da finalização do evento, que envolve a desmontagem física da infraestrutura, a reunião para a coleta de informações para *feedback*, o fechamento das contas, conclusão das obrigações contratuais, agradecimento aos participantes e parceiros e, para concluir, deve ser elaborado o relatório final. O relatório é um documento fundamental para realizar uma análise minuciosa do evento, bem como para propor alternativas para sanar eventuais problemas em edições futuras. Como explicam os autores, o relatório final é, também, um instrumento que contribui para a construção da imagem do profissional que organizou o evento.

As propostas dos diferentes autores pesquisados demonstram diversas semelhanças no que se refere, principalmente, ao aspecto logístico do planejamento. Há que se considerar, obviamente, todas as providências a serem tomadas para que o evento ocorra conforme o planejamento. No entanto, é importante um cuidado para que o planejamento não se restrinja a um conjunto de procedimentos a serem executados. Cesca (2008), Matias (2007; 2013) e Meirelles (2003) inserem o público de interesse como um dos itens do planejamento. Giácomo (2007) enfatiza a importância de sua escolha, para que estejam engajados com o tema do evento. Fortes e Silva (2011) evidenciam o olhar holístico sobre todos os aspectos que possam influenciar no evento.

Vale ressaltar que o público de interesse não é um alvo, como explica Giácomo (2007). Muitas vezes, o público tem sido denominado “público-alvo”, ao qual se atribui o papel de espectador, que será atingido pelos propósitos do promotor do evento. Com base nas discussões dos autores pesquisados, nossa proposta é, também, trazer um outro olhar para esse público, que se torna sujeito ativo na decisão de participar de um evento e, cada vez mais, compartilha suas experiências.

4 A MEDIATIZAÇÃO E AS TECNOLOGIAS DIGITAIS

Discutir a mediatização pressupõe, acima de tudo, compreender que os meios de comunicação ocupam um espaço central na sociedade, por isso, já não se pode mais considerá-los separadamente desse contexto. Ainda em processo de construção, o conceito de mediatização relaciona-se à influência dos meios de comunicação na cultura e na sociedade e, sobretudo, propõe um sentido de mudança (HJARVARD, 2012; HEPP, 2014). Embora a mediatização não esteja circunscrita aos recursos das tecnologias digitais, não se pode negar seu papel na aceleração das mudanças sociais e culturais, que resultam em novas formas de interação.

É importante esclarecer nossa decisão sobre o uso do termo “mediatização” em vez de utilizar a palavra “midiatização”. Embora com mais frequência seja encontrado “midiatização” (BRAGA, 2012a; HJARVARD, 2012; HEPP, 2009; 2014; HOLANDA, 2015; SODRÉ, 2006; VERÓN, 2014), como procedente do termo “mídia”, optamos por manter “mediatização”, como derivação do vocábulo latim *medium* e sua versão no plural *media*, “[...] no caso, redução da expressão inglesa *mass media*, meios de comunicação de massa [...]” (MARCONDES FILHO, 2009). Dessa forma, o termo “midiatização” é utilizado apenas quando houver citação direta.

Neste estudo, nosso enfoque sobre a mediatização aborda as transformações decorrentes das tecnologias digitais, com ênfase nas redes sociais da internet, que têm alterado a dinâmica da organização dos eventos científicos. No passado, os meios de comunicação eram utilizados para divulgar os eventos e, com a internet, houve uma mudança tão significativa, que parece impossível imaginar essas ações, atualmente, sem esses recursos. Nos eventos científicos, a internet também é um meio para divulgação, mas, constitui, sobretudo, um ambiente para interação dos participantes. No contexto virtual, o público pode acessar informações, fazer inscrição, submeter trabalho para aprovação, efetuar pagamento, acessar o conteúdo publicado e interagir com outros participantes em redes sociais.

Tudo isso mostra um elemento fundamental nas relações sociais: a interação. De forma presencial ou mediada, estamos constantemente interagindo. A mediatização, por sua vez, constitui um processo interacional, que resulta da onipresença dos meios de comunicação na sociedade. Precedendo o tema da mediatização, iniciamos este capítulo com o tema das interações, seus conceitos e classificação, na visão dos autores pesquisados.

Na sequência, apresentamos algumas vertentes encontradas no estudo da mediatização. Hjarvard (2004; 2012) apresenta uma abordagem institucional, com ênfase na submissão de

outras instituições à lógica de mídia, considerada uma instituição semi-independente. Hepp (2009; 2014), por sua vez, com base em alguns autores, apresenta os tipos e características da mediatização. Deuze (2012) amplia a noção sobre o tema ao afastar-se da influência da lógica de mídia. Dentre outros autores mencionados, trazemos Braga (2006; 2009; 2012a), que discute o papel das interações no processo de mediatização.

Para avançar no tema, adentramos no campo das tecnologias digitais, que evidenciam as mudanças nas práticas cotidianas. Torna-se expressivo o papel da internet, inicialmente, com a chamada “Web 1.0”, focada na disponibilização de informações, mas, ainda, estática, que avança para o modelo “Web 2.0”, que amplia as possibilidades interacionais (PRIMO, 2007; GABRIEL, 2010). Posteriormente, discutimos a importância das redes sociais da internet e as novas possibilidades interacionais na ambiência virtual (RECUERO, 2014b; PRIMO, 2008), que estão inseridas na chamada “comunicação digital” (TERRA, 2011). Para dar sequência ao tema da internet, retomamos a abordagem sobre interações, mas no contexto específico das redes sociais da internet.

Essas discussões reiteram o processo de transição do mundo analógico para o digital (CASTRO, 2010), característico da sociedade atual. Nos eventos científicos, como os congressos, os meios de comunicação adquiriram outros papéis, ampliados pelas tecnologias digitais. As plataformas da internet, mais colaborativas, permitem a produção e reprodução de conteúdo pelos próprios participantes, que assumem um caráter ativo nos eventos. Os eventos, assim, estão imersos em uma ambiência híbrida, caracterizada pelas ações presenciais, que resultam na vivência dos participantes, enquanto, por outro lado, antecedendo sua realização e concomitantemente a isso, o ambiente virtual, com ênfase às redes sociais, são espaços importantes para interação e identificação do perfil do público e suas expectativas.

4.1 Interações: do modelo face a face à modalidade mediática

No cotidiano, em nossas relações sociais, interagimos quase todo o tempo e de diferentes formas. Braga (2012b, p. 26) ressalta a importância das interações ao partir da premissa de que “as interações são o lugar de ocorrência da comunicação”. Para o autor, nossa realidade social é constituída por processos interacionais de referência, ou seja, pelas formas de interação que predominam nas sociedades. A mediatização, em sua visão, tende a se tornar o novo processo interacional de referência, o que nos leva a inferir que a mediatização é uma forma de interação. Por isso, torna-se importante uma abordagem sobre o conceito e as principais modalidades de interação para, em seguida, adentrarmos no tema da mediatização.

Embora tenha sido muito associado ao modelo conversacional, o conceito de interação ultrapassa o limite da relação presencial entre interlocutores e apresenta outros formatos e desdobramentos. O leitor de um livro, o espectador de televisão e o internauta em uma rede social, em contextos distintos, podem ser protagonistas no processo de interação social. O conceito é amplo e necessário para compreendermos a constituição das relações sociais.

Giddens (2005, p. 82) resume que “interação social é o processo pelo qual agimos e reagimos em relação àquele que estão ao nosso redor”. No entanto, o autor não explica o que delimita como “redor” e nos leva a deduzir que se refere a um dos modelos de interação, entre interlocutores presentes fisicamente. Enquanto seres sociais, a interação é um processo elementar dos indivíduos, que pode se prolongar no tempo e no espaço. Isso tudo fica mais evidente quando consideramos que as formas de interação ocorrem, também, pelos meios de comunicação.

De forma similar, Johnson (1997, p. 131) define interação como o “processo que ocorre quando pessoas agem em relação recíproca em um contexto social”. Embora essa definição tenha um caráter axiomático, o autor explica que o conceito distingue o comportamento e a ação. Ele ainda argumenta que

Na interação social, percebemos outras pessoas e situações sociais e, baseando-nos nelas, elaboramos ideias sobre o que é esperado e os valores, crenças e atitudes que a ela se aplicam. Nessa base, resolvemos agir de maneiras que terão os significados que queremos transmitir (JOHNSON, 1997, p. 131).

Com base nos conceitos apresentados, há diversas formas de classificar as interações. Para iniciar as discussões, trazemos as contribuições de Thompson (2008) que as segmenta em três categorias. A ênfase do autor recai sobre a interação presencial, que predominou durante a maior parte da história humana. Essa visão é criticada por Braga (2001), que entende não se tratar de uma hierarquia entre as possibilidades de interação, bem como por Hjarvard (2014), que contextualiza o conceito apresentado por Thompson.

Thompson (2008) explica que o desenvolvimento dos meios de comunicação produz novas formas de interação e de relação social, bastante distintas daquelas que prevaleceram durante a maior parte da história humana, em que as interações eram exclusivamente presenciais. Assim, o autor denomina as interações de acordo com o suporte necessário para sua ocorrência: interação face a face, interação mediada e a quase interação mediada.

A interação face a face ocorre no contexto presencial, no qual os participantes partilham do mesmo referencial de tempo e espaço. É considerada dialogal porque pressupõe-se o sentido

de ida e volta no fluxo de informação e comunicação. As interações se constroem enquanto estão acontecendo, pois não se pode prever seus desdobramentos, ainda que se possa pressupor com base no tema em discussão. Nesse modelo, os participantes, geralmente, “empregam uma multiplicidade de deixas simbólicas para transmitir mensagens e interpretar as que cada um recebe do outro” (THOMPSON, 2008, p. 78). Essas deixas simbólicas são importantes para complementar ou esclarecer a compreensão da mensagem por meio de expressões gestuais ou entonações na fala.

A interação mediada, por sua vez, implica o uso de um meio técnico para a transmissão da informação e conteúdo simbólico, segundo o autor. Essas interações podem ocorrer na utilização de conversas telefônicas, cartas ou e-mails. Nesse modelo, os participantes não compartilham do mesmo contexto espacial ou temporal. Além disso, não é possível presumir que as expressões denotativas serão entendidas. Há algumas perdas relacionadas às deixas simbólicas, conforme explica o autor: na interação por meio de uma carta, as expressões gestuais ou de entonação são suprimidas, enquanto há uma ênfase nos recursos da escrita. Com a restrição desses recursos simbólicos, requer-se mais esforços dos indivíduos na interpretação das mensagens.

O terceiro tipo de interação é denominada “quase interação mediada”. Thompson (2008) utiliza o termo “quase” para se referir às características que a distinguem dos dois modelos anteriores. Embora o autor atribua essa denominação restritiva (quase), podemos observar que ele se refere a esse tipo como sendo uma forma de interação. É com base nessas características que, na sequência, apresentamos a visão de Braga (2001) sobre esse modelo interacional e, justamente, a partir dessas peculiaridades vistas por Thompson como limitantes, Braga enfatiza sua importância.

Por se tratar de relações sociais decorrentes dos meios de comunicação de massa, como jornais, livros, televisão e outros, Thompson (2008, p. 79) explica que “a interação quase mediada se dissemina através do espaço e do tempo”. Duas características são ressaltadas pelo autor sobre esse modelo de interação ao ser comparada com os modelos anteriores. Em primeiro lugar, as formas simbólicas são elaboradas para um número indefinido de pessoas. Outro fator é que, ao contrário da interação face a face e da interação mediada, que são dialógicas, esse modelo é considerado monológico, pois, na visão do autor, o fluxo da comunicação é unidirecional. Por esses dois aspectos, Thompson justifica a classificação do modelo como “quase interação”. O autor explica que

[...] ela não tem o grau de reciprocidade interpessoal de outras formas de interação, seja mediada ou face a face, mas é, não obstante, uma forma de interação. Ela cria um certo tipo de situação social na qual os indivíduos se ligam uns aos outros num processo de comunicação e intercâmbio simbólico. Ela é uma situação estruturada na qual alguns indivíduos se ocupam principalmente na produção de formas simbólicas para outros que não estão fisicamente presentes, enquanto estes se ocupam em receber formas simbólicas produzidas por outros a quem eles não podem responder, mas com quem podem criar laços de amizade, afeto e lealdade (THOMPSON, 2008, p. 80).

Fica evidente, na chamada “quase interação mediada”, o caráter passivo do receptor, sob a ótica do autor, que não teria como responder ao produtor do conteúdo, por se tratar, em sua visão, de uma interação monológica. O autor apresenta um quadro comparativo com os três modelos de interação.

Quadro 2 – Modelos de interação de Thompson

Características interativas	Interação face a face	Interação Mediada	Quase-interação mediada
Espaço-tempo	Contexto de co-presença; sistema referencial espaço-temporal comum	Separação dos contextos; disponibilidade estendida no tempo e no espaço	Separação dos contextos disponibilidade estendida no tempo e no espaço
Possibilidade de deixas simbólicas	Multiplicidade de deixas simbólicas	Limitação das possibilidades de deixas simbólicas	Limitação das possibilidades de deixas simbólicas
Orientação da atividade	Orientada para outros específicos	Orientada para outros específicos	Orientada para um número indefinido de receptores
Dialógica/ monológica	Dialógica	Dialógica	Monológica

Fonte: Thompson (2008, p. 80)

O autor explica que as discussões sobre as interações não se esgotam com sua classificação. Há situações no cotidiano em que elas podem estar combinadas e adquirir um caráter híbrido. A discussão entre indivíduos em uma sala sobre um programa que assistem na televisão combinam, segundo Thompson (2008) a interação face a face com a quase-interação mediada. Além disso, o autor faz menção a outras possibilidades interacionais decorrentes das novas tecnologias da comunicação.

Importantes estudos sobre interação são realizados por José Luiz Braga. Antecedendo às reflexões do autor, justificamos a relevância da interação, fundamentada em um artigo em que o autor debate com Ciro Marcondes Filho sobre suas perspectivas na comunicação. Braga (2012b, p. 26) parte da premissa de que “as interações *são o lugar* de ocorrência da comunicação [...]”. O autor trata de diversos aspectos relacionados ao seu debate com Ciro, no entanto, para este estudo, retomamos a questão da escuta no processo comunicacional. Braga

explica que “[...] *a comunicação está na escuta*” (p. 30, grifo do autor). O processo interacional adquire relevância a partir da escuta, que supera o caráter passivo do receptor e possibilita que as interações se propaguem pelo espaço e pelo tempo.

Em um de seus estudos, Braga (2001) discute o conceito de interatividade e, a partir de seus desdobramentos, inferimos que o autor o utiliza como sinônimo de interação, fazendo uso do primeiro termo na maior parte de seu texto. O autor faz uma crítica ao modelo proposto por Thompson (2008)⁹, que identifica três modelos interacionais, restringindo o último à denominação “quase interação mediada”. Braga (2001, p. 109) atenta para a necessidade de superar a visão simplificada para o sentido de interação, como sendo, essencialmente ao modelo conversacional, realizado face a face, que constitui “interatividade direta, com reciprocidade entre fala e escuta dos interlocutores”.

As características do modelo dialogal são bem conhecidas, como as trocas realizadas em tempo real, a dependência de reações e respostas entre os interlocutores e por sua construção não estar pronta e se construir durante o processo interacional. Esse modelo costuma ser classificado como simétrico e o autor reitera a simetria atribuída a essa interação, lembrando que as trocas nem sempre acontecem dessa forma:

Existe mesmo uma simetria: a toda fala específica em uma conversação, pode se seguir outra fala, do interlocutor; a toda fala corresponde uma escuta e os interlocutores dispõem essencialmente dos mesmos recursos (fala e escuta) para dar andamento a sua interação. Esta *simetria estrutural*, entretanto, não deve nos fazer esquecer que as relações reais de troca na sociedade são frequentemente assimétricas em consequência de variados fatores pessoais, sociais, e de organização mesmo das interações específicas (BRAGA, 2001, p. 110).

A assimetria, portanto, não confere um caráter negativo às interações, bem como a forma mediada, realizada pela troca de mensagens em diferentes formas. A crítica de Braga (2001) está no conceito de interação atribuído por Thompson ao desconsiderar as interações mediáticas, tratando-as como “quase interações” quando cotejadas com os outros modelos. Para José Luiz Braga, não se deve focar nas lacunas observadas no modelo interacional dos meios, como a assimetria e a ausência de reciprocidade entre interlocutores, mas identificar suas características próprias.

Outra observação feita pelo autor, que remete às características que ele destaca nas interações mediadas é que ao afastar no tempo e no espaço os interlocutores, as interações “[...] incluem outras instâncias de passagem, outras ações e interações que não são apenas aquelas

⁹ A crítica feita por Braga (2001) à obra de Thompson, refere-se à edição de 1998. No entanto, a edição utilizada para este trabalho é a de 2008.

(nem redutíveis ou assimiláveis àquelas) que se passam “entre interlocutores”, certamente porque são diferidas e difusas” (BRAGA, 2001, p. 115). A crítica do autor é que Thompson tende a limitar o conceito de interação, quando ela não obedece ao fluxo bidirecional de comunicação e parece não considerar outras formas interacionais possíveis resultantes das características mediáticas.

Braga (2001) expande o conceito de interação, ao entender que a ausência do modelo conversacional nos meios não se constitui um problema, mas a torna mais complexa. Isso se deve ao abranger “[...] interações homem/produto e homem/meio-de-comunicação, além de relações entre outros interlocutores **sobre e a partir de produtos, sem necessária interferência de produtores/receptores em conjunto**” (p. 117, grifo nosso). Assim, ampliando a noção de interações mediáticas, o autor explica que elas se tornam difusas e diferidas.

É nesse sentido que o autor destaca que as interações se desenvolvem em torno e em consequência de mensagens, sejam essas compreendidas como produtos, textos, discursos e outros, que se amplificam e se prolongam no tempo e no espaço. Embora o autor não defina sua visão sobre os termos “diferidos” e “difusos”, sua abordagem nos leva a compreender que remetem ao efeito de se prolongarem e se disseminarem em várias direções, sem levar mais em conta os produtores originais das mensagens e sem que se possa determinar a cobertura de sua disseminação. Em sua visão, as interações são difusas e diferidas no tempo e no espaço e permitem outras ressignificações a partir da experiência e vivência dos atores sociais. O autor explica que

O que caracteriza fundamentalmente a *interação social mediatizada* é dispormos (à diferença do modelo conversacional) de uma produção objetivada e durável, que viabiliza uma comunicação diferida no tempo e no espaço, e permite a ampliação numérica e a diversificação dos interlocutores. Esta caracterização central, mesma, é que exige ultrapassar o recorte simplista ‘ações mútuas entre produtor e receptor’ (BRAGA, 2001, p. 119).

Por isso, para o autor, não se deve esperar um retorno ao produtor a partir de reações geradas aos receptores. O processo de comunicação mediática é difuso e diferido, portanto, o fluxo de retorno mantém essa lógica, constituindo-se, também, prolongado e disseminado no tempo e no espaço. Não se pode controlar os impactos das interações uma vez que não há controle sobre os receptores e suas apropriações e produção de sentido. O autor ainda enfatiza que

Um modelo de interatividade diferida/difusa envolve portanto mais que relações diretas e bidirecionais entre produtores e receptores. Além de buscarmos relações entre subsistemas – através de interações diferidas e difusas *nos dois sentidos* – é preciso ainda permear estas relações em fluxos mais amplos na sociedade, através de suas mediações culturais (BRAGA, 2001, p. 121).

Ganha relevância, a partir dessas discussões, o conceito de circulação, que para Braga (2012a), não se circunscreve ao intervalo entre o polo da emissão e recepção, mas ao que ocorre a partir das apropriações da recepção. O autor destaca que “[...] mais um passo deve ser proposto: indo além das relações diretas entre produtor e receptor, importa o fato de que este último faz seguir adiante as reações ao que recebe” (p. 39). Ao tratar dos meios de comunicação de massa, ele destaca que os produtos que circulam desses meios são retomados em outras instâncias, não restritas à recepção. Nesse sentido, torna-se pertinente a compreensão da ausência de controle das interações após a circulação, que se prolongam (diferem) e se disseminam (difundem) no tempo e no espaço.

Embora não utilize os termos “diferido” e “difuso”, é nesse sentido que Hjarvard (2012) entende as interações mediáticas. Elas se prolongam e se disseminam no tempo e no espaço, sem a imprescindibilidade de presença física e simetria entre os interlocutores. A escolha de Thompson para classificar as interações mediáticas como “quase interação”, torna-se um equívoco. Para o autor,

De um ponto de vista sociológico, nem a interação entre o leitor e o artigo de jornal, nem aquela entre o telespectador e o programa de televisão é menos verdadeira ou significativa do que uma conversa sobre o artigo ou o programa na mesa do café da manhã. A circunstância de que a comunicação de massa não permite que o receptor responda imediatamente ao emissor não significa que nenhuma ação ou comunicação da parte do receptor em relação a um artigo tenha lugar. A própria exposição a um jornal ou a um canal de televisão representa um ato que tem significado social para o receptor e o emissor igualmente [...] (HJARVARD, 2012, p. 77).

Considerando as possibilidades tecnológicas decorrentes da internet, na contemporaneidade, as interações ocorrem também em tempo real, entre os meios tradicionais de massa e os indivíduos, por meio de recursos como as mensagens instantâneas dos *smartphones*. Isso, por sua vez, não implica simetria na interação, haja vista a ausência de presença física, porém, não pode se considerar que se trata de um processo de “quase interação”. Além disso, os meios de comunicação interpessoal, permitem que um emissor envie mensagens a vários receptores de forma análoga aos meios de comunicação de massa. No entanto, a visão de Thompson para classificar os tipos de interação, reflete um cenário mediático antigo, que está ultrapassado nos dias atuais (HJARVARD, 2012).

Stig Hjarvard, por sua vez, entende que seria mais satisfatório classificar as interações em comunicação não-mediada, referindo-se àquelas face a face, e a comunicação mediada. Desta última, o autor sugere a denominação de sub-categorias para diferenciá-las, como mão única ou dupla, interpessoal ou de massa e assim por diante. As interações pelos meios de comunicação apresentam algumas peculiaridades relacionadas aos atores sociais e como se definem as situações sociais. Segundo o autor, isso resulta em consequências de longo alcance.

A primeira consequência torna-se evidente não apenas nos meios de comunicação tradicionais de massa, mas parece se amplificar com os recursos da internet. Os meios permitem interações entre pessoas em longas distâncias e a pluralidade de interações sociais ao mesmo tempo. O autor ilustra sua visão, lembrando que podemos assistir televisão enquanto conversamos com pessoas. No que se refere às possibilidades interacionais da internet, é possível manter diversas janelas abertas ao mesmo tempo e manter a comunicação *on line* com diferentes pessoas ao mesmo tempo.

O segundo ponto abordado pelo autor determina que **“os meios de comunicação permitem aos atores otimizar a interação social em benefício próprio** de duas maneiras principais: eles aliviam o peso das relações sociais do ator e permitem um maior grau de controle sobre o intercâmbio de informações” (HJARVARD, 2012, p. 79 – grifos do autor). Os meios de comunicação permitem a escolha dos indivíduos sobre as interações sociais, uma vez que está no controle dos indivíduos a forma de participar de atividades sociais. As interações por mensagens instantâneas em telefone móvel minimizam esforços demandados por encontros face a face. Além disso, permitem gerenciar as informações enviadas e recebidas, divergindo da comunicação presencial, em que todos os participantes têm acesso ao vivo às informações.

Com base nas discussões apresentadas sobre as interações, o próximo item irá abordar a mediatização, processo que permeia a realidade social contemporânea, cujo conceito encontra-se em processo de construção. O tema das interações será retomado na seção que trata das redes sociais da Internet, por se tratar de um tipo específico de interações que ocorrem na ambiência virtual.

4.2 A mediatização

O conceito de mediatização é amplo e, com base nos autores pesquisados, trata de um conceito em desenvolvimento. Por um lado, constitui um estudo contemporâneo, mas seus primórdios podem ser encontrados na obra de Ernst Manhein, de 1933, na qual o autor trata da mudança das relações sociais na modernidade, em decorrência dos meios de comunicação de

massa (HEPP, 2014). O cenário atual, em que os meios de comunicação se adequam às novas demandas sociais e outros meios são incorporados ao cotidiano, a mediatização constitui “um novo quadro teórico para reconsiderar questões antigas, embora fundamentais, sobre o papel e a influência da mídia na cultura e na sociedade” (HJARVARD, 2012, p. 54).

Um fator importante é que os meios de comunicação permeiam toda a sociedade e não podem mais ser considerados elementos externos das instituições sociais e culturais (BRAGA, 2012a; HJARVARD, 2012; HOLANDA, 2015). Um dos pilares que sustentam o conceito de mediatização é o de transformação. Quando se fala em influência dos meios na sociedade, a ênfase não está no conteúdo da mensagem, mas, como explica Hepp (2014, p. 46), a mediatização “[...] também sugere um processo de mudança”. A visão sobre o conceito, porém, não é unânime, há diferentes abordagens sobre a mediatização.

Sobre os efeitos observados pela mediatização da vida social, Holanda (2015) entende que se trata de um processo sem limites, que influencia todos os aspectos da vida social atual. O surgimento do ambiente virtual, situado como um espaço mediático, distinto do paradigma tradicional da comunicação massiva, constitui uma forma de mediatização das próprias relações sociais. Em uma retomada das principais abordagens sobre o tema, o autor propõe três vertentes que orientam os estudos da mediatização.

A primeira categoria traz uma abordagem crítica da mediatização, com ênfase ao efeito nocivo decorrente da lógica de mídia aos demais campos sociais. Seria uma espécie de “colonização” das demais instituições sociais que estariam submetidas à manipulação mediática. O papel dos meios de comunicação estaria voltado apenas a serviço da expansão do capital, do controle disciplinar e da dominação política. O autor expõe sua visão sobre essa perspectiva da mediatização:

O elemento comum a todas as críticas é a ameaça de distorção dos campos sociais por um elemento exógeno, de acordo com uma estratégia de dominação, seja colonizando o tempo livre e viabilizando a Indústria Cultural, seja como globalização do projeto disciplinar do controle panóptico, como instauração de uma sociedade do espetáculo, de uma era do simulacro; entre inúmeras outras variações (HOLANDA, 2015, p. 4).

A segunda categoria, proveniente da Escola de Montreal, “vê a sociedade atual como resultado de transformações tecnológicas, principalmente nos meios de comunicação e de processamento de informações” (HOLANDA, 2015, p. 4). Essa vertente, caracterizada por uma visão restritiva da mediatização, recebe críticas por separar os fenômenos dos fatores sociais e, até mesmo por desconsiderar o processo de inovação tecnológica, o qual, decorre, muitas vezes,

de processos não tecnológicos. Nessa categoria, a sociedade passa a ser determinada por seu repertório tecnológico.

Para finalizar, a terceira categoria trazida por Holanda (2015) tem sido confundida ou reduzida à Cibercultura. Essa vertente tem recebido críticas por ser acusada de manter o mesmo determinismo tecnológico das escolas norte-americanas. No entanto, como explica o autor, seus autores têm somado esforços, nem sempre bem sucedidos, de evidenciar que o foco do estudo está na “na sinergia entre processos sociais e avanços tecnológicos responsáveis pela intensa e rápida virtualização das práticas culturais em situações cada vez mais marcadas pela independência da contiguidade espaço-temporal” (p. 4).

Além das tendências apresentadas para os estudos da mediatização, há diferentes formas de classificá-las a partir da ótica trazida pelos pesquisadores. Em um de seus estudos, Hepp (2009) explica que, nas discussões sobre mediatização, há duas vertentes. A primeira, já mencionada por Holanda (2015), denominada institucional, relaciona o conceito de mediatização a uma lógica de mídia, que está ativa em diversos campos sociais. Esse posicionamento enfatiza que os atores e organizações dos diversos setores da sociedade, como a política, ciência, religião e outros, se adequam em função dessa lógica.

A segunda posição constitui uma crítica a essa visão linear, ao defender que as diversas dimensões sociais não são tão homogêneas para serem simplesmente moldadas por essa lógica de mídia. Mais recentemente, o autor explica que essa vertente da mediatização é denominada socioconstrutivista (HEPP, 2014). Essas duas categorias serão explicadas ainda neste texto.

A noção geral de mediatização implica a ideia de que os meios de comunicação possuem certa especificidade que exerce uma influência na sociedade e na cultura. Dessa influência, decorrem mudanças, assim, a mediatização envolve, também, as consequências dessa influência, ou seja, as modificações sociais e culturais. Nesse sentido, a mediatização pode ser definida como “o conceito usado para analisar a inter-relação (de longo prazo) entre a mudança da mídia e da comunicação, por um lado, e mudança da cultura e da sociedade, por outro, de uma maneira crítica” (HEPP, 2014, p. 51).

Para a compreensão da mediatização, de uma forma generalizada, é necessário teorizar a relação entre a mudança dos meios e demais processos sociais, de uma forma mais complexa que a realizada pela teoria dos meios. Não se trata, na visão de Hepp (2009; 2014), de considerar apenas uma lógica de mídia linear, mas compreendê-la de uma forma mais geral como um quadro para pesquisar a relação entre os meios e as mudanças culturais. Para isso, inicialmente, o autor propõe diferenciar dois aspectos sobre a mediatização: o quantitativo e o qualitativo.

O aspecto quantitativo da mediatização é sintetizado pelo autor como aquele caracterizado pelo uso da palavra “mais”. No decorrer da história, o número de meios tecnológicos disponíveis, bem como as diferentes possibilidades de uso desses meios têm aumentado. Nesse aspecto, Hepp (2009, 2014) resume a mediatização como um processo contínuo do aumento da comunicação mediática em nível temporal, espacial e social. A comunicação se propaga e se prolonga, cada vez mais, no tempo, no espaço e, conseqüentemente, socialmente.

Sobre o nível temporal, o autor explica que os meios tecnológicos têm se tornado mais acessíveis o tempo todo. A própria televisão converteu-se, cada vez mais, em fluxo contínuo de comunicação mediada, assim como a internet, que propicia o acesso incessantemente. O nível espacial refere-se à expansão dos meios tecnológicos, ultrapassando a determinação de espaços específicos. Como exemplo, o autor lembra que o telefone já foi, no passado, um meio de comunicação fixo, o qual pertencia a um determinado espaço, como o telefone público ou domiciliar. O telefone pessoal móvel, por sua vez, está disponível, virtualmente, em todos os espaços (HEPP, 2009).

O nível social, segundo o autor, já está incorporado nos níveis mencionados anteriormente, uma vez que a onipresença dos meios marca e altera os distintos contextos sociais. Hepp (2009) lembra do computador, que, no passado, era um meio estático, utilizado em local determinado e, cada vez mais, na contemporaneidade, o uso do computador abrange os mais diferentes espaços sociais. Esses três níveis são suficientes, em sua visão, de nos levar a entender que a mediatização, de fato, constitui muito mais que um processo linear.

O aspecto qualitativo, por sua vez, refere-se às especificidades de certos meios no processo de mudança social e cultural (HEPP, 2014). Isso quer dizer que “[...] importa o tipo de mídia usada para cada tipo de comunicação” (p. 51). Além disso, a perspectiva qualitativa se concentra na inter-relação entre como os meios tecnológicos estruturam o modo de nos comunicarmos e como o modo de nos comunicarmos pelos meios reflete as mudanças tecnológicas nesses meios¹⁰ (HEPP, 2009). A expressão “*media technological change*”, utilizada pelo autor, refere-se às mudanças do sistema tecnológico desses meios, que têm se dinamizado por meio da digitalização e da “miniaturização”¹¹.

Assim, chegamos às duas formas de mediatização definidas por Hepp (2014): a institucional e a socioconstrutivista. O autor explica que a mediatização institucional se refere,

¹⁰A mudança tecnológica dos meios refere-se à explicação nossa sobre a expressão utilizada pelo autor: “*media technological change*”.

¹¹ Tradução nossa para referirmos ao sentido de compactação dos meios tecnológicos.

principalmente, aos estudos dos meios de comunicação tradicionais de massa, com ênfase à influência decorrente da lógica de mídia, enquanto a corrente socioconstrutivista volta-se para as práticas de comunicação cotidianas. As duas vertentes, embora apresentem enfoques distintos para a mediatização, destacam a centralidade dos meios de comunicação na sociedade.

A abordagem socioconstrutivista, embora presente, também, conceitos da teoria de mídia, fundamenta-se, principalmente, no interacionismo simbólico e na sociologia do conhecimento. Hepp (2014) retoma sua visão sobre a contextualização dos meios na sociedade, como fenômeno que a permeia e, nessa corrente de mediatização, as mudanças dos meios de comunicação e a evolução nas formas comunicativas acontecem concomitantemente e se influenciam mutuamente. Sobre a mediatização socioconstrutivista, o autor explica que

O intuito desse tipo de pesquisa é investigar a inter-relação entre a mudança da comunicação midiática e a transformação sociocultural como parte das práticas de comunicação cotidianas, e como a alteração dessas práticas está relacionada à construção da realidade comunicativa em mudança. Em consideração aqui está não apenas a mídia de massa *clássica*, mas especialmente a assim chamada *nova* mídia da internet e da comunicação móvel (HEPP, 2014, P. 49).

A mediatização constitui, assim, um processo complexo. Para Hepp (2014), a contextualização torna-se elemento fundamental para sua compreensão. É necessário considerar as conjunturas que proporcionam diferentes processos de mediatização, em tempos distintos e para diferentes grupos de pessoas. Embora o autor tenha apresentado as duas correntes de mediatização, há autores que se posicionam entre as duas tradições, como Schulz (2004). O autor explica, ainda, que, recentemente, as duas tradições têm ampliado suas concepções: a corrente institucional tem repensado o conceito de lógica de mídia e a corrente socioconstrutivista vem considerando a necessidade de pesquisar o aspecto institucional da mediatização.

Os argumentos, complexos e contraditórios da mediatização, enfatizam menos a relação entre os meios de comunicação de massa e a política, e enfocam mais o contexto da vida cotidiana (HEPP, 2014). Ao definir a mediatização, Schulz (2004) reitera a mudança dos meios de comunicação e a influência na realidade social, esclarecendo que os meios possuem um papel-chave nesse processo de mudanças. Assim, o autor apresenta quatro processos, que, inicialmente, descrevem a mediatização e constituem componentes de um processo complexo de transição. São eles: a extensão, substituição, amalgamação e acomodação.

A extensão refere-se à ampliação de possibilidades da comunicação humana em decorrência dos meios de comunicação. Schulz (2004) argumenta que a comunicação humana

é limitada em termos de espaço, tempo e expressividade, mas, em decorrência dos meios de comunicação, ela é ampliada, ultrapassando esses limites. Com os avanços tecnológicos, isso se torna mais evidente, pois eles possibilitam o aumento da capacidade de transmissão, bem como a qualidade de codificação das mensagens, permitindo que a comunicação se estenda, ultrapassando barreiras geográficas e temporais.

A substituição tem relação às mudanças que os meios de comunicação trouxeram nas práticas e instituições sociais. Muitas ações não mediáticas passaram a ser realizadas pelos meios, bem como as próprias ações mediáticas sofreram influência dos próprios meios e se readequaram. Para ilustrar, Schulz (2004) cita os jogos por computador que podem substituir os competidores humanos e utiliza o exemplo de Hjarvard (2004, 2012) sobre a utilização do banco *on line* que substitui a interação com o caixa de um banco. Nesse exemplo, vale mencionar que a substituição é um processo que tem se modificado. O uso do banco *on line* substitui, também, a interação com as máquinas disponíveis nos bancos, que já substituíam a comunicação interpessoal.

Schulz (2004) entende que a extensão e a substituição não são processos excludentes, mas são complementares. Se por um lado a televisão pode substituir a interação familiar, ela apresenta temas que podem estimular a conversa entre os familiares. O autor faz menção aos eventos mediáticos, os quais, muitas vezes, aumentam a relevância simbólica das cerimônias. Os recursos das tecnologias digitais podem substituir a conversação face a face, mas por meio do telefone, e-mail ou mensagens instantâneas, aceleram a comunicação e permitem sua expansão no tempo e no espaço. Nesse sentido, as tecnologias digitais podem ser vistas como substituição e extensão simultaneamente.

A amalgamação implica a combinação entre atividades mediadas e não mediadas que se fundem no cotidiano. O autor explica que no contexto dos meios de comunicação não apenas se observa a extensão e substituição de atividades não mediáticas, mas elas se combinam umas com as outras. Isso se torna evidente quando se ouve o rádio enquanto se dirige ou se assiste a televisão durante o jantar. Com base com o exposto, o autor entende que “à medida que o uso dos meios de comunicação se torna parte integrante da vida privada e social, a definição da realidade dos meios se confunde com a definição social da realidade” (SCHULZ, 2004, p. 89).¹²

O quarto processo discutido pelo autor é a acomodação. Sob a ótica da Sociologia, a acomodação é um processo social no qual os indivíduos se ajustam a uma determinada situação, sem que tenha havido, necessariamente, modificações internas. Ao tratar da mediatização,

¹² Tradução nossa para “as media use becomes an integral part of private and social life, the media’s definition of reality amalgamates with the social definition of reality”

Schulz (2004) entende que a existência dos meios de comunicação é suficiente para provocar mudanças. Indubitavelmente, os meios de comunicação contribuem para o crescimento do produto interno bruto, fornecem empregos para milhares de pessoas e como canais de publicidade, constituem importantes catalisadores empresariais. O autor explica que os diversos atores e instituições sociais se acomodam à maneira como os meios de comunicação operam.

Stig Hjarvard, pesquisador da abordagem institucional da mediatização, estabelece o conceito de mediatização como o “processo de *dupla face* no qual a mídia se transformou em uma *instituição semi-independente* na sociedade à qual outras instituições têm que se adaptar”. (HYARVARD, 2012, p. 53 – grifos do autor). Sua abordagem está voltada aos meios de comunicação como instituições autônomas, para as quais as demais instituições se ajustam, ou seja, se tornam dependentes de sua lógica de produção. Nesse sentido, o autor entende que os meios se difundem para outras instituições, se confundem com elas e as influencia, como é o caso da política, da ciência e da religião, temas aos quais diversos pesquisadores da mediatização têm se dedicado.

Precedendo as reflexões sobre o tema, vale retomar o contexto histórico e social que influenciou a disseminação do processo de mediatização. Hjarvard (2004), em um estudo sobre o contexto do mercado de brinquedos, atribui à globalização e à comercialização, papéis determinantes para impulsionar a mediatização. E como essa relação procede? Os meios de comunicação são considerados a tecnologia-chave para a extensão e propagação de atividades sociais em todo o mundo. Por seu alcance global, os meios de comunicação, com ênfase nas tecnologias digitais, contribuem para a expansão mundial de diversas marcas. Assim, “a mediatização é um importante meio pelo qual as atividades sociais e culturais podem ser subsumidas a uma forma de mercadoria e, por meio disso, ser exploradas para fins comerciais¹³” (s.p.).

Essa visão é reiterada, alguns anos depois, quando Hjarvard (2012) explica que a mediatização não constitui um processo universal aplicável em todas as sociedades, mas é um processo que acelerou nos últimos anos do século XX, principalmente em sociedades ocidentais e altamente industrializadas. O autor lembra de localidades como a Europa, Estados Unidos, Japão e Austrália para exemplificar a disseminação da mediatização, mas entende que outros lugares serão influenciados pela mediatização, à medida que a globalização avança. A importância da globalização para os efeitos da mediatização é explicada pelo autor:

¹³ Tradução nossa para “Mediatization is an important way in which social and cultural activities can be subsumed to a commodity form and through this, be exploited for comercial purposes” (HJARVARD, 2004, s.p.).

A globalização está relacionada com a mediatização de, pelo menos, duas maneiras: por um lado, a globalização pressupõe a existência dos meios técnicos para estender a comunicação e a interação em longas distâncias e, por outro, ela impulsiona o processo de mediatização através da institucionalização da comunicação e da interação mediadas em muitos novos contextos (HJARVARD, 2012, p. 65).

Para o autor, é inquestionável a ubiquidade dos meios de comunicação na sociedade, razão pela qual não se pode descontextualizá-los das demais instituições sociais e culturais. Obviamente, os meios não estão restritos às tecnologias que as instituições ou indivíduos decidem utilizar ou não, de acordo com sua preferência. A influência dos meios decorre, principalmente, do fato de eles terem se tornado parte integral do funcionamento das demais instituições, por outro lado, os meios atingiram um nível de autoridade que leva essas instituições a se submeterem à sua lógica (HJARVARD, 2012; 2014).

Alguns elementos da perspectiva de Schulz (2004) são compartilhados por Hjarvard (2012), no que se refere aos processos de extensão, substituição, amalgamação e acomodação, assim como a validação empírica, por meio da análise histórica, cultural e sociológica. No entanto, Hjarvard (2012) se desvia dessa concepção por sua visão institucional da mediatização e sua aplicação ao contexto histórico, no qual os meios de comunicação adquiriram autonomia enquanto instituição social e se relaciona às demais instituições. O autor explica sua concepção sobre a mediatização como o

[...] conceito central em uma teoria sobre a importância intensificada e mutante da mídia dentro da cultura e da sociedade. Por mediatização da sociedade, entendemos o processo pelo qual a sociedade, em um grau cada vez maior, está submetida a ou torna-se dependente da mídia e de sua lógica. Esse processo é caracterizado por uma *dualidade* em que os meios de comunicação passaram a estar *integrados* às operações de outras instituições sociais em pleno direito. Como consequência, a interação social – dentro das respectivas instituições, entre instituições e na sociedade em geral – acontece através dos meios de comunicação (HJARVARD, 2012, p. 64).

A abordagem institucional da mediatização apresenta algumas vantagens para a compreensão da transformação na relação estrutural entre os meios de comunicação e demais instituições sociais. Hjarvard (2014) elenca três aspectos para explicá-las. Inicialmente, quando se trata das transformações estruturais entre os meios e outras esferas sociais, o autor enfatiza o processo de longa duração. Diferente da mediação, que o autor restringe à utilização de um meio “[...] para práticas comunicativas específicas em interação situada [...]” (p. 24), a mediatização volta-se para os novos padrões que se constroem nas interações sociais e nas relações entre os atores sociais, que empregam a comunicação mediada.

Outro aspecto positivo dessa abordagem, é que a mediatização institucional aborda o nível “meso” das questões sociais e culturais, ou seja, se refere a uma teoria de médio alcance. Isso quer dizer que essa perspectiva não propõe uma teorização sobre uma espécie de mediatização em nível macro, considerando uma influência universal dos meios de comunicação na sociedade e na cultura, ou nível micro das inúmeras formas de interação social. Os fatores histórico e geográfico são variáveis importantes na visão do autor, os quais podem interferir na generalização dos resultados, considerando-se, assim, cada ocorrência especificamente.

O terceiro aspecto trazido por Hjarvard (2014) constitui justamente um ponto contestado por Holanda (2015), já mencionado no início deste texto. Para Hjarvard (2014, p. 25), a mediatização institucional “não concerne à colonização definitiva pela mídia de outros campos, mas diz respeito, ao invés disso, à crescente interdependência da interação entre mídia, cultura e sociedade”. Sob esse ponto, os autores divergem, uma vez que Holanda (2015) atribui ao autor uma espécie de colonização dos meios com relação às demais instituições. No entanto, para Stig Hjarvard, a preocupação desta abordagem está no que ele chama de codesenvolvimento e mudanças recíprocas que se observam nos aspectos institucionais dos meios e das demais instituições.

Com base em sua visão institucional, Hjarvard (2004) sugere, ainda, que a mediatização é um processo no qual os elementos essenciais das atividades sociais e culturais, tais como trabalho, lazer, dentre outros, assumem o formato de meio de comunicação. Como meio, o autor entende qualquer tecnologia que permita a transferência de conteúdo simbólico ou, ainda sua interação através do tempo e do espaço. Nesse sentido, as atividades sociais e culturais podem assumir a forma de meio de comunicação de forma mais forte ou mais fraca.

A mediatização forte, também chamada de direta, ocorre quando ações que não eram realizadas, anteriormente, através dos meios de comunicação, passam a ser executadas em interação com um meio. O jogo de xadrez ilustra esse tipo de mediatização (HJARVARD, 2004; 2012), uma vez que, inicialmente, era praticado, necessariamente, com a presença física de jogadores e, atualmente, pode se jogar por meio do computador, mantendo-se as regras e criando ações que, presencialmente não seriam aplicáveis, como salvar resultados e acompanhar as *performances* obtidas. Outra prática de mediatização direta é a utilização do banco *on line*, que possibilita a realização de uma pluralidade de serviços pelo computador, e, mais recentemente, pelo *smartphone*, sem a necessidade da presença física em agências bancárias.

A mediatização fraca, ou indireta, “é quando uma determinada atividade é cada vez mais influenciada, no que diz respeito à forma, ao conteúdo ou à organização pelos símbolos ou mecanismos midiáticos” (HJARVARD, 2012, p. 67). Diferentemente da mediatização direta, embora o conceito de interação esteja presente, ela se torna uma consequência da influência dos meios de comunicação no cotidiano. O autor menciona a ação de alguns restaurantes de *fast food*, os quais vinculam a compra de seus produtos com o fornecimento de brindes relacionados a algum filme que esteja em evidência no momento. Também se enquadra em um contexto de mediatização indireta a construção intertextual entre os meios de comunicação e outras instituições, como as narrativas apresentadas sobre um determinado país as quais constituem o que a audiência passa a conhecer sobre ele.

Em síntese, Hepp (2014) explica que a abordagem institucionalista de Stig Hjarvard é pautada por dois pontos. Em primeiro lugar, sua abordagem analisa os relacionamentos entre os meios de comunicação como instituição e as demais instituições sociais. O segundo ponto, consequência do anterior, é a utilização do conceito de mediatização para se referir apenas a uma forma específica da institucionalização dos meios, considerada autônoma, que, em sua visão, é condição para que os meios de comunicação, como instituição, exerçam influência sobre as outras instituições sociais (HEPP, 2014).

É pertinente considerarmos a abrangência do conceito haja vista as perspectivas distintas e até mesmo contraditórias sobre a mediatização. Verón (2014) se distancia da visão de Stig Hjarvard, ao discordar da universalização do conceito, e traz uma abordagem semioantropológica, fundamentada nos aspectos históricos de longo prazo e à capacidade de produção de significados dos indivíduos. Nesse sentido, o autor argumenta que

A midiatização certamente não é um processo universal que caracteriza todas as sociedades humanas, do passado e do presente, mas é, mesmo assim, um resultado operacional de uma dimensão nuclear de nossa espécie biológica, mais precisamente, sua capacidade de semiose. Essa capacidade foi progressivamente ativada, por diversas razões, em uma variedade de contextos históricos e tem, portanto, tomado diferentes formas (VERÓN, 2014, p. 14).

Para explicar sua visão sobre a mediatização, o autor recorre ao conceito de “fenômenos midiáticos”, que seriam a “exteriorização dos processos mentais na forma de dispositivos materiais” (p. 14). A mediatização não seria, para o autor, um processo universal, como exposto anteriormente, no sentido que Hjarvard expõe, como sendo comum a todas as sociedades do passado e do presente, mas resulta de processos mentais dos indivíduos. Para ilustrar seu argumento, o autor recorre à história para explicar a capacidade de construção de significados

do ser humano e, assim, descreve o primeiro estágio da semiose humana, na produção de ferramentas de pedra e sua utilização para obter comida, há cerca de dois milhões de anos. A partir disso, estão postas as condições históricas para o início da mediatização, como a ascensão da escrita, da imprensa, a invenção da televisão, dentre outras.

Em síntese, “a midiatização é apenas o nome para a longa sequência histórica de fenômenos midiáticos sendo institucionalizados em sociedades humanas e suas múltiplas consequências” (VERÓN, 2014, p. 15). Ou seja, ela se traduz na institucionalização da nossa capacidade de exteriorizar processos mentais, em dispositivos materiais ao longo da história humana. Com essa abordagem, o autor entende que o que acontece nas sociedades da modernidade atual é a sequência de acontecimentos que ocorrem há muito tempo.

Há três considerações do autor decorrentes das consequências observadas repetidamente pela mediatização. A primeira é que o surgimento de um dispositivo técnico-comunicacional traz o que ele chama de “efeitos radiais” (p. 16), que se expande em diversas direções e influencia, de diferentes formas, todos os níveis da sociedade. Além disso, esse caráter radial indica que “os fenômenos midiáticos são claramente processos não-lineares” (p. 16). Para finalizar, as premissas anteriores explicam a consequência que Verón entende como a mais importante da mediatização: “a aceleração do tempo histórico” (p. 16).

A constatação sobre a aceleração do tempo pode ser notada em três épocas distintas, como explica Verón (2014). No Alto Paleolítico, a escala de mudança dos produtos das indústrias de pedra ocorriam numa contagem de milhares de anos, enquanto que, nos dois séculos subsequentes à invenção da imprensa, por Gutemberg, houve uma importante aceleração do desenvolvimento econômico, social, político e cultural da Europa, que superaram os mil e quinhentos anos anteriores. O autor finaliza com as importantes contribuições da internet, ressaltando sua importância, nos últimos dez anos, para o conhecimento científico: “[...] a internet alterou a condição de acesso ao conhecimento científico mais do que essa condição mudou desde o surto moderno de instituições científicas durante o século XVII” (VERÓN, 2014, p. 17).

Uma outra vertente sobre a mediatização é a contribuição de Deuze (2012), que investiga os modos pelos quais a vida das pessoas se encontra cada vez mais imersa nos meios de comunicação. Em sua visão, nós não vivemos “com” a mídia, mas “na” mídia. Isso se torna evidente quando percebemos nossa relação com os meios: nos espaços públicos ou privados, aquilo que se vê e desperta nossa atenção, costuma ser um estímulo para o acesso à internet, para obter mais informações, assim como encontrar um lugar fica acessível por meio de aplicativos de localização em telefones móveis.

É nesse sentido que o autor entende que não nos dissociamos dos meios, pois os espaços das cidades tornaram-se os espaços dos meios de comunicação. Para o autor, os meios não podem ser vistos como parte externa a nós, tampouco os meios nos ultrapassam, pois, “nós somos mídia”¹⁴ (DEUZE, 2012, p. 65). A onipresença dos meios não demanda o domínio das linguagens de programação, mas sua ênfase recai sobre o aspecto relacional dos meios pelos indivíduos, que se tornam uma espécie de tecido social das práticas do cotidiano.

No cenário brasileiro, diversos autores pesquisam a mediatização. Gomes (2008) contribui com os estudos da mediatização da religião e, nesse contexto, amplia o conceito de Sodré (2006) sobre o *bios* midiático. Inicialmente, vamos retomar a visão de Sodré sobre a mediatização, que é definida como a forma pela qual a sociedade contemporânea é regida. O autor destaca as novas possibilidades interacionais, em tempo real, que ultrapassam limites geográficos. Trata-se, em sua visão, da “tendência à virtualização das relações humanas”, e, ainda constitui “uma ordem de mediações socialmente realizadas – um tipo particular de interação [...] a que poderíamos chamar de tecnomediações” (p. 20).

A essa hibridização nas relações sociais, entre o real e o virtual, decorrente da mediatização, o autor considera a existência de um modo de vida particular, a que ele chama de um *bios* específico, tomando como base a obra de Aristóteles sobre as formas de existência humana:

Em sua *Ética a Nicômaco*, Aristóteles concebe três formas de existência humana (*bios*) na Pólis: *bios theoretikos* (vida contemplativa), *bios politikos* (vida política) e *bios apolaustikos* (vida prazerosa). A mediatização pode ser pensada como um novo *bios*, uma espécie de quarta esfera existencial, com uma qualificação cultural própria (uma “tecnocultura”), historicamente justificada pelo imperativo de redefinição do espaço público burguês (SODRÉ, 2006, p. 22).

A concepção de *bios* é retomada por Gomes (2008), que, em seus estudos sobre a mediatização da religião, amplia o sentido de tecnomediação. Para o autor, a tecnomediação seria apenas “[...] a ponta do *iceberg* de um novo mundo, configurado pelo processo de mediatização da sociedade” (p. 20). Esse *bios* virtual transcende o conceito de tecnomediação e se torna uma nova maneira de ser no mundo e de compreender e interpretar a realidade. E a mediatização é uma forma de reconfigurar a ecologia comunicacional. Assim, conclui que

Aceitar a mediatização como um novo modo de ser no mundo coloca-nos numa nova ambiência que, se bem tenha fundamento no processo desenvolvido até aqui, significa um salto qualitativo no modo de construir sentido social e pessoal. Mesmo que as mediações material e simbólica estejam unidas no processo de mediatização, essa não

¹⁴ Tradução nossa para “we are media”.

é um passo a mais num processo evolutivo, mas um novo qualitativo, síntese na dialética sujeito/objeto (GOMES, 2008, p. 22).

Para o autor, a mediatização não engloba apenas as tecnologias digitais da internet, mas envolve os demais meios de comunicação tradicionais que configuram essa nova forma de existir no mundo. A vida cotidiana se organiza com base nos sistemas de informação tecnológicos e, como ele explica, até mesmo a cidadania plena se expressa de forma eletrônica, como é o caso do voto. Tudo parece ser mediatizado, caso um fato não o seja, é como se não existisse (GOMES, 2008).

Ainda, no contexto brasileiro, Braga (2006; 2009; 2012a) apresenta algumas discussões em seus estudos da mediatização. Embora sua abordagem enfatize uma vertente, o autor relaciona a mediatização a dois âmbitos sociais. O primeiro, inferimos que se aproxima da proposição de Stig Hjarvard, ao tratar de processos sociais específicos que se desenvolvem a partir de lógicas de mídia. Braga não trata especificamente da abordagem institucional, mas exemplifica a ocorrência da mediatização em instâncias como a política, entretenimento e aprendizagem. O segundo âmbito social encontra-se em um nível macro, definido como a “mediatização da própria sociedade” (BRAGA, 2006, p. 1).

Braga (2009) explica que, muitas vezes, o termo “mediatização” foi utilizado apenas para se referir à forte presença dos meios de comunicação na sociedade. É importante enfatizar que a mediatização engloba processos realizados independentemente de estarmos diante dos meios de comunicação, ou quando se está produzindo ou recebendo conteúdo informativo. Para ilustrar, o autor explica que, quando um indivíduo sai do cinema e encontra familiares ou amigos e comenta sobre o filme, ele se mantém na esfera da mediatização.

O autor reitera que a mediatização é um conceito em desenvolvimento, mas tem construído a percepção de que se trata de um processo que tende a se tornar o processo interacional de referência. E, assim, desenvolve sua proposição. Como processo de referência, Braga (2006) explica que constitui processo principal, de tendência hegemônica, que, por sua vez, não eliminaria os demais, mas esses estariam subsumidos à sua lógica. A hegemonia não se restringe a uma preferência, mas em uma forma de organizar a sociedade. Sobre isso, o autor entende que “os processos interacionais de referência são os principais direcionadores na construção da realidade social” (BRAGA, 2006, p. 3).

Na perspectiva macro, a mediatização propicia a realização de ações que não eram feitas antes, ou mesmo, eram feitas de outro modo. Nesse panorama, a mediatização “é a teoria de que a sociedade constrói a realidade social através de processos interacionais pelos quais os indivíduos e grupos e setores da sociedade se relacionam” (BRAGA, 2006, p. 3). Assim, as

formas pelas quais as sociedades se constroem são distintas, considerando os processos interacionais hegemônicos.

Partindo da premissa de que “já não se pode considerar ‘a mídia’ como um corpo estranho na sociedade” (BRAGA, 2012a, p. 35), com a mediatização há uma aceleração e diversificação nas formas pelas quais a sociedade interage entre si. Fica claro, para o autor, que a mediatização não está circunscrita à disponibilização de tecnologias, que, indubitavelmente, são relevantes, mas é necessário um aspecto social no processo. Sobre os avanços tecnológicos,

Parto da perspectiva de que o processo não é mera da tecnologia, como se o avanço tecnológico é que determinasse essa ou aquela mudança. Creio que o avanço tecnológico é algo socialmente determinado. Não aparece uma tecnologia desenvolvida por um inventor que está fora do mundo, fora da sociedade. São as demandas da sociedade que provocam o avanço. Não é a mídia, a televisão, que cria uma sociedade nova. É uma sociedade caracterizada por diversos eventos que precisa de processos interacionais novos, porque os atuais não conseguem dar conta do que está em efervescência (BRAGA, 2009, s.p.).

Vivenciamos um contexto social permeado pelo surgimento e desenvolvimento de dispositivos tecnológicos. No entanto, não se trata de recursos introduzidos compulsoriamente na sociedade, mas são demandas sociais latentes. Ainda na perspectiva de Braga (2012a, p. 36), “é porque a sociedade decide acionar tecnologias em um sentido interacional que estas se desenvolvem”. Assim, são as próprias demandas sociais que criam e transformam as tecnologias, produzindo-lhes um sentido interacional.

Nesse sentido, há três etapas que norteiam a proposição da mediatização: inicialmente, o desenvolvimento de uma tecnologia ocorre para atender a uma necessidade em uma determinada situação social anterior a existência desse aparato. Em um segundo momento, observa-se um deslocamento do uso inicial previsto para outros contextos, em virtude da disponibilidade de tal tecnologia. Por fim, o sistema torna-se autopoietico, suprimindo a dependência de dinâmicas anteriores, para se recriar conforme as próprias demandas sociais (BRAGA, 2012a).

Dentre os impactos trazidos pela mediatização situam-se as relações entre produção e recepção, inicialmente restritas ao intervalo entre dois polos, que se ampliam e se tornam mais complexas. A circulação se torna “o espaço do reconhecimento e dos desvios produzidos pela apropriação” (BRAGA, 2012a, p. 38). Não mais definimos a circulação como o espaço entre emissão e recepção, mas outras ações lhe são inseridas, como o reconhecimento, desvio e apropriação. As reações recebidas são ressignificadas e repassadas adiante, não mais considerando a produção e a recepção como instâncias separadas.

O conceito de circulação trazido por Braga (2012a) propõe a superação do controle da relação entre emissor e receptor, como no modelo de interação face a face. Disso tudo resultam novas formas de interação, que se amplificam no tempo e no espaço, definidas como “diferidas e difusas”, como explica Braga (2006; 2012a), como discutidas no texto anterior. Para dar sequência aos desdobramentos da mediatização, a seção seguinte discutirá as transformações decorrentes da internet, como as novas possibilidades interacionais das redes sociais.

4.3 A internet e a comunicação digital

Estamos, indubitavelmente, em um processo de transição de um mundo exclusivamente analógico para o mundo digital. Desde a chegada da internet e os recursos tecnológicos, muitas mudanças sociais têm ocorrido. A comunicação digital integra essa nova realidade constituída pelas possibilidades interacionais que surgiram no ambiente virtual, que permeia os diversos campos sociais. O tema é complexo e não há pretensão de esgotá-lo, mas buscamos abordar alguns conceitos importantes para a compreensão das redes de relacionamento que se formam no contexto virtual.

Com base no pensamento de Castells (1999), vivenciamos no final do século XX, a revolução tecnológica, que vai resultar na formação de um mundo digital. Quando se fala em revolução, é comum a ocorrência de manifestações proféticas, as quais, muitas vezes, subestimam sua importância. No entanto, alguns fatores são evidenciados pelo autor no que se refere às revoluções. Primeiro, é a penetrabilidade das revoluções, ou seja, elas atingem todos os domínios da atividade humana. Outro ponto é que a essência das transformações experienciadas refere-se às tecnologias da informação, processamento e comunicação.

Para o autor, a relevância da tecnologia da informação é fundamental para esta revolução, assim como as novas fontes de energia foram para as revoluções industriais. No entanto, a revolução não está atrelada apenas aos novos conhecimentos e informação, mas a aplicação do conhecimento para gerar conhecimento, em um ciclo de retroalimentação entre a inovação e seu uso. Para ilustrar, o autor explica que

Os usos das novas tecnologias de telecomunicações nas duas décadas passadas passaram por três estágios distintos: a automação de tarefas, as experiências de usos e a reconfiguração das aplicações. Nos dois primeiros estágios, o progresso da inovação tecnológica baseou-se em aprender usando [...]. No terceiro estágio, os usuários aprenderam a tecnologia fazendo, o que acabou resultando na reconfiguração das redes e na descoberta de novas aplicações (CASTELLS, 1999, p. 69).

Essa visão remete à concepção de Braga (2012a) sobre as três proposições referentes à mediatização, como já mencionamos, em que o sistema se torna autopoietico, analogamente ao que seria o terceiro estágio, que resulta na reconfiguração das redes e na criação de novas formas de usos das tecnologias. Recuero (2014a, p. 24) compartilha da visão de Braga sobre as tecnologias ao explicar que a comunicação mediada pelo computador não se limita às ferramentas disponíveis, mas é “um produto da apropriação social, gerada pelas ressignificações que são construídas pelos atores sociais quando dão sentido a essas ferramentas em seu cotidiano”. A autora complementa que a comunicação mediada pelo computador é

[...] menos uma determinação da ferramenta e mais uma prática de uso e construção de significado dos interagentes, sejam essas ferramentas construídas para isso ou não. Falamos em apropriação porque essas ferramentas são construídas pelos agentes como ambientes conversacionais, e a conversação tem como suporte um conjunto de convenções simbólicas que são por eles construídas (RECUERO, 2014a, p. 39).

A comunicação mediada pelo computador requer, obviamente, um novo ambiente de conversação, que possui características e limitações próprias, ao qual a autora denomina “ciberespaço”. Apesar de existirem ferramentas predominantemente orais, como é o caso do *Skype*, uma das características da comunicação mediada pelo computador é que a maioria das ferramentas apresenta uma linguagem predominantemente textual, como os e-mails, *chats*, dentre outros. A autora ainda entende que existe uma “complexa representação de identidades e indivíduos” (p. 38), nessa ambiência de copresença dos interagentes.

No entanto, apesar de a internet estar incorporada em nossa realidade social, é importante lembrar que há algumas décadas muitas ações corriqueiras na atualidade, como a busca de informações, ou, no caso dos eventos científicos, o envio de trabalhos e as inscrições, ocorriam em um ritmo mais lento e dispendiam, obviamente, mais esforço físico. Considerada “a espinha dorsal da comunicação global mediada por computadores” (CASTELLS, 1999, p. 431), a internet é também fundamental para o período de transição do meio analógico para o digital, no final do século XX.

Sobre essa etapa, Castro (2010) apresenta um quadro comparativo de alguns elementos visivelmente modificados pela chegada do mundo digital.

Quadro 3 – Transformações do mundo analógico para o mundo digital

Transformações	Mundo Analógico	Mundo digital
Espaço/Lugar	Estávamos em um só lugar, marcado geograficamente por fronteiras;	Podemos “estar” em vários lugares, sem sair de um determinado lugar geográfico. Ex.: falar pelo MSN, realizar videoconferência, ministrar uma aula via Educação a distância;
Espaço/Lugar	Só podíamos ver o que estava ao nosso alcance;	Visualizamos tudo virtualmente, desde diferentes plataformas tecnológicas;
Espaço	A maior parte da população era anônima e no máximo sonhava alcançar 15 minutos de fama nos meios de comunicação;	A população é, cada vez mais, pública, através de blogs, Twitter, páginas web e redes sociais que são usadas a partir de diferentes plataformas, como celulares ou videojogos em rede;
Formas comunicativas	Falávamos por telefone fixo, por cartas, através de espaços para os leitores em jornais ou em entrevistas no rádio e TV, de forma esporádica;	Atualmente falamos todos os dias através de diferentes mídias digitais e formas de conexão, como MSN, torpedos, redes sociais, para qualquer lugar do mundo;
Conteúdos	Eram oferecidos apenas pelos meios de comunicação;	Para além dos meios de comunicação, os públicos oferecem outras versões da realidade através de blogs, páginas web e Twitter;
Eventos ¹⁵	Conferências, Palestras e Cursos ocorriam presencialmente;	As videoconferências são um recurso utilizado pelas empresas e instituições de ensino com cada vez mais frequência;
Produção do conhecimento	Restrita a intelectuais e professores;	Conta com ampla participação do público, através de redes sociais, da construção de bibliotecas virtuais ou enciclopédias, como Wikipedia;
Relações sociais	Restrita a experiência pessoal;	Ampliada no mundo virtual com as redes sociais, os novos afetos.

Fonte: Castro (2010, s.p.) – adaptado para esta tese

Esse período de transição transforma, dentre outras dinâmicas, o papel dos indivíduos no processo comunicacional. O que se observa, também é a ausência de controle de tempo e espaço nas relações sociais, assim como o acesso às informações. É possível observar, com base nos dados apresentados por Castro (2010) a amplitude que abrange as relações sociais. No caso dos eventos, que ocorriam exclusivamente de forma presencial, são criadas outras modalidades, como a videoconferência, que resultam das tecnologias digitais. Há um caráter mais participativo dos indivíduos na produção e acesso ao conhecimento, que está disponível no ambiente virtual.

Essas mudanças que caracterizam esse período de transição, permeados pelo uso das tecnologias digitais, remetem à visão de Giddens (1991), sobre as descontinuidades da vida moderna, marcadas pelo deslocamento do tempo e espaço, que configuram novas formas de relações sociais. O autor considera que há um desencaixe dos sistemas sociais e o define como

¹⁵ Na versão original, a autora utilizou o termo “viagens”, mas substituímos por “eventos”, que se alinha à descrição apresentada pela autora, bem como se trata de nosso objeto de estudo.

o “‘deslocamento’ das relações sociais de contextos locais de interação e sua reestruturação através de extensões indefinidas de tempo-espaço” (p. 31). Sobre os mecanismos de desencaixe discutidos pelo autor, os sistemas peritos referem-se aos sistemas de excelência técnica que organizam os contextos sociais vivenciados, requerendo para isso, a confiança.

Por outro lado, o autor complementa essa noção, relacionando-a com o conceito de reencaixe, definido como a “reapropriação ou remodelação de relações sociais desencaixadas de forma a comprometê-las [...] a condições locais de tempo e lugar” (p. 92). O reencaixe é retomado por meio de contextos de copresença, definidos pelo autor como compromisso com rosto, que se opõe ao compromisso sem rosto. O reencaixe das relações sociais ocorre quando os chamados “compromissos sem rosto” são substituídos pela presença de rosto.

A visão do autor ilustra as distinções nas relações sociais do mundo analógico e do mundo digital. No ambiente analógico, há controle do tempo e do espaço, assim como a noção de início e fim. No mundo mediatizado, muitas ações dependem da relação de confiança em sistemas peritos para que os sistemas sociais funcionem, em um contexto de desencaixe. Trazendo para nosso objeto de estudo, os procedimentos para participação são balizados pela confiança no portal da organização, pelo qual os trabalhos são submetidos para avaliação, por exemplo.

Enquanto as formas analógicas de comunicação, sempre estiveram ligadas à visualidade e à produção de espectadores, “as redes digitais [...] parecem produzir formas táteis e transorgânicas de interações que, estimulando a participação tecnologicamente mediada, em lugar de espectadores [...]” (DI FELICE, 2012, p. 157). O autor, ao contrário de outros autores, como José Luiz Braga, enfatiza o caráter inovador das tecnologias e contrasta o perfil do espectador no passado, enquanto passivo e receptor da comunicação unidirecional. Sobre o contexto atual, o autor explica que

A revolução comunicativa digital introduz, pela primeira vez na história da humanidade, um modelo comunicativo *rizomático*, baseado no sistema de rede que, anulando a distinção identitária entre emissor e receptor, oferece a todos os internautas [...] o mesmo poder comunicativo e igual oportunidade de acesso. Mas, sobretudo, inaugura um tipo de interação que ativa a comunicação e a torna possível somente no interior das interações dinâmicas entre interfaces, redes e internautas, conferindo a estes últimos, o papel de construtores das informações e aquele de produtores de conteúdos (DI FELICE, 2012, p. 157).

As interações em redes sociais serão abordadas no texto subsequente, no entanto, vale ressaltar a importância atribuída, pelo autor, às tecnologias que possibilitam formas interacionais não existentes anteriormente. Trata-se do estímulo às práticas inéditas que acabam

por alterar padrões culturais, socialmente estruturados. Com as redes digitais, não ocorre apenas mudança nos modelos comunicativos, mas se observa a ressignificação no ato de comunicar, os modos de participar e, conseqüentemente, modifica-se o próprio conceito de democracia (DI FELICE, 2012).

Essa nova forma de comunicação “derivada da internet ou da comunicação móvel como plataformas de veiculação” (TERRA, 2011b, p. 264), é denominada comunicação digital, que possibilita a interação e a troca de papéis entre emissores e receptores, distinta da comunicação tradicional. Dois pontos são salientados pela autora: primeiro, sua ocorrência é exclusiva no ambiente tecnológico, além disso, há uma ruptura do tempo e espaço, que se tornam elásticos e a comunicação, por sua vez, é policrônica e multidirecional (TERRA, 2011a).

Sobre esse novo perfil que surge a partir dos meios digitais, Terra (2011a) traz o conceito de “usuário-mídia”, que resulta da mediatização dos indivíduos e a possibilidade de uso desses meios para divulgação, exposição e expressão pessoais. Ela o define como um usuário intenso da internet e das mídias sociais, que assume um caráter ativo nessa ambiência de redes digitais, ao disseminar, compartilhar conteúdos próprios e de seus pares. Esse é o sujeito ativo na comunicação digital que permeia a sociedade, nas distintas esferas sociais.

É importante considerar que, apesar da comunicação digital e das possibilidades interacionais no âmbito virtual, a internet, inicialmente, era estática e o modelo emissor-receptor era predominante. Embora tenha sido um avanço social, no que se refere ao acesso às informações, a comunicação predominante ainda era unilateral. Esse modelo, denominado Web 1.0, se restringia à navegação e consumo de informações (GABRIEL, 2010). Em termos estruturais também havia diferenças:

A característica da web 1.0 é a dos PCs em espaços fechados com estações fixas em escritórios e residências. Ainda que o note viesse agitar um pouco essa fase, ele ainda não conseguia fazer mudanças significativas no processo de conexão e estabelecimento do relacionamento com o mundo externo. Na maioria das vezes, eles ainda dependiam de conexões fixas ou de redes sem fio a partir de espaços fechados. A dinâmica do mundo ainda que muito mais aberta, continuava dependendo das formas de conexão e acesso restrito a locais fixos (SCHMIDT, 2011, p. 285).

No entanto, mudanças importantes aconteceram. Em outubro de 2004, foi realizada, entre a O'Reilly e a MediaLive International, a primeira conferência sobre o conceito de Web 2.0, que apresentou uma série de elementos comparativos com a Web 1.0 para buscar definir suas características, que não se encontram precisamente definidas. Dentre os princípios estabelecidos, foi definida a web como plataforma, o controle de dados pelos usuários, a arquitetura participativa, incentivo à inteligência coletiva, dentre outros (O'REILLY, 2005).

A Web 2.0 é denominada a segunda geração de serviços *on line* e constitui uma plataforma de participação, que exponencia as formas de publicação, ou seja, não apenas se consome conteúdo, mas, principalmente, se produz conteúdo, ampliando, assim, os espaços para interação entre os participantes (PRIMO, 2007; GABRIEL, 2010). A Web 2.0 apresenta repercussões sociais importantes, que vão além da produção de conteúdo, pois, “potencializam processos de trabalho coletivo, de troca afetiva de produção e circulação de informações, de construção social de conhecimento apoiada pela informática (PRIMO, 2007, p. 1).

Outro fator importante sobre a Web 2.0, a partir da consolidação das redes sociais, é a difusão de uma cultura que, além de enfraquecer os pontos de vista centrais, em virtude das possibilidades colaborativas, incentiva a cultura da interação e da simultaneidade. Com essas redes, constrói-se um novo tipo de prazer informativo, pelo qual os indivíduos buscam de forma individualizada o que lhe interessa. Mais uma vez, identificamos a ênfase no papel das tecnologias, por Massimo Di Felice, quando explica que as tecnologias digitais possibilitam que o ato de informar-se não seja apenas um ato racional e objetivo, mas que seja também “uma atividade de interação que possibilita um ‘estar aí’ [...] que deixa, portanto, de produzir apenas um ‘assistir’ aos acontecimentos” (DI FELICE, 2012, p. 161).

Diante do exposto, considerando nosso objeto de pesquisa, a internet permeou os eventos científicos de forma a parecer impossível desconsiderá-la desse contexto. Vale lembrar que se trata de mudanças que incorporaram o modo de fazer os eventos e, obviamente, facilitaram e aceleraram o processo de inscrição e participação. A Web 1.0 foi fundamental para que isso acontecesse, embora, ainda estática e unidirecional. Com a chegada da Web 2.0 e a possibilidade de produção de conteúdo e interação nas redes sociais, requerem-se outras formas de considerar o planejamento dos eventos, já não considerando os participantes como sujeitos receptores, mas como sujeitos ativos para a produção dessas ações.

4.4 As redes sociais da internet

As redes sociais, cada vez mais, permeiam a vida em sociedade, produzindo outras formas de relações sociais. No entanto, as redes não são uma invenção contemporânea, mas são formas de interação que refletem o caráter social dos indivíduos, existentes há muito tempo, mas que têm se evidenciado na realidade atual. Com as possibilidades interacionais provenientes da internet, principalmente, por meio de dispositivos móveis, as redes sociais da internet têm ocupado distintos espaços do cotidiano, bem como nas diversas instituições sociais, que se utilizam dessas ferramentas para relacionar com seus públicos.

Em uma breve contextualização histórica, Gabriel (2010) explica que as redes sociais existem há muito tempo, há milhares de anos, desde a época em que as pessoas se reuniam em torno de uma fogueira para conversar sobre assuntos diversos. Eram as redes sociais que ocorriam de forma presencial e que, desde então, constituíram nossas experiências sociais. Posteriormente, surgiram as formas mediadas de interação, como a escrita, o telefone e, na realidade contemporânea, as interações decorrentes da internet.

Como consequência do desenvolvimento das tecnologias de comunicação e informação, essas redes têm se tornado mais abrangentes e complexas. A chegada da mobilidade, principalmente, os *smartphones*, possibilitaram as interações em tempo real (GABRIEL, 2010). Somam-se a isso os dados obtidos pela Pesquisa Brasileira de Mídia de 2016, em que 50% dos usuários de internet declararam utilizá-la todos os dias da semana e 79% acessam, principalmente, pelo telefone celular (BRASIL, 2016).

Como explica Kozinets (2014), os mundos sociais estão se transformando em digitais. O uso de redes sociais da internet tem se popularizado e construído novas formas de interação. Apesar disso, o conceito aplica-se ao mundo *off line* também, uma vez que “uma rede é composta de um conjunto de atores ligados por um conjunto de laços relacionais. Os atores, ou “nodos”, podem ser pessoas, equipes, organizações, ideias, mensagens ou outros conceitos (p. 52). O autor exemplifica o conceito ao explicar que

Um grupo de pessoas, conectadas por determinadas relações sociais, tais como parentesco, amizade, trabalho conjunto, hobby compartilhado ou interesse comum, ou intercambiando qualquer tipo de informação, pode ser considerado uma rede social (KOZINETS, 2014, p. 53).

Recuero, Bastos e Zago (2015, p. 23) complementam que rede social é uma metáfora utilizada para a estrutura dos agrupamentos sociais e são definidas como um conjunto de atores e suas conexões. Rede social é uma metáfora utilizada para a estrutura dos agrupamentos sociais e “[...] são constituídas pelas relações entre os indivíduos e vão servir como estrutura fundamental para a sociedade”. As redes permitem olhar para os grupos e como acontecem as relações e laços sociais entre os indivíduos, que estão ligados por essas conexões. Os autores explicam que

As chamadas “redes sociais” na Internet são traduções das redes sociais dos espaços off-line dos indivíduos, de suas conexões sociais. No espaço on-line, essas redes sociais são demarcadas não somente pelos rastros deixados pelos atores sociais e pelas suas produções, mas também pelas suas representações (RECUERO; BASTOS; ZAGO, 2015, p. 23).

Como explicam os autores, há algumas características que distinguem as redes sociais presenciais das redes sociais da internet. Para Recuero (2014b), devido à distância entre os atores envolvidos na interação nessas redes, eles não são imediatamente discerníveis, por isso, considera-se, inicialmente, as representações dos atores sociais. Um ator pode ser representado por um perfil de uma rede social, por exemplo, criado com algumas características que não, necessariamente, coincidam com o perfil real do indivíduo que o criou.

Os atores que compõem as redes, também chamados de nós, podem ser representados por pessoas, instituições ou grupos, enquanto as conexões estão relacionadas às interações ou laços sociais (RECUERO, 2014b). As conexões constituem-se de “[...] laços sociais, que, por sua vez, são formados através da interação social entre os atores” (RECUERO, 2014b, p. 30). As conexões podem ser observadas em virtude da possibilidade de se manter os rastros sociais dos indivíduos. Como exemplo, uma mensagem publicada em uma rede social permanecerá onde foi publicada, desde que não seja deletada.

Das redes sociais da internet, ou mesmo, da comunicação mediada pelo computador, decorrem outras formas de interação, próprias da ambiência virtual. Recuero (2014b, p. 31) entende que “a interação seria a matéria-prima das relações e dos laços sociais”. Nesse sentido, as interações constituem a forma mais elementar de nos relacionarmos. Retomando a visão de Braga (2012b), no que tange à interação ser o lugar da comunicação, Recuero (2014b) explica que estudar a interação social equivale a estudar a comunicação entre os atores sociais.

A primeira característica da interação no ambiente virtual é que os atores não se conhecem imediatamente, como já foi mencionado sobre as características das redes sociais da Internet. A ausência da linguagem não verbal é outro fator que dificulta a interpretação das mensagens, bem como a multiplicidade de ferramentas que suportam a interação. O outro fator é o que denomina um dos tipos de interação no ambiente virtual: a possibilidade de a interação permanecer mesmo que o ator social não esteja conectado, que resulta em interação assíncrona.

Em seus estudos, com base nas proposições de Reid (1991), Recuero (2014b) classifica as interações do ciberespaço como síncrona e assíncrona, com base na construção temporal. As interações síncronas referem-se àquelas que ocorrem em tempo real, em que se pressupõe que os interlocutores estejam presentes ao mesmo tempo, assemelhando-se ao modelo dialogal. Esse tipo de interação é frequente em *chats* ou em aplicativos de mensagens instantâneas, como, atualmente, o Whatsapp. As interações assíncronas, por sua vez, ocorrem quando a expectativa de resposta não é imediata, como é o caso do e-mail. A autora explica que isso não significa

que a resposta não possa ser imediata, mas, não se espera, como no caso de mensagens instantâneas, que o interlocutor esteja conectado e disponível para interagir simultaneamente.

Sobre os tipos de interação mediada pelo computador, Primo (2008) apresenta outra classificação e explica que essas interações não devem ser analisadas separadamente, mas “é preciso observar o que se passa entre os interagentes” (p. 100). Nesse sentido, as interações podem ser mútuas e reativas. As interações mútuas transcendem a linearidade das trocas conversacionais e sugerem às relações o sentido de transformação. As relações passam a ser constituídas conforme as interações sucedem, não no sentido de ação e reação, ou seja, pergunta e resposta, mas nas transformações que delas decorrem. O autor complementa que

[...] os processos de interação mútua caracterizam-se por sua construção dinâmica, contínua e contextualizada. [...] As ações interdependentes desenvolvidas entre os interagentes, coordenadas a partir da historicidade do relacionamento, não são previsíveis pois são criadas apenas durante o curso da interação (PRIMO, 2008, p. 116).

Então, não se trata de observar o fluxo comunicacional de emissão e recepção nas interações mútuas, pois a interação mútua ultrapassa as reações esperadas. Seus resultados são indeterminados. As interações reativas, por sua vez, apresentam uma limitação prévia e “[...] dependem da previsibilidade e da automatização nas trocas” (PRIMO, 2008, p. 149). Nesse tipo de interação, não há negociação como ocorre nas interações mútuas. Trata-se de interações com o que está determinado com as máquinas, como a relação dos indivíduos com um *hiperlink*. Retomando nosso objeto de estudo, uma interação reativa ocorre pelo processo de submeter um trabalho para ser avaliado pelo portal do evento.

As interações mediadas pelo computador possuem capacidade de migração. Isso significa que as interações podem se disseminar pelas diferentes plataformas de comunicação e entre outras ferramentas. Essa característica permite identificar os tipos de relações que ocorrem nesse ambiente. Essas interações podem gerar e manter relações sociais, que constroem os laços sociais. (RECUERO, 2014b).

As relações sociais independem do conteúdo, segundo a autora. Elas se constroem, no ambiente virtual, de uma forma distinta à realidade, assim como as interações. A distância física permite a construção de relações nas quais os autores, não necessariamente, se conhecem de imediato. Já os laços sociais se formam a partir das interações e relações sociais e podem ser classificados em fortes ou fracos. Os laços fortes são constituídos por relações de maior proximidade entre os interlocutores no sentido de haver intimidade e intencionalidade na

construção da relação. Os laços fracos representam falta de intimidade e proximidade entre os interlocutores.

Recuero (2014b) argumenta que o primeiro elemento dinâmico para o estudo das redes sociais são os seguintes processos sociais: a cooperação, a competição e o conflito. Para discorrermos sobre esses processos, é necessário compreender seu conceito. Processos sociais são “a interação repetitiva de padrões de comportamento comumente encontrados na vida social” (DIAS, 2010, p. 111). A cooperação é uma forma de interação na qual as pessoas agem em conjunto para um determinado fim e pode ser de forma direta ou indireta. A competição é um processo permanente, baseado na disputa, que pode ser consciente ou inconsciente. O conflito, por sua vez, é um processo intermitente e pessoal, com características de elevada tensão social (DIAS, 2010).

Cada um desses processos impacta de forma distinta na estrutura social, conforme explica Recuero (2014b). A cooperação é necessária para a manutenção de *weblogs*, que são produzidos de forma colaborativa. A competição pode ocorrer, geralmente, de modo mais sutil, como forma de obter e manter o status social. Trazendo para os dias atuais, isso pode ser observado na busca pelo maior número de seguidores de um determinado grupo de uma rede social. O conflito pode ser observado em comentários de *blogs*, em que os atores se ofendem mutuamente por opiniões divergentes, por exemplo.

Embora haja uma multiplicidade de conceitos e aspectos relacionados às redes sociais da internet, para o presente estudo, nossa ênfase está nas interações produzidas nessas redes e no sentido das experiências do público do evento e sua relação com o ambiente presencial. Vale mencionar uma distinção entre dois conceitos, relacionados a este estudo, trazida por Recuero (2014b): rede social e site de rede social. Embora sejam tratados, informalmente, como sinônimos, são conceitos distintos. Enquanto a rede é composta pelos atores e suas conexões e os sites de rede social “são os espaços utilizados para a expressão” (p. 102) dessas redes. O site seria, então, o espaço onde as interações acontecem e resultam nas relações, que se convertem nos tipos de laços sociais.

As características dos sites de redes sociais são abordadas por Boyd e Ellison (2008), que o definem como um sistema que permite aos indivíduos algumas ações, como: a criação de um perfil público ou semi-público, interações com outros usuários que compartilham uma conexão e a visualização de outros perfis dentro do sistema. Ao adentrar em um site de rede social, geralmente, há um formulário para ser preenchido com alguns dados pessoais do usuário, como, em alguns sites, a inclusão de uma foto para compor o perfil, conforme explicam as autoras.

O maior site de rede social, na atualidade, é o Facebook. Trata-se de um sistema que foi criado por Mark Zuckerberg, inicialmente, para conectar estudantes dos Estados Unidos, que estavam no período de transição entre o ensino médio para o ensino superior. Segundo o portal G1 (2016), a média de usuários ativos do Facebook chegou a 1,65 bilhão em 2016. Atualmente, observamos que os eventos estão nas redes sociais da internet e, por meio de um site de rede social, como o Facebook, constrói-se uma página, que se constitui em espaço para interação entre os atores sociais.

Ressaltamos, porém, que seria um desperdício a utilização desses espaços virtuais apenas como mecanismos de divulgação dos eventos. Isso contribuiria para manter a comunicação unilateral e descendente, frequentemente utilizada na divulgação dos eventos. A ferramenta possibilita ampliar as formas de interação e o intercâmbio de informações entre os participantes, promovendo a comunicação de mão dupla, multilateral, assim como a comunicação assimétrica, de modo que os participantes se expressem e se apropriem do conteúdo de forma livre.

5 METODOLOGIA DA PESQUISA

Este capítulo traz os procedimentos metodológicos utilizados para a realização desta pesquisa. Com base nos estudos de Yin (2010), definimos o estudo de caso como o tipo de pesquisa adequado para responder ao problema de pesquisa proposto para esta investigação. Gil (2009) complementa e apresenta alguns pontos, que apesar de divergentes do autor supracitado, contribui para fomentar as discussões acerca do estudo de caso. Está em consonância a visão dos autores de que o estudo de caso constitui um tipo de pesquisa complexo e em profundidade e que alguns critérios são necessários na tomada de decisão para sua realização.

A escolha deste tipo de pesquisa decorre do problema de pesquisa a ser respondido: “Como o processo de mediatização modifica os eventos científicos?” Esta questão, que se inicia com um advérbio interrogativo, o qual indica o modo como algo acontece, não está restrita a conhecer o modo operacional que a mediatização tem influenciado os eventos científicos. Trata-se de uma questão mais ampla, característica do estudo de caso, no sentido de proporcionar a utilização de diferentes técnicas de pesquisa para interpretar os fatos e o contexto da realidade contemporânea pesquisada.

Não se trata, portanto, de buscar respostas dicotômicas, tais como o antes e o depois, ou o antigo e o moderno, mas compreender a construção de uma nova realidade no contexto dos eventos científicos a partir do uso das tecnologias digitais. Nosso propósito não é descrever ou analisar funções, mas compreender como os eventos científicos têm se modificado em uma sociedade permeada pela mediatização. Braga (2006, 2009, 2012a) explica que as tecnologias são resultado das demandas sociais e, pelo uso social, se tornam autopoiéticas. Nesse sentido, as tecnologias não são criadas para que a sociedade se adeque a elas, mas elas passam a se adequar às necessidades sociais.

Nossa ênfase não está nas funcionalidades das tecnologias, mas nas mudanças sociais decorrentes das apropriações desses recursos no contexto dos eventos científicos. Assim, nossa investigação abrange a influência mediatização no contexto desses eventos. Para compreender esse processo, buscamos analisar o evento de forma holística, procurando evitar a polarização entre produção e recepção, mas inseri-los, de uma forma amalgamada, no contexto da análise. A mediatização não circunscreve sua influência no modo operacional de um evento, mas produz resultados que já não podem ser mensurados, como a disseminação do conhecimento, que se propaga por meio de interações difusas e diferidas, abordadas por Braga (2006, 2012a).

Este capítulo estrutura-se da seguinte forma: inicialmente, discorreremos sobre o estudo de caso, sob a ótica de Yin (2010) e Gil (2009) para fundamentar nossa decisão em desenvolver esse tipo de pesquisa. Abordamos e justificamos a escolha do nosso *corpus* de análise, o XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, promovido pela Intercom e mostramos como se dá o acesso ao evento pela internet, antes e após seu término. Apresentamos, também, as técnicas de coleta de dados utilizadas neste estudo, a observação participante, as entrevistas e a análise da página do congresso no Facebook.

5.1 O estudo de caso

Desenvolver um estudo de caso tem sido um dos empreendimentos desafiadores na área de ciências sociais, como explica Yin (2010), uma vez que se trata de um tipo de pesquisa complexo. Ainda perduram alguns conceitos equivocados, tais como a visão hierárquica dos métodos de pesquisa (YIN, 2010) e, muitas vezes, a falta de rigor da pesquisa (GIL, 2009; YIN, 2010), praticada por alguns pesquisadores. Embora os dois autores apresentem diversos pontos convergentes, há alguns vieses que distinguem a visão de Robert Yin e Antônio Carlos Gil, que são importantes para fomentar as discussões sobre as características do estudo de caso, que serão abordados neste texto.

Yin (2010) explica que há uma visão distorcida sobre os métodos de pesquisa, os quais, muitas vezes, são dispostos hierarquicamente. Muitos pesquisadores atribuem ao estudo de caso a etapa exploratória da investigação, enquanto os levantamentos e pesquisas históricas seriam adequadas para a etapa descritiva e que apenas os experimentos seriam suficientes para as pesquisas explanatórias ou causais. No entanto, o autor nos lembra que há muitos experimentos com propósitos exploratórios e as explicações têm sido objetivos das pesquisas históricas. Da mesma forma, os estudos de caso não podem estar restritos a um único propósito de pesquisa, como a pesquisa exploratória, mas pode atender a um objetivo explanatório.

Algumas considerações são importantes para a compreensão de um estudo de caso. Yin (2010) o classifica como um método de pesquisa e o define como “uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo em profundidade e em seu contexto de vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não são claramente evidentes” (p 39). Isso quer dizer que o estudo de caso pode ser utilizado quando se refere a condições contextuais importantes, distinguindo-o, assim, dos experimentos, nos quais os fenômenos são separados de suas condições ambientais e passam a ser controlados pelo pesquisador.

O estudo de caso propõe múltiplas fontes de evidência e sugere, ainda, a conversão dos dados em uma triangulação, que nos leva a inferir que haveria maior acuidade nas análises dos dados e, conseqüentemente, na obtenção de respostas à questão de pesquisa norteadora do trabalho. A escolha do estudo de caso também leva em conta algumas condições como “[...] o tipo de questão de pesquisa proposto; [...] a extensão do controle que um investigador tem sobre os eventos comportamentais reais; [...] o grau de enfoque sobre eventos contemporâneos em oposição aos eventos históricos” (YIN, 2010, p. 28).

A classificação do tipo da questão de pesquisa é condição fundamental e mais importante para diferenciar o estudo de caso de outros tipos de pesquisa. As questões que buscam responder “como” e “por que” tendem a favorecer o uso de estudos de caso, bem como as pesquisas experimentais e históricas. Isso se deve aos propósitos explanatórios que essas questões possuem, pois, elas tratam de abordagens que devem ser traçadas ao longo do tempo, distinguindo-se da mensuração de frequências ou incidências. No entanto, há outras condições que se somam ao tipo de questão a ser respondida (YIN, 2010).

As demais condições que indicam uma orientação para a realização de um estudo de caso são a extensão do controle sobre os eventos comportamentais e o contexto contemporâneo do fenômeno investigado. Em síntese, “o estudo de caso é preferido no exame dos eventos contemporâneos, mas quando os comportamentos relevantes não podem ser manipulados” (YIN, 2010, p. 32), distinguindo-o de uma pesquisa experimental. Por apresentar essas características, o estudo de caso permite o uso de ampla variedade de evidências, como a observação direta nos eventos investigados, entrevistas com pessoas envolvidas, pesquisa em documentos e, também, a observação participante.

Como é possível observar, para abordar o estudo de caso, Yin (2010) faz uso de comparações com outros tipos de pesquisa, as quais ele denomina “métodos”. Assim, para explicar as condições que requerem a utilização do estudo de caso, o autor constrói um quadro comparativo com outros tipos de pesquisa, conforme demonstra o Quadro 4:

Quadro 4 - Situações relevantes para diferentes métodos de pesquisa

Método	(1) Forma de questão de pesquisa	(2) Exige controle dos eventos comportamentais?	(3) Enfoca eventos contemporâneos?
Experimento	Como, por quê?	Sim	Sim
Levantamento (survey)	Quem, o quê, onde, quantos, quanto?	Não	Sim
Análise de arquivos	Quem, o quê, onde, quantos, quanto?	Não	Sim/não
Pesquisa histórica	Como, por quê?	Não	Não
Estudo de caso	Como, por quê?	Não	Sim

Fonte: COSMOS Corporation (apud YIN, 2010, p. 29)

Diante do quadro exposto, reiteramos a visão de Yin (2010) ao explicar que precede a escolha de uma pesquisa as condições relacionadas ao fenômeno investigado. Não se trata de uma preferência pessoal, mas atentar-se aos fatores que favorecem a seleção de uma pesquisa em detrimento de outra. O estudo de caso, como ilustra o quadro mencionado, é o tipo de pesquisa adequado aos tipos de pergunta “como” e “por que”, comuns a outras pesquisas, como o experimento e a pesquisa histórica. No entanto, a ausência de controle do fenômeno investigado e sua contemporaneidade indicam o estudo de caso, distinguindo-se das condições que favorecem outros tipos de pesquisa.

Complementando sua visão, Gil (2009) entende que o estudo de caso é um delineamento de pesquisa pluralista, que não se opõe aos demais, mas pode ser complementar a eles. Embora esse autor não enfatize a questão a ser respondida como uma premissa à realização do estudo de caso, mas apenas a um tipo de estudo de caso, ele explica que a escolha para esse delineamento de pesquisa deve contemplar os objetivos da investigação, bem como os meios disponíveis para sua realização. O autor ainda aponta a existência de razões pessoais, como as crenças filosóficas e caprichos pessoais que podem influenciar o pesquisador na tomada de decisão (GIL, 2009).

Para definir o estudo de caso, Gil (2009) se apropria do termo inglês *design* e entende que se trata de um delineamento de pesquisa. Ele explica que o estudo de caso consiste em “um delineamento em que são utilizados diversos métodos ou técnicas de coleta de dados, como, por exemplo, a observação, a entrevista e a análise de documentos” (p. 6). O pesquisador participa de todas as etapas da pesquisa, por isso, sua habilidade nas técnicas escolhidas é fundamental, conforme pontua o autor.

Gil (2009) compila, com base em autores pesquisados, as principais competências para o pesquisador de estudo de caso: “sensibilidade [...], aceitação da ambiguidade [...], empatia [...], capacidade de síntese [...], perseverança e paciência [...], flexibilidade e adaptabilidade

[...], abertura teórica e ideológica [...], experiência em pesquisa [...], habilidade para redigir [...]" (p. 22-23).

Esse autor elenca as características essenciais de um estudo de caso. Reitera o estudo de caso como delineamento de pesquisa, que “não pode, portanto, ser confundido com método, técnica, estratégia ou tática para coletar dados” (GIL, 2009, p. 7). Outra característica é a preservação do caráter unitário do fenômeno investigado, ou seja, sua natureza holística, que procura “investigar o caso como um todo considerando a relação entre as partes que o compõem” (p. 8). O estudo de caso investiga um fenômeno que ocorre durante a pesquisa e não o separa de seu contexto. Trata-se, ainda, de um estudo em profundidade, que demanda múltiplos procedimentos para a coleta dos dados.

Os estudos de caso apresentam algumas vantagens, conforme aponta Gil (2009). É uma modalidade de pesquisa que permite estudar um caso em profundidade, ao se tratar de um ou poucos objetos, possibilitam o uso de diversos instrumentos. Um fator consonante à visão de Yin (2010) é que não se separa o fenômeno do seu contexto e seus limites não estão definidos de forma clara e, assim, busca-se compreender os fenômenos nos contextos em que ocorrem. Apresentam visão holística ao considerar a totalidade do fenômeno e a inter-relação de suas partes, bem como apresentam flexibilidade ao permitir que o pesquisador defina os procedimentos adequados para a coleta de dados.

Vale mencionar, ainda, que, como nem sempre são conclusivos, estimulam o desenvolvimento de novas pesquisas e sua riqueza de informações favorece a proposição de hipóteses, assim como o aprimoramento, a construção e rejeição de teorias. Permitem a pesquisa em áreas inacessíveis se utilizados outros delineamentos, como a pesquisa em laboratório. Os estudos de caso possibilitam a compreensão sob a ótica dos membros dos grupos, atentando, por sua vez, para a questão da subjetividade dos participantes. Além disso, permitem diferentes enfoques teóricos e metodológicos porque são compatíveis tanto com a perspectiva positivista como com a interpretativa (GIL, 2009).

Para analisar os dados de um estudo de caso, Gil (2009) explica que a triangulação constitui a estratégia mais importante. A triangulação “consiste basicamente em confrontar a informação obtida por uma fonte com outras, com vistas a corroborar os resultados da pesquisa”. Quando as informações são obtidas em três fontes distintas, a triangulação contribui para analisar a convergência dos dados. Quando os dados de pelo menos duas fontes se apresentam de forma convergente, os dados podem ser corroborados.

Neste estudo de caso, utilizamos três técnicas distintas para a coleta de dados: as entrevistas com os diretores da Intercom, a observação participante no congresso, por meio de

critérios estabelecidos para o ambiente presencial do evento e do GP Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais na América Latina, e a observação e análise da página do site da rede social Facebook. Os dados obtidos foram descritos e interpretados com base na fundamentação teórica. Ao final, apresentamos a triangulação, para o cotejo dos dados a fim de corroborarmos os resultados. Com base em um estudo que realizamos anteriormente (MORAES, 2013), adaptamos o modelo proposto para a triangulação, conforme mostra a Figura 2:

Figura 2 – Triangulação dos dados



Fonte: Adaptado de Moraes (2013)

O texto seguinte apresenta o corpus de análise definido para este estudo, bem como a justificativa e uma explanação sobre o objeto de pesquisa. Trata-se do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, promovido pela Intercom. Trazemos, também, um histórico do evento, bem como sua estrutura atual, com base em dados numéricos obtidos e a estrutura do portal para a participação no congresso.

5.2 O corpus de análise: o congresso nacional da Intercom

Para desenvolvermos este trabalho, inicialmente, recorreremos à literatura para compreendermos o processo de mediatização da sociedade, as influências das tecnologias digitais, com ênfase nas redes sociais e, finalmente, discorreremos sobre o que tudo isso influencia nos eventos. Por se tratar de uma área abrangente, delimitamos nosso objeto de pesquisa para os eventos científicos, que são muito abordados, por sua relevância, pela área da ciência da Informação (CAMPELLO, 2000; TARGINO, 2000; MEADOWS, 1999). Nosso enfoque, porém, não está na informação, mas nas possibilidades interacionais dos eventos científicos que proporcionam a experiência e vivência dos participantes e a disseminação do conhecimento.

A escolha da modalidade científica se deve por alguns fatores. É um tipo de evento baseado em reuniões dialogais (MEIRELLES, 2003), no qual se observa, em variados graus, a divulgação de pesquisas e o debate entre pares, que pode contribuir para o aprimoramento dos trabalhos. Outro fator é que esse tipo de evento promove diversas formas de interação, que constitui, segundo Braga (2001) um dos objetos de estudo da Comunicação. Além do compartilhamento dos resultados das pesquisas, nos eventos científicos os participantes podem encontrar, pessoalmente, suas referências acadêmicas, seus pares e compartilhar experiências e, também, construir ou participar de redes de relacionamento, permitindo que as interações presenciais nos eventos se prolonguem no tempo e no espaço.

Após a definição do objeto de estudo, definimos o *corpus* de análise, para o qual seria desenvolvido o estudo de caso. Esta pesquisa foi desenvolvida sobre o XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, promovido pela Intercom. A escolha se deve por se tratar de um evento abrangente, o maior na área, que conta com participantes de diferentes perfis, como estudantes, profissionais e pesquisadores, bem como amplia os debates para as diversas subáreas da Comunicação. Outra motivação para a escolha foi a relevância do evento, por ser considerado o “[...] evento de maior prestígio na área de pesquisa em Comunicação, que recebe uma média de 3.5 mil pessoas anualmente[...]” (PORTAL INTERCOM, s.d.).

O congresso nacional é sediado em localidade escolhida pelos sócios da Intercom. Precedendo sua realização anual, ocorrem os eventos regionais, promovidos também pela instituição, que contemplam as cinco regiões brasileiras e são conhecidos como: Intercom Norte, Intercom Centro-oeste, Intercom Sul, Intercom Sudeste e Intercom Nordeste. Para contextualização, dedicamos um espaço para explicar sobre a instituição e seu papel na produção e disseminação do conhecimento da Comunicação e, na sequência, apresentamos como pode ocorrer o processo de interatividade do participante com o portal do evento.

A Intercom¹⁶ é uma instituição sem fins lucrativos e destina-se ao fomento e compartilhamento de conhecimento entre pesquisadores e profissionais que atuam no mercado. Um aspecto importante sobre a entidade é o estímulo ao desenvolvimento de produção científica aos diferentes níveis acadêmicos, os quais contemplam mestres e doutores, mas, também, estudantes de graduação e recém-graduados em Comunicação. Além dos congressos nacionais e regionais, a entidade promove outros eventos, como os colóquios binacionais, que proporcionam o intercâmbio de experiências com pesquisadores de outros países, simpósios e outros.

¹⁶ As informações sobre a instituição, assim como os eventos, encontram-se disponíveis no portal da Intercom.

O evento, sobre o qual estamos desenvolvendo o estudo de caso, foi realizado no período de 5 a 9 de setembro de 2016, na ECA-USP. Sob o tema “Comunicação e educação: caminhos integrados para um mundo em transformação”, o evento retomou o tema do congresso realizado há trinta anos, em Indaiatuba, no estado de São Paulo. A dimensão do evento fica evidente ao relacionarmos o número de participantes e o Estado de origem. Esta edição do congresso contou com 3.350 participantes¹⁷, provenientes de todos os Estados brasileiros e do exterior, conforme ilustra o Quadro 5. Foram aceitos 2.181 trabalhos e foram apresentados 2.022 trabalhos, divididos entre o Intercom Junior (IR), destinados aos estudantes de graduação, as Divisões Temáticas (DT) que são subdivididas em Grupos de Pesquisa (GP) e a Exposição de Pesquisa Experimental em Comunicação (Expocom).

Quadro 5 – Número de participantes do congresso, em 2016, por Estado

Estado	Nº	Estado	Nº
AC	7	PA	197
AL	29	PB	54
AM	67	PE	143
AP	9	PI	25
BA	76	PR	198
CE	163	RJ	297
DF	97	RN	80
ES	70	RO	5
Exterior	11	RR	5
GO	91	RS	361
MA	60	SC	53
MG	202	SP	917
MS	18	TO	17
MT	54	Total: 3.350	

Fonte: Secretaria Intercom (2017)

Isso tudo ressalta a complexidade de organização que demanda um evento deste porte. Além do crescente número de participantes, o evento abrange uma variedade de divisões temáticas, que comportam os grupos de pesquisa. As sessões de trabalhos dos grupos resultam do trabalho da equipe de avaliadores, assim como das equipes que definem a programação, que procuram agrupar os trabalhos por temáticas afins.

Os grupos podem sofrer alterações, de acordo com as dinâmicas da própria área da Comunicação. Alguns grupos se mantêm, outros se encerram e outros surgem a partir das demandas da área. O quadro seguinte resume a diversidade de áreas que o evento contempla para fomentar as discussões científicas em Comunicação. No Quadro 6 estão as oito DTs e os GPs contemplados por cada uma delas, totalizando 34, no momento.

¹⁷ Dados obtidos, por e-mail, com a secretaria da Intercom.

Quadro 6 – Divisões Temáticas e Grupos de Pesquisa do Congresso Nacional

Divisões Temáticas	Grupos de Pesquisa
DT 1 – Jornalismo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gêneros Jornalísticos ▪ História do Jornalismo ▪ Jornalismo Impresso ▪ Teoria do Jornalismo ▪ Telejornalismo
DT 2 – Publicidade e Propaganda	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Publicidade e Propaganda
DT 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Relações Públicas e Comunicação Organizacional
DT 4 – Comunicação Audiovisual	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cinema ▪ Ficção seriada ▪ Fotografia ▪ Rádio e Mídias Sonoras ▪ Estudos de Televisão e Televisualidades
DT 5 – Comunicação Multimídia	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cibercultura ▪ Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas ▪ Games
DT 6 – Interfaces comunicacionais	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicação e Culturas Urbanas ▪ Comunicação e Educação ▪ Comunicação e Esporte ▪ Comunicação, Música e Entretenimento ▪ Produção Editorial
DT 7 – Comunicação, espaço e cidadania	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local ▪ Comunicação para a Cidadania ▪ Geografias da Comunicação ▪ Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais na América Latina
DT 8 – Estudos interdisciplinares	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade ▪ Comunicação Imagem e Imaginário ▪ Comunicação, Mídias e Liberdade de Expressão ▪ Economia Política da Informação ▪ Comunicação e Cultura ▪ Políticas e Estratégias de Comunicação ▪ Folkcomunicação ▪ Mídia e Interculturalidade ▪ Semiótica da Comunicação ▪ Teorias da Comunicação

Fonte: Adaptado de Intercom2016site (2016)

Diante do exposto, é possível refletir sobre a abrangência e complexidade em sua organização, haja vista o número de participantes e trabalhos aceitos para apresentação. Essa responsabilidade é dividida com a cidade sede do evento, conforme demonstra a Comissão Organizadora, composta de pesquisadores e profissionais da Intercom e da Instituição receptora do evento. Nesse sentido, começamos a identificar o papel da mediatização neste evento, considerando as facilidades e aceleração no acesso e disseminação de informações.

Atualmente, parece não ser possível considerarmos a ausência da internet no processo de inscrição e acesso ao conteúdo do congresso. O envio do formulário de inscrição e as cópias dos trabalhos impressos pelo correio parecem não dar conta do volume de materiais e do processo logístico para avaliação dos trabalhos enviados, o retorno ao participante para possíveis ajustes e o retorno sobre o resultado final. Também não faz mais sentido a impressão

de volumosos anais para serem comercializados ou distribuídos gratuitamente aos participantes quando o conteúdo fica disponível e acessível na internet para os participantes e demais interessados.

Mas isso não é tudo, a mediatização vai além. Vale lembrar que não se trata de substituir a ação presencial, mas compreender o processo de participação no evento permeado pelas possibilidades interativas da internet. As informações necessárias ao participante estão no portal do congresso e eventuais dúvidas podem ser sanadas pelo contato direto com a organização do evento. No entanto, as mudanças não cessam e, como explica Braga (2012a), são as demandas sociais que levam ao surgimento e transformações das tecnologias. Do portal do evento, que tem se naturalizado como etapa essencial para o ingresso ao evento, são utilizadas, atualmente, outras tecnologias, que permitem outras possibilidades de interação, como as redes sociais, que serão discutidas em outro capítulo.

As informações iniciais sobre o congresso encontram-se no site da Intercom. Os procedimentos para inscrição, submissão de trabalhos, alteração e resultados sobre o aceite são realizados pela internet. Inicialmente, o participante acessa a ficha de inscrição *on line* (Figura 3) e preenche seus dados e a categoria a qual pertence. O boleto é gerado e a confirmação da inscrição é feita após o pagamento, mediante confirmação pelo sistema.

Essa página contém, também, a opção “esqueci minha senha”, que direciona o participante em outra tela, para o preenchimento do e-mail cadastrado onde será enviada a senha. Há um *hiperlink* com o e-mail da organização do evento, onde o participante pode clicar para entrar em contato em caso de dúvidas. Nessa tela, também está disponível o login para acesso às demais etapas, como o prosseguimento da inscrição de trabalho e acompanhamento.

Figura 3 – O processo de inscrição no congresso

Portal Intercom x Adaltech Eventos - Credi x

Não seguro | www.intercom.org.br/sis/eventos/2016/

XXXXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação
Tema central:
Intercom 2016
São Paulo-SP
05 a 09 de Setembro de 2016

INTERCOM
SÃO PAULO - 2016

Voltar Autenticar Inicial

FAÇA A SUA INSCRIÇÃO NO EVENTO
FICHA DE INSCRIÇÃO - Clique aqui e preencha os dados da sua inscrição.
Após o recebimento das suas informações, o sistema lhe encaminhará por e-mail a confirmação de recebimento dos seus dados.
Esta será efetivada somente após a confirmação do pagamento junto a Secretaria Executiva do Evento.

ACESSO PARA OS JÁ INSCRITOS - SUBMISSÃO DE TRABALHO
Se você já enviou a sua inscrição, informe abaixo o seu e-mail e senha para atualizar seus dados, imprimir comprovante de pagamento e/ou tirar 2ª via do boleto.

Atenção: não utilize o navegador Mozilla Firefox

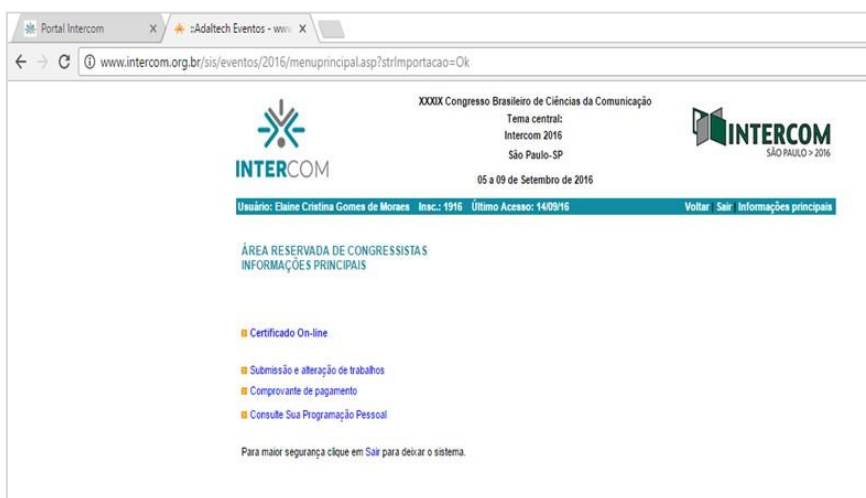
e-mail
Senha OK

Esqueci minha senha
Para suporte / tirar dúvidas contate: secretaria@intercom.org.br

Fonte: Portal Intercom (2016)

Após efetuar o login, o participante tem acesso à área reservada, que permite a submissão de trabalho e acompanhamento, conforme demonstra a Figura 4. O participante pode fazer alguma alteração, se necessário, após o envio, desde que o trabalho não tenha sido encaminhado à Comissão Avaliadora. Nesse espaço, o congressista pode obter seu comprovante de pagamento e consultar sua programação pessoal. Após o encerramento do evento, o participante também pode acessar os certificados.

Figura 4 – Acesso à área reservada



Fonte: Portal Intercom (2016)

Enquanto o trabalho está sob avaliação, o participante pode acompanhar a situação em que o trabalho se encontra, assim como quando a avaliação é concluída, irá aparecer o resultado em “situação atual”, conforme Figura 5.

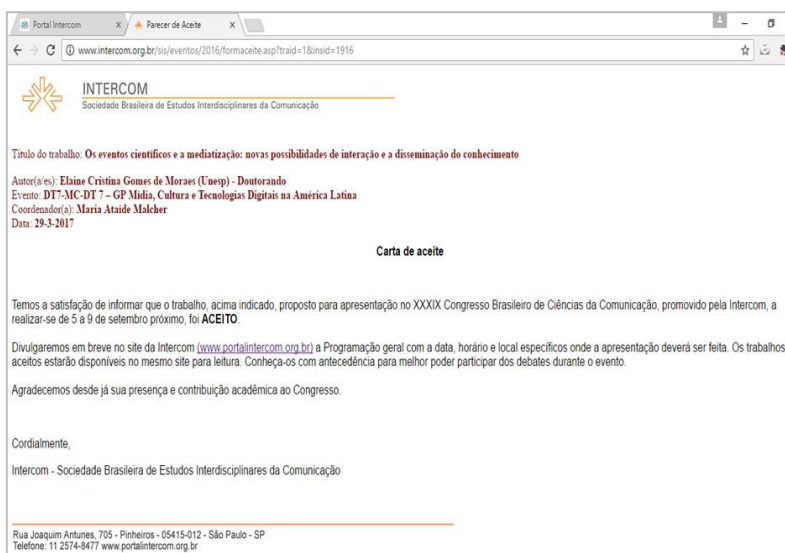
Figura 5 – Acompanhamento da situação atual do trabalho



Fonte: Portal Intercom (2016)

Concomitante ao portal do evento, o participante também recebe, no e-mail cadastrado, o resultado da Comissão Avaliadora sobre o trabalho (FIGURA 6). Se houver necessidade de algum ajuste, o participante é orientado, pelo mesmo processo e pode encaminhar o trabalho com os ajustes feitos.

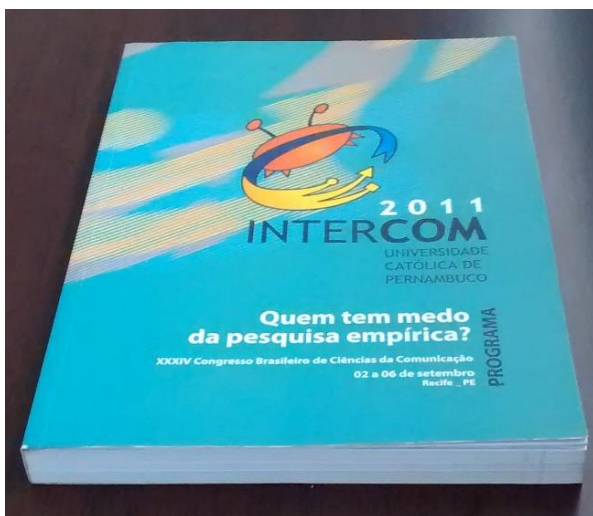
Figura 6 – Carta de aceite do trabalho



Fonte: Portal Intercom (2016)

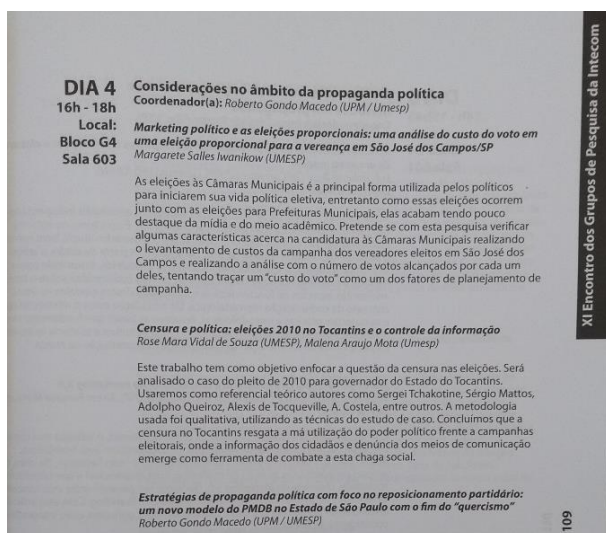
As Figuras 7, 8 e 9 ilustram outras mudanças ocorridas nos congressos nacionais. No ano de 2011, em sua 34ª edição, realizada em Recife, foi a última vez que a programação foi impressa e inserida no material entregue aos participantes no credenciamento. A publicação, por um lado, facilitava o acesso às apresentações do congresso, pois continha todos os trabalhos que seriam apresentados, com o título, autores e resumo, além do respectivo GP, o horário da sessão e a sala (FIGURA 8). Por outro lado, vale mencionar que havia o incômodo de carregar esse volume dentro da bolsa oferecida aos participantes. Atualmente, não faz sentido imprimir e encadernar a programação do evento e entregar aos participantes, pois, todas essas informações podem ser acessadas, atualmente, no portal do congresso, pelo *smartphone*, como, também, pelo aplicativo do celular.

Figura 7 – Programa do congresso de 2011: versão impressa



Fonte: Elaine Moraes (acervo pessoal)

Figura 8 – Conteúdo do programa impresso do congresso de 2011



Fonte: Elaine Moraes (acervo pessoal)

Embora os anais eletrônicos estivessem disponíveis no portal do congresso na edição de 2011, além da publicação com a programação impressa, foram inseridos na bolsa entregue aos participantes, os anais em cd, conforme consta na Figura 9.

Figura 9 – Anais do congresso de 2011: versão em cd

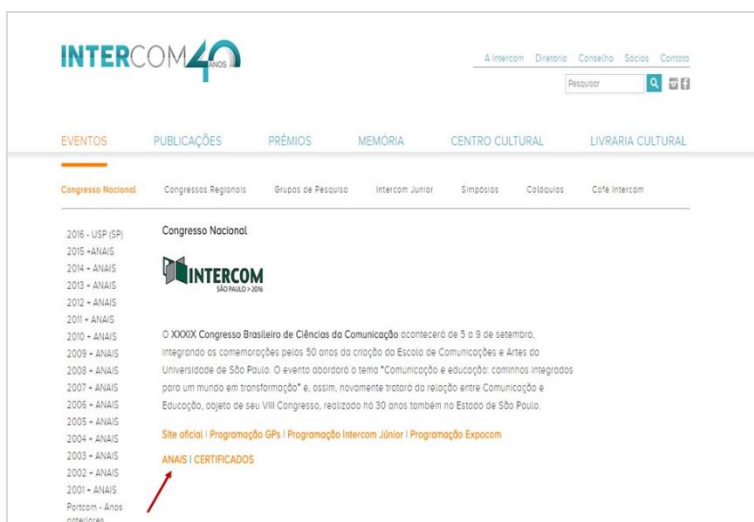


Fonte: Elaine Moraes (acervo pessoal)

A partir de 2012, a programação completa impressa foi suprimida, uma vez que estava disponível pela internet e, assim, os participantes receberam apenas os anais em cd. Até a edição de 2014, os anais eram inseridos na bolsa entregue aos participantes e, a partir de 2015, no congresso realizado no Rio de Janeiro, não houve mais a entrega dos anais, que estavam disponíveis apenas virtualmente. Nesse ano, havia um aplicativo do congresso para celular, que permitia o acesso a diversas informações sobre o evento, incluindo a programação.

A Figura 10 demonstra o acesso aos anais, já na tela inicial do portal do congresso nacional de 2016.

Figura 10 – Tela inicial do portal do congresso com acesso aos anais



Fonte: Portal Intercom (2016)

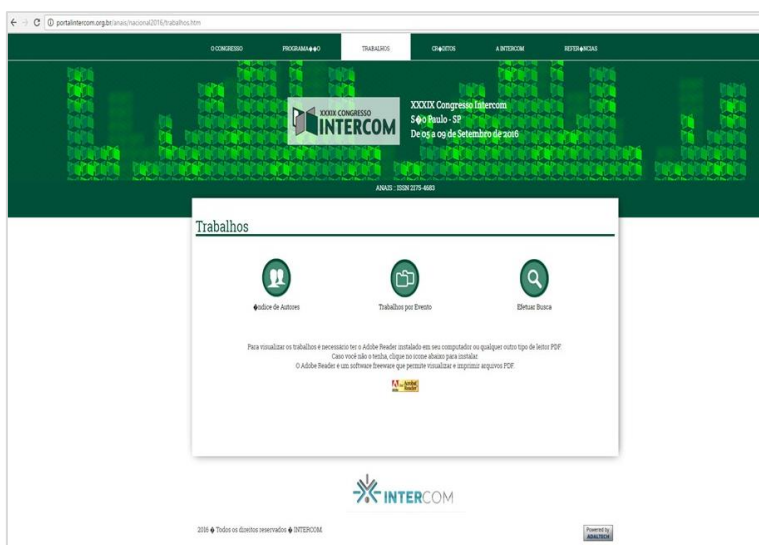
Conforme mostra a Figura 10, o acesso ao conteúdo dos trabalhos é público e independe da participação no evento, constituindo, assim, uma importante forma de democratização do conhecimento. Além disso, os anais das edições anteriores, também estão disponíveis. Nessa tela, podem ser acessados os conteúdos publicados desde 2001. No ícone “Portcom – anos anteriores”, é possível encontrar trabalhos apresentados em congressos desde 1994. Nessa mesma tela, que permite o acesso aos trabalhos, é possível acessar outras publicações e pesquisar a história e os trabalhos realizados pela Intercom.

O acesso livre aos trabalhos publicados não constitui apenas uma possibilidade de democratização do conhecimento, o que já seria de grande importância na difusão do conhecimento. Retomando os estudos de Braga (2006; 2012a), os meios de comunicação estão tão fortemente inseridos em nossa realidade que eles norteiam nossas discussões e ressignificações que construímos a partir de nossas vivências. No caso das tecnologias digitais, podemos verificar uma diversidade de informações para serem acessadas e, assim, podem ser compartilhadas, discutidas e transformadas.

Outro aspecto fundamental na disponibilização dos trabalhos científicos é que ela fomenta novas discussões e contribui para que as interações se ampliem e se tornem diferidas e difusas, ou seja, que se prorroguem no espaço e se disseminem por todas as direções. Não há mais controle a partir do acesso das informações, que são somadas às experiências dos leitores e reinterpretadas. Isso nos remete ao que Barros (2012) denomina “experiência poética” do receptor, que possui papel ativo na construção científica. A partir das fontes de informação, como os anais de congressos científicos, somados ao conhecimento dos indivíduos e às interações compartilhadas, novos saberes se constituem.

A Figura 11 apresenta a tela subsequente a da Figura 10. Quando se clica no ícone “anais”, o usuário é direcionado a essa tela, que exhibe as possibilidades de busca dos trabalhos, por meio do índice de autores, pelos tipos de eventos (Expocom, GP ou IJ) ou por palavra-chave. O ISSN 2175-4683 está contido na página, bem como as orientações para visualização dos trabalhos.

Figura 11 – Busca de trabalhos



Fonte: Portal Intercom (2016)

Após o encerramento do congresso, os certificados ficam disponíveis na área reservada do participante, que pode salvá-los ou imprimi-los, conforme apresenta a Figura 12. Os benefícios trazidos pela mediatização deste evento não recaem apenas na aceleração do processo de participação no evento, mas ressalta a importância da responsabilidade ambiental, ao eliminar a necessidade excessiva de papéis, como os antigos anais impressos e os certificados que eram encaminhados pelo correio.

Figura 12 – Certificados disponíveis na área reservada do participante



Fonte: Portal Intercom (2016)

Outros aspectos sobre o congresso nacional devem ser ressaltados, como a complexidade do planejamento de um evento deste porte, pois, não se trata somente de uma série de providências a serem tomadas para que o evento aconteça. É necessário considerar os participantes, seus interesses e expectativas e, nesse sentido, ressaltamos seu papel para um outro olhar para a produção de um evento. Um dos fatores ressaltados por Giácomo (2007) é a construção do clima do evento, que vai ao encontro de nossa percepção. O clima é fundamental para que o participante perceba o ambiente no qual estará durante o evento. Por isso, é um fator ponderável e deve ser pensado desde a etapa que o precede, conforme explica a autora.

Para a realização¹⁸ do XXXIX Congresso Nacional de Ciências da Comunicação, houve participação contínua entre a equipe responsável pela organização do evento em São Paulo, a diretoria da Intercom e a secretaria da entidade. A instituição receptora cria um site para o evento, que se torna o site oficial do evento, cujo acesso se dá pelo portal do congresso nacional. Enquanto o portal do evento traz informações sobre o calendário, valores, divisões temáticas e grupos de pesquisa do congresso, orientações sobre os procedimentos para inscrição e submissão de trabalhos e acesso aos trabalhos publicados, o site oficial traz informações mais específicas sobre a edição atual do evento, como está na Figura 13.

Figura 13 – Site oficial do congresso nacional de 2016



Fonte: Intercom2016 (2016)

Como pode ser observado, o site oficial traz a programação oficial e informações relativas à localidade, o que nos leva a inferir que se trata de um meio de aproximação com os

¹⁸ Essas informações foram fornecidas pela Professora Doutora Roseli Fígaro, da ECA-USP, responsável pela organização do congresso em São Paulo. O conteúdo do e-mail está no Apêndice A.

participantes, os quais são provenientes de diversas localidades do país. São informações importantes sob a ótica da produção de um evento ao considerar as necessidades dos participantes. Podem ser encontradas informações sobre transporte, hospedagem, telefones úteis da USP, locais para alimentação, a cidade de São Paulo e programação cultural. No site é possível ler uma mensagem da Presidente da Intercom e da Diretora da ECA aos participantes. Em caso de dúvidas, há um *hiperlink* que direciona o usuário a uma tela na qual se pode encaminhar uma mensagem e, também, há um e-mail para a secretaria da Intercom e telefones para contato.

Embora a mediatização já se apresente como fundamental nos eventos, a fim de facilitar e acelerar o acesso às informações e disseminação do conhecimento, esse modelo de internet, Web 1.0, ainda é considerado estático e transmissional. Há uma tentativa de aproximação com o participante no sentido de proporcionar-lhe uma acolhida, por meio das informações e o participante pode entrar em contato com a organização do evento, mas ele ainda é pensado pelo perfil de receptor.

Nesse sentido, retomamos a escolha do nosso tema de pesquisa. Os eventos científicos são importantes para o compartilhamento entre pares, para divulgação de pesquisas e, conseqüentemente, para a disseminação do conhecimento. Embora existam congressos virtuais, a essência desses eventos ainda é presencial. Como já apresentado, o evento reúne público com interesses afins (MORAES, 2013) e para ele tudo é preparado, desde a construção do clima do evento (GIÁCOMO, 2007), que só é vivenciado durante o acontecimento.

A mediatização, neste estudo, não deve ser entendida como uma possibilidade de substituição do evento presencial, mas ela demonstra as mudanças ocorridas nesse período de transição, do mundo analógico para o digital. As tecnologias digitais já estão incorporadas aos eventos de modo a não mais parecer possível sua ausência. No entanto, as transformações sociais ocorrem continuamente, novas demandas sociais surgem e outras tecnologias são criadas e modificadas.

As tecnologias digitais permitem além da divulgação de um evento ou de informações relativas a ele. A chamada Web 2.0 apresenta outras possibilidades interacionais, importantes para a área de eventos, que permitem a criação de redes colaborativas, nas quais os participantes podem se manifestar. É nesse ponto que entendemos ser fundamental um outro olhar para a área de eventos, não mais a partir de um promotor que visa atingir a um público-alvo, como um receptor passivo no papel de receber informações. Trata-se de um acontecimento que integra públicos complementares, ou seja, com interesses afins, e a mediatização torna-se fundamental nesse processo.

A mediatização, por meio das redes sociais na internet, permite as interações entre as pessoas e a partir delas. Por um lado, é possível, sob a ótica da produção do evento, se aproximar e conhecer os interesses e expectativas dos participantes. Por outro lado, é nesse espaço que a experiência dos participantes pode ter início. Diante do exposto, formulamos o problema central que norteia esta pesquisa: “como o processo de mediatização modifica os eventos científicos?”

Para auxiliar na resposta ao problema de pesquisa proposto, algumas questões de pesquisa foram formuladas, conforme seguem:

- Em uma realidade permeada, cada vez mais, pelas interações mediadas pelas tecnologias digitais, qual é a relevância do congresso presencial?
- Como os organizadores compreendem as mudanças acarretadas pela mediatização dos eventos?
- Qual é o papel das redes sociais da internet no congresso científico?

Como já mencionamos, a mediatização não se refere à supressão do evento presencial, mas o modifica. Para a realização deste estudo, partimos do pressuposto que a mediatização trouxe eficácia na produção dos eventos e amplificou sua importância científica, bem como antecipou e expandiu a experiência estética dos participantes, mas que as atividades presenciais mantêm qualidades específicas insubstituíveis no momento.

O texto seguinte traz uma explanação sobre as técnicas de coleta de dados utilizadas neste estudo.

5.3 Coleta de dados

Como destacado por Gil (2009) e Yin (2010), o estudo de caso constitui uma pesquisa em profundidade e, assim, sugere a utilização de diferentes técnicas de coleta de dados. Para buscarmos compreender as mudanças decorrentes do processo de mediatização dos eventos na produção e experiência estética dos participantes, utilizamos, neste trabalho, três técnicas para a coleta de dados: a observação participante, entrevista com os diretores da Intercom e análise do site de rede social, Facebook, criada voluntariamente por uma pesquisadora, para o evento de 2016. Cada uma das técnicas será apresentada e explicada, separadamente, nos textos seguintes.

5.3.1 Observação participante

A observação constitui importante técnica no desenvolvimento de uma pesquisa científica. Gil (2009, p. 71) vai além e explica que a observação “representa uma das mais importantes estratégias para obtenção de dados na investigação científica”. Embora o autor não defina o conceito de estratégia, se tomarmos como base a visão de Porter (2009), mencionado no capítulo três deste trabalho, podemos inferir que a observação apresenta propriedades importantes para a pesquisa científica. A observação permite que o pesquisador tenha contato direto com o fenômeno em investigação, conforme explica o autor.

Em alguns tipos de pesquisa, a observação pode ser utilizada como única forma de captação de dados, no entanto, nos estudos de caso, é importante que ela esteja associada a outras estratégias. Uma das vantagens de sua utilização é a possibilidade de o pesquisador perceber diretamente o fenômeno investigado, sem intermediações. Por outro lado, a presença do pesquisador *in loco* pode provocar mudanças comportamentais nas pessoas envolvidas (GIL, 2009). Como as demais técnicas, é importante recorrer àquelas que se alinham aos objetivos propostos.

Há alguns tipos de observação, que devem ser escolhidos de acordo com a proposição do trabalho. Neste estudo, foi realizada uma observação participante, na qual o pesquisador se insere no universo investigado, assumindo, de certa forma, o papel de um integrante do grupo pesquisado, como explica Gil (2009). O autor aponta duas vantagens para a utilização deste tipo de observação: a primeira é o acesso aos dados considerados privados, além disso, a observação participante possibilita a percepção da realidade sob a ótica das pessoas inseridas no universo da pesquisa e não o ponto de vista externo.

Sobre o papel do pesquisador na observação participante, Peruzzo (2006) salienta três pontos. Em primeiro lugar, o pesquisador se insere no grupo para vivenciar suas atividades, mas não se confunde com ele. Outro fator é a autonomia do pesquisador, uma vez que o grupo observado não interfere em seu trabalho. Por fim, o pesquisador pode trabalhar de forma oculta, sem que os demais membros do grupo tenham noção sobre a investigação, ou, de forma revelada.

A autora propõe algumas atitudes relacionadas à postura que o pesquisador deve apresentar durante a observação participante. Ele se insere no grupo pesquisado e deve vivenciar e acompanhar o contexto que envolve seu objeto de investigação. Além disso, há uma interação como membro do grupo, na qual o pesquisador assume algum papel no grupo. Aqui a autora se distancia da possibilidade mencionada anteriormente e explica que “o grupo

pesquisado conhece os propósitos e as intenções do investigador, e normalmente concordou previamente com a realização da pesquisa” (PERUZZO, 2006, p. 137). E, ainda, o pesquisador, normalmente, se compromete a compartilhar os resultados da investigação ao grupo. Não há restrição quanto ao pesquisador apenas se inserir no grupo ou, realmente, pertencer a ele.

Por se tratar de uma pesquisa individual e devido ao porte do evento, foi necessário delimitar a observação participante, que foi realizada em dois contextos distintos. Inicialmente, foram observados os aspectos relacionados ao planejamento do evento e as interações presenciais. Para isso, foi observada a estrutura geral do evento, os espaços para circulação e cerimônia de abertura do evento. O outro contexto refere-se às apresentações e discussões dos trabalhos em um grupo de pesquisa. O grupo escolhido foi o GP Mídia, cultura e tecnologias digitais na América Latina, por ter sido o grupo em que nosso trabalho foi apresentado. As observações foram realizadas durante as sessões de apresentação, nos dias 7 e 8 de setembro de 2016.

5.3.2 Entrevistas

A escolha da utilização da entrevista ocorreu em virtude da abrangência de informações que ela permite coletar. A entrevista tem sido a técnica mais utilizada na realização dos estudos de caso e se torna eficiente para que se obtenha dados em profundidade, como explica Gil (2009). Mas, o autor enfatiza que, nesse tipo de pesquisa “os resultados obtidos com as entrevistas só têm valor quando puderem ser contrastados com os decorrentes da utilização de outras técnicas [...]” (p. 63).

Há diferentes modalidades de entrevistas, como explicam Duarte (2006) e Gil (2009), com alguns aspectos distintos entre os autores. Duarte entende que há duas abordagens para as entrevistas: em profundidade e linear. Sua ênfase recai sobre o primeiro tipo, característico da pesquisa qualitativa, que pode estar composto por questões não-estruturadas, constituindo uma entrevista aberta, ou por questões semi-estruturadas, definindo a entrevista como semi-aberta. O autor ainda cita a entrevista de abordagem linear, caracterizada por se tratar de pesquisa quantitativa, com questões estruturadas. O Quadro 6 sintetiza as opções de classificação trazidas pelo autor.

Quadro 7 – Modelo de tipologia em entrevista

Pesquisa	Questões	Entrevista	Modelo	Abordagem	Respostas
Qualitativa	Não-estruturadas	Aberta	Questão central	Em profundidade	Indeterminadas
	Semi-estruturadas	Semi-Aberta	Roteiro		
Quantitativa	Estruturadas	Fechada	Questionário	Linear	Previstas

Fonte: Duarte (2006, p. 65)

O quadro apresentado auxilia para a compreensão da visão de Duarte (2006) e alguns pontos dos quais distingue do pensamento de Gil (2009). Com exceção à entrevista fechada, Duarte (2006) entende que os outros tipos são considerados entrevistas em profundidade porque mesmo que haja um roteiro pré-estabelecido, permite que as questões sejam adaptadas e alteradas se necessário, o que proporciona a amplificação dos dados.

Gil (2009) apresenta outra classificação para as entrevistas. Ele as segmenta em estruturadas, abertas, guiadas, por pautas e informais. As estruturadas se assemelham à definição de Duarte (2006) e as abertas abrangem o que esse autor segmenta em aberta e semi-aberta. Na modalidade aberta, “tanto as questões quanto a sua sequência são predeterminadas, mas os entrevistados podem responder livremente” (GIL, 2009, p. 64).

Para definir a modalidade da entrevista, é importante que o pesquisador tenha clareza em seus propósitos para definir a modalidade da entrevista. Duarte (2006) explica que o nível de profundidade e a forma de apresentação das questões dependem do entrevistador, mas, também, da disposição e conhecimento do entrevistado. Uma das vantagens da entrevista semi-aberta é que ela apresenta possibilidade de adaptação e alteração, permitindo que o entrevistador inicie o trabalho com um roteiro e encerre com outro. Além disso, esse modelo permite a criação de uma estrutura para a comparação de respostas e articulação dos resultados, conforme explica o autor.

Optamos pela técnica da entrevista em virtude do desenvolvimento de um estudo de caso, que requer uma investigação em profundidade, com a utilização de diferentes técnicas de pesquisa. Descartamos, inicialmente, a entrevista fechada, pois, nosso propósito era obter uma variedade de dados que pudessem nos trazer mais informações sobre a produção do evento, o envolvimento dos entrevistados nesse processo e, finalmente, para responder ao problema de pesquisa proposto.

Selecionamos pessoas diretamente relacionadas à instituição promotora do evento e com algum envolvimento da organização do congresso. Definimos, como entrevistados, os diretores da Intercom, da gestão correspondente ao ano de 2016. São 15 diretores, divididos nos seguintes

cargos: Presidente, Vice-presidente, Diretor Financeiro, Diretor Administrativo, Diretor Científico, Diretor Cultural, Diretor Editorial, Diretor de Comunicação e Memória, Diretor de Projetos, Diretor de Relações Internacionais, Diretor Regional Norte, Diretor Regional Nordeste, Diretor Regional Centro-oeste, Diretor Regional Sudeste e Diretor Regional Sul.

As entrevistas foram realizadas durante e após o congresso. O contato inicial foi feito por e-mail e aos que solicitaram responder presencialmente, as entrevistas foram gravadas. Aos demais, após aceitarem participar da pesquisa, foram enviadas as questões, por e-mail. Embora muito utilizada no meio presencial, Duarte (2006) explica que o uso da internet é uma forma fácil de realizar as perguntas, mas apresenta um grau de dificuldade na obtenção de respostas. Considerando o instrumento de coleta de dados, foram elaboradas 17 questões, com o propósito de gerar maior quantidade de dados para serem analisados posteriormente. Nas entrevistas presenciais, foi possível algumas alterações no roteiro, com base na interação face a face com o entrevistado. Foram realizadas 13 entrevistas.

5.3.3 Observação da página do congresso no Facebook

A decisão pelas observações em uma página de site de rede social tem como objetivo nos auxiliar a compreender as interações do público do congresso nacional da Intercom, na ambiência virtual. Como este estudo tem abordado, a mediatização contribui para importantes mudanças sociais, que ocorrem, também, nos eventos científicos. A vivência do participante, nos eventos científicos, é exclusiva do momento presencial, no entanto, tem-se observado que as possibilidades interacionais das redes sociais digitais possibilitam a construção das experiências dos participantes no ambiente virtual, possibilitando, assim, que eles tenham o primeiro contato com o clima do evento.

Quando tratamos do clima do evento nas redes sociais digitais, não nos referimos ao evento presencial, mas às experiências vividas pelos participantes no espaço construído para representar o evento no contexto virtual. Estamos nos referindo às experiências e sensações que ocorrem quando uma postagem recebe muitos comentários e reações, quando há manifestações indesejadas, como opiniões divergentes que levam ao conflito, ou, ainda, quando uma pergunta é feita e não há resposta. São ocorrências que não concorrem com o evento presencial, não se assemelham às vivências do evento, mas podem refletir no contexto presencial.

Para definirmos os procedimentos adotados para as observações na página do Facebook, recorreremos, inicialmente, aos estudos de Fragoso, Recuero e Amaral (2016) e Recuero, Bastos e Zago (2015). Utilizamos alguns conceitos trazidos pelos autores, mas nos distanciamos da

abordagem estrutural de redes, por não se tratar do foco deste trabalho. Os autores entendem que a análise de rede social “compreende [...] um conjunto teórico e epistemológico focado na compreensão dessas estruturas sociais e seu papel” (RECUERO; BASTOS; ZAGO, 2015, p. 39).

Para realizar esse tipo de estudo, é importante, inicialmente, definir o que será considerado ator e o que será considerado conexão. Um ator, também chamado de nó, pode ser representado por indivíduos, grupos ou instituições. O pesquisador deve definir, também, o que irá considerar conexão: “um link, uma quantidade de comentários, comentários recíprocos, ‘amigos’ do sistema etc.” (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2016, p. 119). Pode ser feito, também, um estudo da relação de conteúdos em site de rede social. Os nós podem ser as mensagens compartilhadas e as conexões podem ser representadas pelas relações, que podem variar em diferentes sites de rede social, como argumentam Recuero, Bastos e Zago (2015).

Para compreendermos o papel das redes sociais digitais nos eventos científicos, propomos estudar a relação de conteúdos publicados e, para isso, empregamos elementos da análise de conteúdo para verificarmos a frequência e temas postados na rede. Realizamos a análise categorial, que segundo Bardin (1977), é cronologicamente a mais antiga e a mais utilizada e “funciona por operações de desmembramento do texto em unidades, em categorias segundo reagrupamentos analógicos” (p. 153). A categorização utilizada é a análise temática, considerada rápida e eficaz, conforme explica a autora.

Embora este estudo de caso esteja pautado pela abordagem qualitativa, a análise da rede social da internet apresenta uma quantificação dos dados, mas sem uma perspectiva estatística. O propósito é, por meio da identificação das frequências das postagens, compreender as temáticas predominantes e, assim, as que mais demonstram os interesses dos participantes.

Retomando nosso propósito, realizamos uma observação e análise da página criada no Facebook para o Congresso Nacional da Intercom, de 2016. A página constitui um grupo público, criado em setembro de 2015, intitulada “Intercom Nacional 2016 - São Paulo. A responsável pela criação da página atuou de forma voluntária e a página não possui vínculo oficial com a Intercom.

Estabelecemos que os nós estão representados pelas mensagens publicadas na página e as conexões serão as relações estabelecidas, como as reações, comentários e compartilhamentos dessas mensagens. Os dados coletados referem-se ao período de 09 de setembro de 2015, quando a página foi criada, a 27 de dezembro de 2016, última postagem do ano em que foi realizado o Congresso pesquisado. As categorias temáticas estão apresentadas e analisadas no capítulo oito deste trabalho.

Os capítulos seguintes trazem as análises e resultados das pesquisas. Inicialmente, trazemos os aspectos descritivos e, na sequência, as considerações com caráter interpretativo dos resultados obtidos, com as discussões referentes às questões de pesquisa. Após os capítulos das análises, o capítulo nove traz a triangulação dos dados, em que retomamos o problema e as questões de pesquisa.

6 OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE

A observação participante foi realizada durante algumas atividades selecionadas do congresso nacional, entre 5 a 9 de setembro de 2016. Considerando o porte do evento, seria impossível aplicar a técnica em toda a programação do congresso, que ocorreu, muitas vezes, de forma simultânea (ANEXO A). Dessa forma, selecionamos algumas atividades a partir de alguns critérios que estão explicados ainda nesta seção. Vale ressaltar, também, que a observação participante foi realizada de forma individual, presencialmente, pela pesquisadora.

Procuramos nos ater aos aspectos abordados na fundamentação teórica deste trabalho que destacam o evento científico, considerando sua importância, a realização presencial, bem como as interações percebidas para, de modo qualitativo, apresentarmos as discussões na análise dos dados. As discussões buscam levar-nos a compreender o papel das atividades presenciais de um congresso, em um contexto no qual as tecnologias digitais permitem o intercâmbio científico no ambiente virtual.

A realização desta pesquisa responde à seguinte questão de pesquisa: “Em uma realidade permeada, cada vez mais, pelas interações mediadas pelas tecnologias digitais, qual é a relevância do congresso presencial?” Para isso, a observação participante busca obter dados por meio do evento realizado presencialmente, sem propor, como já mencionado, uma dicotomia entre virtual e presencial. Propomos discutir os aspectos norteadores da ação presencial, sua estrutura e interações, em um contexto permeado pela influência da mediatização.

Dois critérios foram estabelecidos para realizar a observação, considerando o problema de pesquisa proposto e a questão de pesquisa mencionada. Inicialmente, observamos os aspectos relacionados à estrutura física do congresso, importantes para o início da construção do clima do evento e das interações presenciais. Para isso, entendemos que seria importante obter alguns dados referentes ao planejamento do evento. Após contato presencial com a Professora Doutora Roseli Fígaro, uma das responsáveis pela coordenação geral do congresso, obtivemos alguns dados por e-mail, sobre o planejamento, conforme Apêndice A.

O segundo critério foi a observação em um dos Grupos de Pesquisa. Assim, permanecemos no Grupo Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais na América Latina, nos dias 7 e 8 de setembro, nas sessões programadas. A escolha se deve à nossa apresentação ser realizada nesse grupo, pois isso acrescentaria um caráter participante à observação. Tomando como base os propósitos de um evento científico, de proporcionar debates entre pares, divulgar pesquisas

e compartilhar experiências, buscamos verificar a dinâmica das interações presenciais no grupo. Algumas imagens foram inseridas para ilustrar alguns dos aspectos observados no congresso.

6.1.1 Descrição da observação participante

A observação participante teve início no dia 5 de setembro, no período da manhã. O primeiro aspecto observado, relacionado à estrutura do evento, foi a sinalização. Considerando que a instituição que sediou o congresso possui grande extensão territorial, a sinalização torna-se necessária para auxiliar a orientar os participantes. É um dos itens tratados no planejamento de um evento, que contribui para evitar que o participante sinta dificuldades de se localizar ou, ainda, dispende tempo procurando os locais para os quais se deve dirigir.

A sinalização é importante, independentemente se os participantes já conhecem as instalações físicas. O participante não porta, necessariamente, a programação quando chega ao evento, muitas vezes não chega com tempo hábil para procurar a atividade da qual deseja participar, que pode ser realizada simultaneamente a outras. Além disso, no congresso da Intercom, como já mencionado, há participantes de todas as regiões do Brasil e de outros países, portanto, a sinalização é necessária para orientá-los durante sua permanência.

Atualmente, o congresso recebe muitos alunos de graduação e muitos deles podem ter seu primeiro contato com um evento científico nesse congresso. Essa condição não é necessariamente exclusiva de estudantes de graduação, mas de outras categorias de participantes que, podem nunca ter participado, e, assim, sentir alguma dificuldade sobre como proceder para se credenciar e participar das atividades escolhidas da programação.

Pela extensão territorial do *campus* da USP, entendemos que o participante utilizaria algum meio de transporte para chegar ao congresso e observamos que o ônibus foi um meio bastante utilizado. Verificamos que foram colocadas placas de sinalização próximas aos pontos de ônibus da USP, que indicavam o sentido a ser seguido para chegar ao congresso, conforme consta na Figura 14. Nas placas estava escrito “Intercom”, que se refere ao nome da instituição promotora do evento, mas, ainda, ao termo que muitas pessoas utilizam para se referir propriamente ao congresso.

Figura 14 – Placa de sinalização próxima ao ponto de ônibus



Fonte: Elaine Moraes (acervo pessoal)

Na entrada de um dos prédios da ECA, onde foram realizadas algumas atividades do congresso, havia uma faixa grande de tecido, afixada na parte superior, de saudação aos participantes. Inicialmente, pôde-se ter a ideia de que esse seria o local do credenciamento, pelo destaque da faixa. Foi possível observar pessoas se dirigindo a esse prédio para perguntar sobre o local do credenciamento e foram direcionados a outro prédio. Nesse local foram realizadas algumas atividades do congresso, como as oficinas e minicursos. Na sequência, a Figura 15 traz a faixa mencionada.

Figura 15 – Faixa de saudação aos participantes



Fonte: Elaine Moraes (acervo pessoal)

Na frente do bloco em que estava sendo realizado o credenciamento dos participantes, havia um painel grande da Intercom (FIGURA 16). Esse painel, com as informações do congresso, bem como as cores de sua identidade visual, tornou-se mais que uma placa de sinalização e constituiu, verdadeiramente, um espaço para os participantes fotografarem. Durante todo o evento, diversas pessoas se fotografavam em frente a esse painel, como registro de sua participação no evento. Além disso, o painel tornou-se uma referência, pois observamos que diversas pessoas se encontravam lá.

Figura 16 – Painel Intercom



Fonte: Elaine Moraes (acervo pessoal)

Ainda sobre a sinalização, observamos que havia em alguns murais, a programação dos GPs e demais atividades do congresso. A programação dos GPs estava afixada em painéis com os números das salas onde seriam realizadas as sessões. Obviamente, torna-se mais ágil se o participante se orientar, inicialmente, pelos murais, para saber em qual sala será realizada a atividade procurada, porém a sinalização, muitas vezes, é insuficiente para orientar os participantes em um evento desse porte, por isso, havia recepcionistas espalhados pelos diversos andares do bloco para prestar informações.

A sinalização de um evento não precisa estar restrita às informações relativas à programação oficial. Em um congresso desse porte, é importante considerar outras informações, visando atender as necessidades e expectativas dos participantes. Observamos, dentre outras informações, a disponibilização de senha para acesso à internet e a indicação de espaços montados com *food trucks* para os participantes, como mostra a Figura 17.

Figura 17 – Informações diversas



Fonte: Elaine Moraes (acervo pessoal)

Credenciamento não é somente uma estrutura destinada à retirada de materiais pelos participantes, mas pode se tornar um fator para a construção do clima do evento. No congresso nacional da Intercom, os recepcionistas eram alunos dos cursos de Relações Públicas, Publicidade e Propaganda, Biblioteconomia e Educomunicação da ECA, que trabalharam de forma voluntária, conforme informações da Professora Doutora Roseli Fígaro. Os recepcionistas, vestindo a camiseta do evento, facilitava sua identificação pelos participantes, além do credenciamento, atuaram em diferentes funções, como suporte aos palestrantes, grupos de pesquisa, oficinas, secretaria, reposição de material, controle de equipamentos e outros. No credenciamento, observamos que os recepcionistas atendiam aos participantes e prestavam informações.

Vale ressaltar a importância das pessoas em um evento, como salienta Nakane (2013). Não nos referimos apenas aos participantes, mas também às equipes que trabalham em todas as esferas do evento, como os recepcionistas. Os recepcionistas podem ser o primeiro contato do participante no congresso e, assim, atuam como um termômetro do clima que impera no ambiente. Solicitamos diversas informações no decurso do evento e foi possível observar um clima positivo nesse ambiente em que os recepcionistas foram sempre solícitos.

Como tem acontecido em edições anteriores do congresso, o credenciamento é feito para dois grupos distintos: sócios e não sócios da Intercom. Neste congresso, os participantes receberam um acessório que tinha a função de um crachá. Esse material, em tecido, com cordão, continha um espaço interno, em que poderia ser guardado o celular, continha uma etiqueta de identificação, a programação impressa em formato de livreto e uma caneta. Por um lado,

observamos sua praticidade por apresentar diferentes funcionalidades, em um tamanho compacto, mas a entrega de uma caneta, sem um bloco de anotação, pode perder o sentido. A Figura 18 ilustra o material entregue aos participantes.

Figura 18 – Material entregue aos participantes



Elaine Moraes (acervo pessoal)

Um dos aspectos que compõem o conceito e uma das dimensões de um evento é seu caráter extraordinário. Os prédios, nos quais o congresso foi realizado, são utilizados diariamente, em um outro contexto. Estudantes, professores e funcionários circulam pelos espaços, dentro de suas rotinas. No entanto, a realização do congresso nacional da Intercom modifica não apenas os usos da estrutura física, mas propicia uma sinergia entre os participantes, que resulta do clima preparado para o evento.

O credenciamento, a decoração e os espaços criados especialmente para o congresso contribuem para uma atmosfera positiva. Observamos, em termos estruturais, o cenário extraordinário, que, inicialmente, como já mencionou Mafra (2006) é o elemento que visa captar a atenção dos participantes e, conseqüentemente, surpreendê-los. Tudo isso resulta de um planejamento que é mais do que uma rotina de ações a serem realizadas e considera as expectativas dos participantes e suas vivências no evento. A Figura 19 ilustra parte da decoração do *hall* próximo ao credenciamento.

Figura 19 – Espaço com decoração



Fonte: Elaine Moraes (acervo pessoal)

Foi realizada, durante todo o evento, uma feira para a comercialização de livros, muito comum em eventos científicos e nos congressos da Intercom. Além de ser um espaço para divulgação e venda de livros da área de Comunicação, constituiu um ambiente que favoreceu as interações entre os participantes. A feira foi realizada no mesmo piso do credenciamento, o auditório em que foi realizada a abertura do evento e onde foi montada uma cafeteria, um espaço em que todos os participantes percorreriam e, assim, poderiam se encontrar em um contexto informal.

Esse cenário contribui para o que Campello (2000) havia mencionado sobre as chamadas “conversas de corredor”, importantes para que as pessoas interajam pessoalmente. Muitas vezes, para os estudantes de graduação, esses momentos informais do congresso tornam-se oportunidade de encontrar pessoalmente autores que constituem suas referências, conhecidas apenas por suas contribuições citadas em seus trabalhos acadêmicos. Pudemos observar que, no decorrer do congresso, havia sempre pessoas circulando por esse espaço, conforme mostra a Figura 20.

Figura 20 – Feira de livros e circulação de público



Fonte: Elaine Moraes (acervo pessoal)

A abertura solene e festiva do congresso de 2016 ocorreu no dia 05 de setembro, no auditório do Centro de Difusão Internacional (CDI) da USP, sob coordenação da Professora Doutora Marialva Barbosa, presidente da Intercom e da Professora Doutora Roseli Figaro, da ECA. De acordo com a programação oficial da abertura (Anexo B), a solenidade teve início com a saudação dos membros da mesa diretora e, na sequência, houve a apresentação do pianista Eduardo Monteiro (FIGURA 21) e, na sequência, a apresentação da Orquestra de Câmara (OCAM) da ECA-USP (FIGURA 22), com o solista Emmanuele Baldini.

Figura 21 – Apresentação do pianista Eduardo Monteiro



Fonte: Elaine Moraes (acervo pessoal)

Figura 22 – Apresentação da OCAM



Fonte: Elaine Moraes (acervo pessoal)

O concerto atraiu muitos participantes. Observamos que o ambiente foi preparado com um cenário distinto ao do dia a dia, com decoração, estrutura para composição de mesa, cadeiras reservadas, equipamentos de som e mobiliários para as apresentações. Considerando que os eventos possuem esse caráter de ruptura com o cotidiano, uma abertura festiva instala o próprio evento científico. Trata-se de uma forma de saudar e surpreender os participantes, propondo a vivência de um clima positivo e, até mesmo, afetivo, para que, na sequência, as atividades transcorram conforme o previsto.

Seguindo com as dimensões propostas por Mafra (2006), em uma abertura solene, como o concerto apresentado, fica mais evidente a dimensão espetacular, no entanto, como o próprio autor explica, isso não significa atribuir ao público, como audiência, um caráter inerte. Isso pôde ser observado quando houve uma quebra de protocolo, por meio de uma manifestação política durante o discurso de abertura da Professora Marialva, sobre o cenário atual vivenciado no país.

A quebra de protocolo não é necessariamente negativa, é um ato não previsto no roteiro do cerimonial, que pode ter consequências não previstas. Neste caso, porém, foi uma manifestação pacífica do público, com palavras de ordem e aplausos, para reverenciar a visão da Professora. Encerrados os discursos pelos membros da mesa diretora, as apresentações ocorreram sem nenhum imprevisto perceptível. Ao final, os músicos foram aplaudidos pela plateia, em pé.

No dia seguinte, no período da manhã foi realizada a conferência de abertura com Guillermo Orozco Gómez, sob a coordenação da Professora Marialva Barbosa (FIGURA 23). Essa atividade chancelou o início da programação científica do congresso, com o auditório

lotado de público. Ao final da conferência, foi aberto espaço para perguntas e os participantes que desejaram, dirigiram suas questões diretamente ao conferencista. Alguns se manifestaram em português, outros em espanhol. Embora a conferência tenha sido proferida em espanhol, o Professor Orozco interagiu com os participantes que falavam em português.

Independentemente da estrutura preparada, era previsível que as interações dialogais aconteceriam na conferência de abertura. Vale ressaltar que toda a organização contribui para que as vivências do participante sejam enaltecidas, também pelo clima preparado para a atividade: o suporte com telões, a decoração, o atendimento aos participantes, a temperatura do ambiente e, obviamente, o protagonista da atividade, o Professor Orozco, que demonstrou cativar a plateia desde o início de sua apresentação.

Figura 23 – Conferência de abertura com Guillermo Orozco Gómez



Fonte: Elaine Moraes (acervo pessoal)

A infraestrutura é importante para o clima do evento que, conseqüentemente, favorece que tudo transcorra conforme o planejado e eventuais imprevistos não prejudiquem o evento. As salas estavam preparadas com equipamentos para as apresentações, havia sinalização no local, transporte para os palestrantes e diretores da Intercom e havia espaços para alimentação dos participantes. Sobre esse ponto, foi montado um local com carros *food trucks*, com algumas empresas da área e havia também os restaurantes do *campus*, conforme Anexo C. Observamos que havia longas filas para pedidos no espaço dos *food trucks* no horário de almoço, em que, provavelmente, as sessões dos GPs teriam terminado, fatos que podem ter contribuído para o atraso de alguns participantes nas atividades do período da tarde.

O segundo critério utilizado foi observar as interações durante as sessões do GP Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais na América Latina, coordenado pela Professora Doutora Maria Ataíde Malcher, realizadas no CDI, bloco B, sala 03, no segundo andar. Conforme a programação científica (ANEXO D), foram realizadas seis sessões entre os dias 7 e 8 de setembro. Para a realização da observação, foi comunicado à coordenadora, sobre o trabalho. Antecedendo a observação das interações presenciais, vale mencionar a estrutura preparada. Embora houvesse sinalização nas portas, a sala desse GP não estava muito fácil de ser localizada, pois não se tratava de uma sala de aula, mas foi um espaço adaptado para as apresentações.

Foram colocadas 28 cadeiras brancas, de plástico, sem prancheta lateral, o que dificulta as anotações em papel ou em *notebook* ou *tablet*. Havia uma mesa para os equipamentos de audiovisual e outra para os coordenadores das sessões. Considerando que não havia bloco ou folhas de papel no material entregue aos participantes, ficava sob responsabilidade do participante obter um meio para fazer suas anotações. Nesse sentido, fica evidente a importância dos aspectos estruturais também para atender às necessidades dos participantes, bem como, possibilitar seu engajamento. Na ausência de um suporte para registrar perguntas ou comentários sobre os trabalhos apresentados, é possível que algumas pessoas tenham deixado de participar dos debates.

Outro aspecto estrutural observado foi a ausência de cortina nas janelas e de ar condicionado, e, em determinados horários, a temperatura aumentava, gerando algum incômodo. Por outro lado, um fator positivo é que, durante todas as sessões, houve apoio dos alunos de iniciação científica, integrantes desse grupo e que, também apresentaram seus trabalhos. Eles prestavam informações aos participantes, gravavam os arquivos dos apresentadores no computador, auxiliavam na projeção dos *slides*, faziam registro de imagens do GP e o controle de frequência.

A Figura 24 ilustra uma das sessões do grupo, com destaque aos elementos estruturais já mencionados: espaço adaptado para a sala, cadeiras inadequadas, janelas sem cortinas, materiais dos participantes colocados no chão. No entanto, observamos o interesse dos participantes que anotavam, de forma improvisada, em papéis ou nos notebooks, seus apontamentos para os debates, bem como o apoio dos alunos de iniciação científica na projeção das apresentações.

Figura 24 – GP Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais na América Latina



Fonte: Acervo GP Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais na América Latina (2016)

A abertura dos trabalhos foi feita pela coordenadora, que apresentou a história do GP, o foco de pesquisa sobre a temática da América Latina e a composição de alunos de graduação com iniciação científica. Todos os participantes presentes se apresentaram e a coordenadora solicitou a todos que participassem de toda a programação do grupo. A abertura se delongou e as apresentações tiveram início com 25 minutos de atraso. Durante essa fala inicial, havia 15 participantes na sala.

Antecedendo o início da primeira sessão, a coordenadora orientou sobre o tempo de exposição. Foram apresentados quatro trabalhos e, na sequência, foi realizado o debate com os apresentadores. Durante o debate, havia 22 pessoas na sala, no entanto, apenas seis interagiram de forma dialogada com os apresentadores. O tempo de debate excedeu a previsão, durando 40 minutos. A dinâmica não foi marcada por muitas questões aos apresentadores, mas pelo compartilhamento de experiências, sugestões de referências e ideias sobre os temas.

A segunda sessão também tinha quatro trabalhos para apresentação. Após verificar se todos os expositores estavam presentes, o coordenador iniciou os trabalhos com 40 minutos de atraso, devido ao horário do término da sessão anterior. Alguns apresentadores não utilizaram todo o tempo disponível, enquanto um deles excedeu em 10 minutos e não houve interferência do coordenador. Na sequência, os apresentadores se dirigiram à frente da sala para o debate, que não durou os 30 minutos previstos. Nesse momento, havia 18 participantes na sala e quatro interagiram diretamente com os apresentadores, alguns dos quais já haviam participado do debate da sessão anterior. O teor do debate pautou-se, novamente, em contribuições sobre outras referências e comentários sobre os temas.

A terceira sessão teve início com 26 minutos de atraso, devido ao horário de encerramento das atividades do período da manhã e o tempo que pode ter sido dispendido em filas para alimentação. Após a saudação inicial, o coordenador verificou se todos os apresentadores estavam presentes e informou sobre o tempo de exposição. O coordenador providenciou placas para sinalização de tempo e informou que faria o controle a fim de evitar atrasos na sessão.

Após as quatro apresentações, os expositores retornaram à frente da sala para o debate, que teve 30 minutos de duração. O próprio coordenador fez considerações sobre todos os trabalhos, que resultou em um intercâmbio de experiências, bem como sugestões de referências e proposições para outros estudos. Nessa interação dialógica, não houve perguntas, mas os outros participantes que se manifestaram também apresentaram sugestões de leitura. Durante o debate, havia 25 pessoas na sala.

Na sequência, houve a troca de coordenadores para o início da quarta sessão, que começou com 40 minutos de atraso, com 21 participantes presentes. Após confirmar que todos os apresentadores estavam presentes, a coordenadora informou que usaria placas de sinalização de tempo. Após as quatro apresentações, os expositores se posicionaram para o debate, que durou mais de 40 minutos, com 20 participantes.

Como nas sessões anteriores, observamos que o direcionamento do debate não foi no sentido de averiguar o conhecimento dos autores sobre seus trabalhos, mas no de propiciar o intercâmbio de pesquisas, comentar a relevância dos estudos e sugerir referências que poderiam contribuir para as pesquisas. Um dos apresentadores mencionou que seu autor de referência sobre os estudos da América Latina estava na sala, tendo sido o coordenador de uma das sessões anteriores. A coordenadora do GP ressaltou a importância dos estudos sobre a América Latina.

No dia seguinte, a sessão cinco teve início com 17 minutos de atraso, em virtude da ausência do coordenador, que se justificou pela dificuldade em encontrar a sala. Essa reclamação foi reiterada por alguns participantes. Sua saudação foi breve e em um minuto as exposições começaram. Após os três trabalhos apresentados, o debate iniciou e teve duração de 32 minutos, com 17 participantes na sala. Houve questionamentos que estimularam o debate, reflexões, trocas de experiências e sugestões de referências. Após 32 minutos, a sessão foi encerrada.

Estava prevista a realização da sessão seis e, na sequência, a avaliação do grupo, no entanto, concomitantemente ao debate, a avaliação foi realizada. A coordenadora fez uma breve abertura e solicitou aos participantes que permanecessem até a finalização dos trabalhos. Os três trabalhos apresentados foram selecionados estrategicamente, conforme explicou a

coordenadora. O debate, que teve início às 12 horas e 41 minutos, foi pautado não apenas nos temas dos trabalhos, mas nas avaliações do GP. O debate e a avaliação duraram quase uma hora e 20 minutos e havia 18 participantes na sala. Ao final, os participantes fizeram um registro fotográfico. A Figura 25 ilustra as interações dialogais em um dos debates do GP.

Figura 25 - Debate em uma das sessões do GP



Fonte: Elaine Moraes (acervo pessoal)

Em nossas experiências, a partir das edições anteriores, em outros grupos e atividades, observamos que há frequente rotatividade durante as sessões, com a presença de pessoas que têm interesse em um determinado tema, outras que permanecem parcialmente e há aqueles que permanecem durante todo o tempo. Nesse grupo, observamos que houve pouca rotatividade, considerando o número de participantes durante os debates. O comprometimento de vários membros do grupo, como os alunos de iniciação científica, que auxiliaram os expositores, foi visível durante todas as sessões.

Outro aspecto sobre a observação no GP é que a maioria das sessões excedeu o tempo previsto e, apesar de alguns coordenadores terem usado placas para sinalizar o tempo, algumas apresentações ainda ultrapassaram o limite. Situação semelhante foi observada nos debates. Por um lado, a falta de controle no tempo das apresentações por parte de alguns coordenadores, pode caracterizar um problema de organização. Por outro, principalmente nos debates, ressalta a relevância atribuída às discussões, que foram permeadas por intensivos compartilhamentos e contribuições aos trabalhos apresentados.

Vale lembrar que, muitas vezes, há uma cordialidade nos grupos, de modo que os participantes não fazem críticas diretas aos trabalhos apresentados. Mas, a finalidade de

apresentar uma pesquisa em público, do ponto de vista científico e acadêmico, é submetê-la ao crivo dos pares, de modo que pode haver um benefício nesse clima de questionamento sobre o método, resultados e interpretações, principalmente entre pesquisadores de correntes diferentes.

O evento científico pode ser, portanto, um momento de crítica e discordância, mas há um respeito mútuo dos participantes. O conhecimento científico considerado válido é o consenso dos pesquisadores em um dado momento, mas esse consenso precisa ocorrer com base em argumentos e não sobre amizade. No caso dos eventos presenciais, existe a oportunidade de uma discussão face a face, de participação direta e pessoal dos membros, sendo uma vantagem nítida dessa modalidade.

6.2 Considerações sobre a observação participante

Finalizada a exposição das observações realizadas no congresso nacional da Intercom de 2016, tecemos algumas considerações, retomando o referencial teórico construído e fazendo algumas inferências. Para respondermos ao problema de pesquisa proposto, segmentamos as questões de pesquisa estabelecidas no capítulo cinco, a fim de compreender os dados coletados em cada uma das pesquisas que compõem este estudo de caso. Ao final destas considerações, nosso propósito é responder a seguinte questão: “Em uma realidade permeada, cada vez mais, pelas interações mediadas pelas tecnologias digitais, qual é a relevância do congresso presencial?”

Para este trabalho, que tem como tema a mediatização, entendemos que é importante compreender o contexto da não mediatização do congresso. Para respondermos essa questão de pesquisa, bem como buscar elementos para resolvermos o problema de pesquisa proposto, ganha respaldo a observação no âmbito presencial, no qual acontecem as interações dialogais e as vivências dos participantes. Não preterimos a existência da mediatização durante as atividades presenciais, uma vez que os meios estão onipresentes na sociedade (BRAGA, 2006, 2012a) e as possibilidades interacionais pelas tecnologias digitais são amplas e acontecem em qualquer tempo e espaço, mas, para entendermos a influência da mediatização, consideramos fundamental coletar os dados no ambiente no qual predominam as atividades presenciais.

De acordo com os autores citados no capítulo dois, em que tratamos da pluralidade do conceito de eventos, encontramos distintas especificidades destacadas, as quais convergem para o nosso estudo. Embora o evento científico tenha o propósito de discutir temas ligados à ciência (MEIRELLES, 2003), é relevante que um congresso, que apresenta estrutura complexa, insira em seu planejamento elementos que vão além de sua função precípua. Os participantes do

congresso, oriundos de todas as regiões do país e até mesmo de alguns outros países, permanecem na cidade sede do evento durante sua realização, aproximadamente por uma semana. Por isso, a importância de uma visão macroscópica para contribuir com uma vivência positiva desses participantes.

Embora não adotemos o uso de termos como “instrumento”, “ferramenta” ou “recurso” para nos referirmos ao evento, entendemos que esses termos visam categorizá-lo como uma das possibilidades comunicacionais nas organizações. Em síntese, o evento aglutina público com interesses afins em determinado espaço e tempo, independentemente de seu propósito. Isso é o que a Intercom realiza, por meio de seu congresso nacional, no entanto, ao congregar um número tão grande de público em um congresso científico, a instituição proporciona, além das discussões científicas, o conagraçamento entre os participantes no encontro presencial.

Durante a realização das atividades presenciais, programadas do congresso, verificamos, ainda, a encenação de rituais, como mencionado nas observações. As ordens de fala, estabelecidas pelas normas do cerimonial, bem como a sequência de ações legitimadas pelos hábitos praticados em eventos científicos, e, ainda, a quebra de protocolo são ações constitutivas das interações face a face. São ocorrências essencialmente presenciais.

Isso não significa que no ambiente virtual não se observe também o caráter ritualístico dos eventos. Ao contrário, as normas de protocolo tendem a ser mais rígidas, em virtude de um roteiro pré-estabelecido para a ocorrência das interações mediadas pelas tecnologias digitais. Manifestações pacíficas, como as palavras de ordem durante o discurso de abertura da diretora presidente da Intercom, provavelmente não aconteceriam em um evento virtual, em virtude das limitações dos próprios recursos tecnológicos.

Nas atividades presenciais observamos uma sinergia, que resulta do clima do evento, é o “estar lá” e vivenciar o contexto. Retomamos a visão de Miyashiro (1987), Giácomo (1993, 2007) e Matias (2007) e ao enfatizarem a importância do clima do evento. Embora haja alguma divergência de visão desses autores, todos destacam a relevância do clima para o sucesso dessas ações. Como Miyashiro (1987) explica, trata-se do “espírito” do evento, um elemento subjetivo presente nos participantes e resulta do estado de ânimo de todos os envolvidos, como argumenta Giácomo (1993, 2007).

Embora não tivéssemos acesso ao planejamento do congresso, os resultados da observação nos permitem inferir que o clima foi trabalhado durante a etapa do pré-evento, independentemente de ter sido abordado diretamente. De nada adiantaria a entrega de mensagens de boas-vindas aos participantes se alguma insatisfação dos recepcionistas fosse percebida, como explica Giácomo (1993, 2007). O credenciamento, assim como o atendimento

aos participantes, a prestação de informações e a disponibilidade dos recepcionistas durante o congresso tornaram-se alicerce para o desenvolvimento do clima durante os dias subsequentes. Isso não é tudo, mas é importante para contribuir com as vivências dos participantes, que se sentem acolhidos ao chegarem ao evento.

Outro aspecto observado refere-se às dimensões do evento. Durante os dias em que o congresso é realizado, as atividades que acontecem simultaneamente à programação científica, levam-nos a identificar suas dimensões espetacular, festiva e argumentativa. Importante ressaltar a menção de Mafra (2006) ao espetáculo, que, apesar de definir o público como audiência, não lhe confere um caráter passivo, mas, busca captar sua atenção. No contexto dos eventos, a dimensão espetacular busca proporcionar aos participantes, elementos para uma vivência agradável, por meio de emoções positivas, a partir do clima que se constrói, em um cenário distinto ao do cotidiano.

Esse contexto extraordinário é vivenciado desde a chegada do participante. Mesmo os estudantes que frequentam diariamente as instalações onde foi realizado o congresso, durante o curso de graduação, experienciaram um ambiente distinto ao do cotidiano. O clima instaurado desde a chegada dos participantes contribui, ainda, para a vivência da dimensão festiva do evento. Não se trata somente das atividades sociais, mas, o próprio clima informal, que permeia algumas ações, adquire essas características.

Retomando a visão de Amaral (2001), a festa não constitui apenas divertimento, mas tem uma função social importante, de levar os indivíduos de volta à “vida séria”. Na vida social, as normas regem o cotidiano e a festa se estabelece como um momento de relaxamento desse contexto, importante para restabelecer o ânimo para retomar os compromissos. Em uma analogia com o evento científico, os encontros informais que acontecem entre as atividades oficiais, nos quais se estabelecem contatos ou, ainda, vínculos afetivos, remetem à função social da festa, revigorando os participantes para o retorno às atividades programadas.

Assim, os encontros de corredor durante o café ou os intervalos para almoço e, ainda, a programação social, podem promover integração e divertimento dos indivíduos e se encerram para que as atividades científicas programadas prossigam. A dimensão festiva é vivenciada apenas presencialmente, pois permite o divertimento, o envolvimento afetivo, a participação coletiva e a convivialidade (MAFRA, 2006). Ao rever uma imagem ou vídeo desses momentos de descontração, é possível resgatar as emoções e subjetividades experienciadas, mas a vivência é única, considerando que o evento acontece ao vivo, como explica Kunsch (2003).

As interações face a face (THOMPSON, 2008) permearam todo o congresso nacional da Intercom. Após tratarmos dos aspectos estruturais que contribuíram para o clima do evento,

os aspectos ritualísticos e a dimensões espetacular e festiva, que resultaram nas interações presenciais, trazemos algumas considerações sobre as interações no GP pesquisado. O congresso da Intercom congrega o maior número de profissionais e estudantes da área de Comunicação do país e, trata-se de um encontro proveitoso para a produção e disseminação do conhecimento. Esse aspecto não foi exclusivo dos trabalhos dos GPs, mas das demais atividades científicas da programação.

No GP em que foi realizada a observação, ficou evidente a função de aperfeiçoar os trabalhos apresentados, por meio da sua crítica, como menciona Campello (2000). A ênfase dos debates esteve no diálogo, remetendo à dimensão argumentativa do evento (MAFRA, 2006). Em todas as sessões do grupo, os apresentadores e alguns participantes interagiram sobre experiências que foram compartilhadas, sugestões de referências, metodologia, o objeto de pesquisa, de modo a incentivar o prosseguimento das pesquisas apresentadas.

Há algumas críticas feitas aos participantes dos eventos científicos, por Targino e Neyra (2006) que não foram observadas neste contexto específico. Os autores criticam a falta de preparo de alguns apresentadores e o entra-e-sai dos participantes durante as sessões. As sessões do grupo evidenciaram o engajamento dos participantes, que interagiram mutuamente. Participar de um congresso científico é uma oportunidade para o exercício da argumentação e do debate e, nesse contexto, é possível encontrarmos diferentes perfis de apresentadores, desde aqueles já habituados às apresentações orais como aqueles que irão vivenciar a primeira participação. Isso não indica, necessariamente, um aspecto negativo como mencionam os autores, mas trata-se de um espaço de aprendizado mútuo.

A entrada e saída de pessoas em um GP durante as sessões pode indicar o interesse em determinado tema em detrimento de outro ou, ainda, o intuito de prestigiar a apresentação de algum colega. Obviamente, o ruído provocado pela porta que é aberta ou fechada pode incomodar os apresentadores e até mesmo os demais participantes. No entanto, vale ressaltar o caráter mais ativo dos participantes, que não são público-alvo, mas que possuem reciprocidade entre determinada temática e seu interesse (GIÁCOMO, 2007).

Houve rotatividade do público presente no Grupo, porém, observamos que a maioria das pessoas estava presente desde a primeira sessão de trabalhos. Nesse sentido, salientamos o papel dos eventos científicos na produção da ciência e a qualidade dos debates como testes para validar os trabalhos apresentados. Parte do público se tornou interlocutor, mas mesmo aqueles que não se manifestaram sobre os trabalhos apresentados, puderam se beneficiar com as discussões. As apresentações orais são importantes para o aprimoramento dos trabalhos (CAMPELLO, 2000), os quais são discutidos, são esclarecidas eventuais ambiguidades

textuais, bem como são ressaltados pontos que poderiam não ter sido destacados no texto (MEADOWS, 1999).

Nesse sentido, a crítica, mesmo quando apresenta uma conotação negativa, é importante para o progresso da ciência, que não pode ter meios termos. Sua característica mais importante reside no fato de ela não ser dogmática, de não resistir ao contrário, de ser um consenso construído a partir da coesão, do método e da aceitação pelos pares só quando há evidências de que a pesquisa apresenta a melhor solução do momento para um problema. Vale lembrar que esse consenso não é inabalável, pelo contrário, tem de ser submetido à prova e se houver uma resposta melhor, o consenso precisa mudar. Se não for assim, a ciência se torna dogma. Por isso, o debate nos congressos é fundamental para checar a metodologia e a consistência dos trabalhos.

Buscamos destacar nestas considerações a importância das ações presenciais. Não desqualificamos a realização de um congresso virtual, como, por exemplo, foi realizado o *Congreso Online del Observatorio para la Cibersociedad*, na Espanha. Trata-se de um modelo diferente, que faz uso exclusivo das tecnologias digitais para o cumprimento da programação. Pode se tornar uma tendência no futuro, no entanto, consideramos que haveria prejuízo com a ausência das interações presenciais porque os debates observados nas sessões de trabalhos são oportunidades para revisar pesquisas, propor temáticas, esclarecer dúvidas, sugerir outros caminhos e, conseqüentemente, produzir conhecimento a partir desse intercâmbio de ideias.

Outro fator a ser considerado é que as interações face a face são predominantes nas atividades presenciais, como nos debates entre pares e os encontros informais. No entanto, as interações não estão circunscritas a esse contexto, uma vez que se propagam e se prolongam no espaço e no tempo, especialmente por meio dos anais do evento. Os anais do congresso podem ser considerados o registro textual impresso dos eventos e os trabalhos publicados são de acesso público. Podem ser visualizados, pesquisados e utilizados em outros contextos, como a sala de aula. Isso tudo produz as chamadas interações diferidas e difusas, sobre as quais já não há controle, conforme explica Braga (2006, 2012a).

Após as considerações apresentadas, destacamos, as vivências, no contexto presencial. Considerada uma ressonância que acontece na subjetividade, o evento presencial é o momento em que ocorrem as vivências dos participantes, por meio das emoções provocadas por diversos fatores. Desde o início, os participantes se deparam com o cenário singular, as atividades solenes, a expectativa e apresentação dos trabalhos e debates, o encontro com os pares, o encontro com pesquisadores, os quais, muitas vezes, são conhecidos como referências às pesquisas dos estudantes. É a oportunidade das conversas informais, que podem resultar em

trocas de contatos e posteriormente, integrar suas redes de relacionamento. Tudo isso é facilitado e dinamizado pelas interações presenciais.

Vale lembrar que as vivências não se limitam às percepções e emoções positivas, mas envolvem as respostas emocionais posteriores, quando a memória for ativada. Obviamente, é interessante para a instituição promotora do evento que as vivências dos participantes sejam proveitosas. Os recursos tecnológicos permitem manifestações nas redes sociais *on line*, inclusive na página do evento, simultaneamente a algum fato ocorrido. Promover o bem-estar dos participantes dos eventos não é uma benesse, mas um fator que contribui para que os resultados do evento sejam positivos.

Diante do exposto com base na observação participante, apesar da disponibilização de recursos tecnológicos que tornam possível a realização de um congresso virtual, inferimos que, no contexto atual, haveria importante perda ao evento. No presencial há o encontro, o intercâmbio, a sinergia e os debates. A observação realizada nos leva a inferir que o contexto presencial reitera uma das necessidades básicas do ser humano, que é sua sociabilidade. Nesse sentido, ao agregar públicos, o evento elucida emoções, produzindo as vivências dos participantes.

Retomando a questão de pesquisa proposta para a observação participante, as atividades presenciais, indubitavelmente, enriquecem o evento científico, sob distintas perspectivas. Do ponto de vista da temática proposta, o intercâmbio é ampliado, uma vez que os debates propiciam o esclarecimento de dúvidas, novos olhares sobre as pesquisas e o compartilhamento de experiências entre pares. O aspecto informal, balizado pelos encontros entre pares, entre discentes e pesquisadores e a própria sinergia dessas atividades são inerentes ao âmbito presencial.

Os dois aspectos combinados exponenciam o papel das atividades presenciais do evento científico. O revigoreamento ocasionado pelas ocorrências informais, característico da dimensão festiva, é importante para a retomada das atividades oficiais propostas. Uma palestra, por mais interessante que seja, requer um tempo máximo de realização a fim de manter a concentração e o interesse dos participantes. As pausas entre as atividades atuam como uma espécie de retroalimentação do processo de participação no congresso, ao promover descontração e informalidade, importantes para o reinício da dimensão argumentativa. Essas características são atribuídas exclusivamente ao contexto presencial.

Desencaixe e reencaixe, pertencimento, identidade coletiva, prazer são outras noções associadas ao presencial que podem ser acrescentadas. Do ponto de vista especificamente científico, há os embates, as críticas, as propostas conceituais novas que aceleram o processo

de produção e circulação do conhecimento. Pode-se dizer que há uma interação entre os aspectos afetivos e científicos nos eventos presenciais.

7 ENTREVISTAS

As entrevistas constituíram outra abordagem para a produção de dados para a pesquisa e foram realizadas com os membros da Diretoria Executiva da Intercom, da gestão que se encerrou em 2017, uma vez que o objeto de investigação é o congresso nacional, realizado em 2016. A escolha dos entrevistados deve-se ao envolvimento dos membros com a organização e participação nesse congresso. Nosso propósito foi compreender as experiências e vivências dos entrevistados na organização do evento e suas percepções acerca das mudanças decorrentes do processo de mediatização. Para isso, foi elaborado um roteiro contendo 17 questões, conforme Apêndice B. Dos 15 diretores, 13 deles participaram e a entrevista foi realizada de duas formas distintas.

Após o contato inicial, aos que solicitaram participar de forma presencial, a entrevista foi realizada presencialmente, em dois momentos distintos, de acordo com a disponibilidade de cada um. Durante o congresso de 2016, um dos entrevistados respondeu pessoalmente ao formulário e, após o congresso, outra entrevista foi realizada presencialmente em Bauru. Após aguardar a disponibilidade de outros participantes, dois diretores foram entrevistados no congresso nacional de 2017, realizado em Curitiba. As quatro entrevistas realizadas presencialmente foram gravadas.

Outros diretores participaram por e-mail. Foi feito um contato inicial, também por e-mail, e as questões foram enviadas após o término do congresso de 2016, somando nove entrevistas realizadas desse modo. Neste caso, as questões obedeceram a ordem estabelecida no roteiro, distinguindo-se parcialmente das entrevistas realizadas presencialmente, as quais tiveram algumas questões suprimidas, que já haviam sido respondidas em questões anteriores.

Optamos por não expor os nomes e cargos exercidos na diretoria por cada um dos entrevistados. Por isso, atribuímos as letras do alfabeto para identificar os participantes e suas respectivas respostas. O primeiro entrevistado corresponde à letra “A” e segue até a letra “M”. Nas seções seguintes, traremos as análises das entrevistas, com base no referencial teórico construído.

7.1 Descrição das entrevistas

Para facilitar a representação dos dados coletados nas entrevistas, apresentaremos, por meio de quadros, cada uma das questões. Os quadros apresentam síntese e alguns trechos, na íntegra, das respostas dos entrevistados. Na sequência dos quadros, apresentamos a análise

descritiva das respostas e a análise interpretativa, que retoma o referencial teórico deste trabalho. Alguns quadros serão agrupados nas análises, em virtude da similaridade entre os temas abordados.

Quadro 8 – Respostas dadas à questão: “Há quanto tempo participa dos congressos da Intercom?”

A	Desde 1983
B	Desde 1992
C	Desde 1991
D	Desde 2012
E	Desde 1992

F	Desde 1994
G	Desde 1999
H	Desde 1980
I	Desde 2000
J	Desde 1993

K	Desde 1999
L	Desde 2001
M	Desde 1994

Fonte: Elaboração própria

Pelo quadro exposto, observamos que a maioria dos diretores participa há muitos anos dos congressos da Intercom, com uma média de mais de 22 anos. Alguns dos entrevistados se limitaram a responder o ano de início de sua participação, enquanto alguns explicaram o contexto em que iniciaram, como o período de graduação, apresentação de trabalho de iniciação científica, atuação como monitor na organização do evento.

Um dos entrevistados explicou que em seu segundo ano de participação, como estagiária da Rádio Universitária, trabalhou na cobertura do evento e, quando possível, assistia às palestras. No período da noite, auxiliava os estudantes que participavam do evento e estavam alojados na Universidade. Participa ininterruptamente desde 1998 e a partir de 2009, começou a trabalhar na organização, auxiliando na análise dos trabalhos.

Quadro 9 – Respostas dadas à questão: “Qual é a importância dos eventos científicos?”

A	É um momento importante para os discentes. Para os alunos de graduação, é o primeiro contato com o evento científico e para a pós-graduação, a importância está no compartilhamento de experiências.
B	São fundamentais porque são possibilidades de troca, atualização e estabelecimento de redes de trabalho. Congrega as pessoas em torno da produção científica.
C	Troca de informações e experiências que contribuem para o avanço de diversas teorias, conceitos, práticas e quebras de paradigmas, avanço tecnológico e busca pela qualidade de vida, respeitando culturas e o momento de evolução de cada comunidade.
D	Compartilhamento dos estudos e pesquisas realizadas com o público de determinada área do conhecimento e com a sociedade. Ajudam a garantir a permanência e a evolução dos estudos dessas áreas.
E	Difusão científica, consolidação do conhecimento, qualificação da pesquisa, intercâmbio entre as pessoas, articulação de redes, formação de novos professores.
F	Extremamente importante para atualização na área sobre os temas pesquisados, tendências mercadológicas, parcerias para projetos etc.
G	Fundamentais para compartilhamento do conhecimento e a interação entre pesquisadores, docentes, profissionais e estudantes.
H	Importante para apresentar e debater o trabalho entre pares, o que caracteriza a ciência como um fazer coletivo.

I	São espaços onde os pesquisadores comunicam os resultados de suas pesquisas, os estudantes podem conversar com esses pesquisadores e, conseqüentemente, podem ser inspirados a ingressar na comunidade científica da área.
J	Além da divulgação dos trabalhos de pesquisa, é um momento de troca entre pesquisadores e a oportunidade de consolidar novas parcerias.
K	Importantes para a divulgação científica e troca de conhecimento entre alunos e professores, principalmente os trabalhos que não estão em livros ou capítulos. Além disso, permitem debater e trocar ideias sobre temáticas atuais que estão sendo desenvolvidas em iniciação científica, grupos de pesquisa e pós-graduação.
L	Fundamentais para a difusão e partilha das pesquisas realizadas, além da relação com outros pesquisadores e a criação de rede de formação de parcerias para novas investigações.
M	São acontecimentos fundamentais para o progresso da Ciência, tanto quanto, ou mais, que uma publicação científica e/ou um acordo de cooperação internacional, dentre outras possibilidades.

Fonte: Elaboração própria

Questionados sobre a importância dos eventos científicos, foi unânime o reconhecimento da relevância dessas ações, pelos entrevistados, distinguindo-se, apenas, em parte, a perspectiva abordada. Ao perguntarmos sobre os eventos científicos, não tivemos a pretensão de abordar um tipo específico, considerando que há diversos modelos e portes para essas ações. Nossa ênfase estava no propósito da realização do evento científico, que é tratar das diversas áreas ligadas à ciência (MEIRELLES, 2003).

Embora a questão apresente caráter mais amplo, sem tratar especificamente de um evento presencial ou virtual, identificamos que a maioria dos entrevistados destacou o caráter presencial do evento científico. O aspecto mais lembrado pelos diretores foi a oportunidade de compartilhamento, troca e divulgação de pesquisas, além da possibilidade de atualização, que resulta das interações entre os participantes, também mencionadas. A troca de experiências entre pesquisadores, promovida pelos debates, torna-se uma das razões da realização desse tipo de evento, que contribui, ainda, para a qualificação e atualização dos trabalhos, como responderam alguns dos entrevistados, reiterando a visão de Campello (2000). Isso tudo contribui para o avanço científico, um dos fatores destacados por um dos entrevistados.

Dois dos entrevistados destacaram a importância dos eventos científicos para os discentes, em nível de graduação e pós-graduação. Há ainda a oportunidade para os estudantes conversarem com os pesquisadores nesses encontros, os quais, constituem, muitas vezes, suas referências em trabalhos acadêmicos. Um dos diretores mencionou, ainda, indiretamente, referindo-se aos discentes, que o evento científico é uma oportunidade para a formação de professores.

O evento científico também possibilita a formação de parcerias e redes de trabalhos, como lembraram alguns entrevistados. Os diretores não especificaram quais seriam essas parcerias, mas um deles destacou que o evento proporciona uma atualização na área com base

nas temáticas e, também, se acompanha as tendências mercadológicas. Vale lembrar que o congresso nacional da Intercom não é exclusividade de acadêmicos, bem como esses não estão necessariamente desvinculados do mercado corporativo.

Além dos atributos mencionados, um dos diretores destacou a busca pela qualidade de vida, que é um dos propósitos do avanço da ciência. É nesse sentido que os aspectos lembrados pelos outros diretores se convergem: o evento congrega os pesquisadores, acontece o intercâmbio de pesquisas, mas há um propósito maior, voltado para a aplicação do conhecimento científico para beneficiar a qualidade de vida dos indivíduos.

Um dos entrevistados destacou que o debate entre pares caracteriza a ciência como um fazer coletivo, que reitera visão de Bueno (2010). Para o autor, o processo de construção científica não se constitui por trabalhos individuais, como as descobertas revolucionárias que são espetacularizadas pelos meios de comunicação, criando uma visão equivocada ao público leigo. Para o diretor, a importância dos eventos científicos está na apresentação e debate dos trabalhos, que integra o processo de produção coletiva da ciência.

Quadro 10 – Respostas dadas à questão: “O que mudou no congresso comparando com as primeiras edições em que participou?”

A	A participação. Há muito mais participação de alunos de graduação do que havia no passado, era um congresso mais voltado à pós-graduação. O formato não mudou muito porque é um momento de encontro, então, ele tem que ser sobretudo presencial.
B	O congresso ampliou muito. É um congresso multidisciplinar que recebe pesquisadores do Brasil e de outros países, que promove discussões profundas acerca de temas relacionados à Comunicação, bem como se trata de um congresso inclusivo, sem restrição ao número de participantes, além de possibilitar o primeiro contato entre pares, com alunos de graduação. Há, ainda, lançamento de livros e possibilita o acesso à produção bibliográfica do ano.
C	Muita coisa, principalmente na forma e na estética da comunicação. Tudo era papel até final dos anos 90, depois foram os disquetes, CDs, DVDs, a Internet e hoje quase tudo está nas nuvens. A memória, a história, os anais, artigos, revista, filmes, vídeos, programas de rádio e tevê, fotos, cursos etc. Quase toda a divulgação dos congressos e eventos é feita pela internet.
D	A cada ano, o número de participantes nos congressos vem aumentando, principalmente, sendo frequentado por jovens estudantes dos cursos de graduação.
E	O congresso ampliou muito, está mais democrático, mas nem por isso menos rigoroso. Hoje, há grupos com pesquisas muito inovadoras e outros que resgatam uma própria trajetória do campo. É analisar a história do próprio campo de concentração da ciência da comunicação e o congresso também se modifica a partir disso. Acho que o mais se modificou foi minha participação, antes era como uma “esponjinha”, na iniciação científica para sugar tudo o que fosse possível e hoje venho também para encontrar amigos, colegas, estabelecer redes, fazer interlocuções, para muitas vezes, colocar em cheque minhas práticas de ensino, exatamente pela troca com outros colegas. E venho para apresentar os resultados de pesquisa também.
F	A informatização viabilizou processos mais ágeis. O número de participantes também cresceu bastante, com grande inserção de discentes. Antes, isso era muito reduzido.
G	As edições regionais, que antes não existiam. Outro ponto é o profissionalismo na realização dos congressos e o engajamento dos alunos, tanto anfitriões como participantes. Antes era mais simples, sem o cuidado com o receptivo e a ampla divulgação prévia, por exemplo. Também as questões ligadas ao volume de trabalhos e pessoas inscritas.

H	Uma é o tamanho do congresso, pois já tivemos congressos de cinco, seis mil pessoas; a outra é o número de trabalhos apresentados que se tornou maior também. Isso tudo em decorrência de um crescimento na área, um crescimento vertiginoso até mesmo em relação a outros países.
I	Os congressos ficaram maiores. A quantidade de atividades ocorrendo ao mesmo tempo durante os eventos é enorme.
J	O evento está mais organizado e há um leque de DTs e GPs mais adequados ao contexto da comunicação, tanto nacional quanto internacional.
K	Na Intercom, por exemplo, os congressos regionais eram chamados de Simpósio Regional de Pesquisa em Comunicação (SIPEC). Houve mudanças, também, na forma de disponibilização do conteúdo. No início, todo material era impresso, depois o conteúdo migrou para CD e hoje, tudo fica em ambiente virtual. A programação também é disponibilizada via aplicativo. Os trabalhos são avaliados via sistema, o que facilita muito a organização dos aceites e devolutivas aos inscritos. Os congressos regionais e nacional cresceram significativamente.
L	Os congressos, agora, são maiores, mais complexos, mais abrangentes. Não há conhecimento de outra instituição que organize congressos similares.
M	O congressista é quem muda, pois, a participação iniciou na graduação e, atualmente, é diretor da entidade. O nível de profissionalismo é muito alto, reconhecido pela comunidade externa. Por participar de congressos de outros países, é possível fazer essa comparação.

Fonte: Elaboração própria

De acordo com os diretores, foi consonante a percepção de mudanças no congresso desde a primeira edição em que participaram, lembrando que, de acordo com a primeira questão, quase todos participam do evento há muitos anos. De acordo com as respostas, agrupamos a percepção dos entrevistados em três categorias, que se subdividem: porte do congresso, perfil dos participantes e inovação.

Sobre o porte do congresso, diversos elementos foram mencionados. Alguns diretores fizeram menção direta ao tamanho do evento, que tem ampliado se comparado com as primeiras edições. Outros fatores que remetem a essa mudanças são as atividades incorporadas ao congresso, como o lançamento de livros e o acesso à produção bibliográfica do ano, como mencionou um dos diretores, as atividades simultâneas que integram a programação, o aumento do número de trabalhos, as divisões temáticas e os grupos de pesquisa que estão mais adequados ao campo, que variam entre temáticas inovadoras e o resgate da trajetória do campo. Como um dos entrevistados mencionou, “não há conhecimento de outra instituição que organize congressos similares”.

Alguns diretores destacaram os participantes como a principal mudança no evento. Como um dos diretores lembrou, no início o congresso era voltado para a pós-graduação e não havia muitos estudantes de graduação e isso tem mudado significativamente. Soma-se a isso, o engajamento dos alunos como anfitriões e participantes do congresso, como um dos diretores lembrou. Essa informação coaduna com o relato da Professora Roseli Fígaro (APÊNDICE A), que esteve na coordenação da organização desta edição do congresso, que explicou que os alunos de graduação ofereceram suporte aos participantes.

A mudança dos participantes não se refere apenas à inserção de estudantes de graduação no evento, mas ao aumento generalizado de público. Ainda sobre o perfil dos participantes, um dos diretores compartilhou sua trajetória para demonstrar que a principal mudança está no congressista. O diretor explicou que sua participação no evento teve início na condição de estudante de graduação e, atualmente, ocupa a posição de diretor da Instituição. Nesse sentido, observamos que não se trata somente da mudança de perfis dos participantes, mas dos papéis que assumem no decorrer de sua trajetória acadêmica.

Alguns diretores destacaram a estética da comunicação como o principal fator de mudança do congresso. Remetendo-nos ao processo de mediatização, um dos diretores lembrou que no passado, toda a comunicação era produzida em papel, posteriormente foram introduzidos novos meios até chegar à virtualização e toda a memória da instituição fica arquivada dessa forma. Outro diretor lembrou da facilidade proporcionada pelo uso do sistema para avaliar trabalhos e da disponibilização de informações, atualmente, todas virtuais.

Quadro 11 - Respostas dadas à questão: “Quais as principais facilidades e dificuldades para organizar, atualmente, um evento deste porte?”

A	As dificuldades são muitas. Se não fosse a participação das organizações locais, não seria possível fazer um congresso dessa natureza. Uma das principais dificuldades é encontrar instituições de grande porte para sediar o evento.
B	A Intercom vai completar 40 anos e conta com uma <i>expertise</i> e uma estrutura de funcionamento que já foi ampliada. Todas as atividades do congresso são frutos de um aprimoramento constante. Os maiores desafios estão relacionados à logística, não é qualquer instituição que tem condições de receber um congresso com cerca de 3 mil participantes. Em Santos, por exemplo, em 2007, o evento foi realizado em diversas instituições. Mas, atualmente, além das capitais, há outras cidades, que, por sua vocação na atividade econômica, de prestação de serviços, reúne condições para abrigar o congresso. Além disso, há muitas faculdades de Comunicação atualmente. Outro desafio é a manutenção da excelência na seleção de trabalhos, daí a necessidade de um número considerável de pareceristas.
C	Facilidades: a tecnologia, que possibilita agilidade nos processos de comunicação, do planejamento à criação, divulgação e difusão das informações. Dificuldades: financeira (tecnologia facilita, mas custa) e de suportes tecnológicos de qualidade que possam garantir a comunicação.
D	Facilidades, sem dúvida, a experiência acumulada ano a ano, além da rede de colaboradores que o evento reúne e a credibilidade da Intercom frente às universidades, agências de fomento e, também, do público. Dificuldades, principalmente, nos altos custos de um evento desse porte, bem como, quando são realizados em instituições públicas, nos depararmos com greve, como o congresso realizado em 2015, na Universidade Federal do Rio de Janeiro.
E	Facilidade, primeiramente, eu diria que nenhuma. Por outro lado, um evento que já tem 40 anos tem uma historicidade e, por isso, tem um caminho já construído nas relações com as próprias agências de fomento. Claro que isso vai exigir a elaboração do relatório do projeto científico, a prestação de contas e relatórios. Disso decorre outra dificuldade: o contexto sociopolítico brasileiro que resulta em tensões nas relações com os órgãos de fomento, cujas verbas se tornam contingenciais. Outra dificuldade é, pelo porte do evento ser grande, conseguir espaço físico e estrutura para sua realização. Como organizadora e participante, a dificuldade é participar de todas as atividades que gostaria, já que muitas ocorrem simultaneamente.

F	Mais dificuldades do que facilidades. Uma facilidade é o suporte que a Intercom oferece aos organizadores. Dificuldades, de todo tipo, como local para o número de inscitos, programação plural que atende aos diferentes grupos que participam etc.
G	Facilidade, a vontade das instituições sediarem o evento e já termos um manual que orienta a organização dos congressos e prêmios. Como dificuldade, vejo o fator financeiro e a busca de auxílio nas agências de fomento. Isso também atinge os patrocinadores, devido ao contexto nacional atual.
H	Eu vou saber responder melhor sobre isso no próximo ano porque é agora que estou assumindo a diretoria. Mas eu diria que, hoje, a maior dificuldade seria a escassez de recursos por parte dos órgãos de fomento. Outra dificuldade é a divisão das temáticas dos grupos de pesquisa em uma área tão fragmentada, isso não é fácil porque há demandas diferentes. As facilidades, a própria tradição do Intercom, por exemplo, o feriado de sete de setembro se tornou uma tradição acadêmica participar do congresso. Outra coisa que ajuda também, dentro do GP já parte dessa tradição que você tem a importância do avanço científico que proporciona esse tipo de encontro e, também, da convivência, essa questão da produção científica e amizade, são dois núcleos que, quando funcionam bem, é muito interessante.
I	A principal dificuldade está na captação de recursos para dar conta das inúmeras atividades do congresso.
J	A maior dificuldade é a logística (reunir mais de 3 mil pessoas) e a outra dificuldade é conseguir colegas suficientes para a avaliação de trabalhos.
K	Na realidade dos congressos regionais, houve um crescimento expressivo, principalmente na graduação, aumentando, o número de oficinas e de atividades oferecidas pelo congresso. Consequentemente, houve impacto na infraestrutura: aumento de salas de aula, equipamentos, monitores para acompanhar as atividades etc. Outra preocupação é oferecer espaço dentro da universidade e em áreas próximas para que os congressistas possam se alimentar. Outra preocupação é a arrecadação de verba, apesar de os congressos regionais não serem caros, demandam passagem aérea, transporte terrestre, alimentação, hospedagem e outros. Facilidades: a tecnologia e o uso de sistemas. A tecnologia suprimiu significativamente o uso de papel. O uso de sistema para análise dos trabalhos facilita muito o trabalho do diretor regional.
L	As principais facilidades residem no fato de que a Intercom é uma marca consolidada, então, as portas já abrem. As dificuldades residem, principalmente, no equilíbrio financeiro, de modo a equalizar receitas e despesas. Por realizar congressos em todas as regiões do país, considerando o tamanho do Brasil, acaba gerando desafios, mas é fundamental empurrar as fronteiras, para que os encontros não fiquem restritos aos grandes centros do Sudeste do país.
M	Orçamento e logística, mas com o suporte da equipe da Intercom, tudo se resolve bem.

Fonte: Elaboração própria

Esta questão propôs identificar, sob a ótica dos diretores da Intercom, quais seriam as principais dificuldades e facilidades para organizar um evento desse porte. Observamos que nem todos os diretores mencionaram as facilidades no processo de organização do congresso. No entanto, a maioria dos entrevistados mencionou, como um dos facilitadores, a própria Intercom, que, além de oferecer suporte às organizações locais, que sediam o evento, possui um histórico de 40 anos na organização do congresso nacional, com uma rede de colaboradores, tornando-se uma marca consolidada, o que facilita, também, seu acesso junto aos órgãos de fomento.

Ainda em decorrência da credibilidade da Instituição, há o interesse de instituições para sediar o evento. Por outro lado, como um dos diretores lembrou, para a instituição que sedia o evento, o elemento facilitador é o suporte oferecido pela Intercom, além de haver um manual próprio para a organização do congresso. Isso tudo condiz com a percepção de um dos diretores

ao mencionar que o dia sete de setembro já se tornou uma tradição acadêmica para os participantes que estão no congresso, realizado na semana que integra o feriado.

Dois dos diretores destacaram como facilitadores da organização do evento, a tecnologia. De acordo com um dos diretores, o uso da tecnologia agilizou todo o processo de comunicação, desde planejamento, criação e divulgação de informações. No contexto dos congressos regionais, um dos diretores compartilhou sua experiência na organização do evento e as facilidades proporcionadas pelo uso das tecnologias.

As dificuldades relatadas pela maioria dos entrevistados refletem as consequências do crescimento do congresso no decorrer dos anos. De acordo com esses diretores, os principais entraves referem-se à logística, estrutura e custos do evento. Esta questão apresentou dissonância entre os diretores, justamente no que se refere à disponibilidade de uma instituição para sediar o congresso. Enquanto alguns entrevistados relataram esse aspecto como uma facilidade, outros entenderam que se trata de uma dificuldade encontrar uma organização disposta a assumir a realização.

Considerando que o congresso pode receber mais de três mil participantes, é necessária uma instituição que tenha capacidade para acomodar esse número de pessoas, com salas e equipamentos em número suficiente para a realização de atividades simultâneas. Somam-se a isso as necessidades de alimentação, transporte, dentre outras, conforme explicou um dos entrevistados. Outro entrave é se o evento é realizado em uma instituição pública, que pode estar em greve, como já ocorreu, de acordo com um dos diretores.

Ainda sobre a logística do evento, alguns diretores comentaram o desafio de manter a qualidade dos trabalhos em um evento que aumentou muito seu porte e, conseqüentemente, necessita de um número maior de colaboradores para avaliá-los. Um dos entrevistados relatou que uma dificuldade é justamente encontrar colegas disponíveis para essa função. Outro ponto complexo da organização do evento, mencionado, é a definição das temáticas em uma área tão fragmentada como a Comunicação.

A maioria dos diretores mencionou o aspecto financeiro, como uma das dificuldades. Como foi mencionado, um evento que recebe esse número de participantes tem um custo considerável. Embora o congresso tenha uma tradição de décadas, resultando em um bom relacionamento com os órgãos de fomento, conforme mencionado anteriormente, dois diretores ressaltaram que o cenário econômico atual do país influencia na concessão de auxílio para os eventos científicos, bem como o patrocínio de outras empresas. Um dos entrevistados ressaltou os custos da tecnologia, que requer um suporte tecnológico de qualidade para garantir a comunicação.

Quadro 12 – Respostas dadas à questão: “O que a internet modificou na organização do evento?”

A	Mudou muito. As cartas de aceite, por exemplo, vinham pelo correio e a distribuição de trabalhos era feita toda manualmente. Hoje tem a facilidade da comunicação <i>on line</i> de tal forma que os membros da diretoria estão espalhados pelo Brasil e é possível construir um congresso e levar o cotidiano da Intercom, graças ao mundo digital.
B	A internet potencializou e agilizou o processo de operacionalização: antes um <i>paper</i> era submetido em papel, pelo correio. A Intercom tem registro desses trabalhos, que eram datilografados. Atualmente, há uma plataforma, com <i>template</i> para o envio dos trabalhos, pela qual o coordenador se comunica com os proponentes dos trabalhos. Além disso, a internet foi um potencializador no fluxo das informações, permitindo maior acesso a elas. Não há mais necessidade de haver um CD com os trabalhos ou um livro com a programação, a Intercom tem o registro de todos os trabalhos, de todos os congressos e, atualmente, por meio de aplicativos a programação pode ser acessada do próprio celular. Com a disponibilização dos trabalhos na internet, hoje, para se dar uma aula, ao selecionar um tema, podemos pedir ao aluno que pesquise no site da Intercom, por exemplo, os trabalhos que estão publicados.
C	Respondido na questão três.
D	Facilitou e agilizou muito, como o envio e a avaliação dos trabalhos dos participantes, otimizou o processo de inscrição e de seus pagamentos na versão <i>on line</i> , a comunicação do evento, o preenchimento e acompanhamento dos documentos para as agências de fomento ficou muito mais rápido e eficiente, bem como a emissão de certificados <i>on line</i> .
E	Desde que comecei a participar, já havia internet, então, ficou mais simples. Mas quando eu estava no doutorado, fiz uma pesquisa sobre os grupos e sociedades científicas e não havia um acervo digitalizado, o que dificultou muito. Quando comecei a participar como julgadora do Expocom, a coordenadora recebeu uma caixa enorme com os materiais para a casa dela. No Intercom Sudeste de 2007, o envio foi via sistema, foi um grande susto e dificuldade, mas que tornou a gestão mais fácil. Claro que para que tudo funcione, precisamos de uma empresa paga e que dê conta disso, pois, como ocorreu neste e em outros anos, muitos participantes enviam o trabalho no prazo final e o sistema congestionava. Mas é sempre aprendizado, para melhorar no ano seguinte.
F	O envio dos trabalhos é mais rápido e simples. A divulgação melhorou com as mídias sociais.
G	Divulgação do evento e das produções acadêmicas, fonte de gerenciamento de todas as inscrições, submissões de trabalhos e resultados dos prêmios, conectando o Brasil todo em uma plataforma que possibilita interação. Minimizou custos de impressão, correio, publicações e contribui para a sustentabilidade da instituição.
H	Antes, os participantes recebiam os livros e resumos do encontro, então, carregavam peso para casa. Com a internet, tudo isso fica disponível. Além disso, as tecnologias aceleram o tempo e comprimem o espaço. Elas permitem a comunicação entre pessoas de diferentes localidades (países), como na diretoria, temos um grupo do WhatsApp, que facilita e agiliza muito.
I	A internet tornou-se o principal meio pelo qual as pessoas tomam conhecimento dos congressos, fazem suas inscrições, acessam os <i>papers</i> apresentados, acompanham as atividades e interagem com a organização do evento.
J	Além da agilidade, encurtou distâncias e tornou o processo mais acessível e mais organizado também.
K	Facilitou e garantiu maior acessibilidade aos congressistas. Nos congressos regionais, o público majoritário são os alunos de graduação e a disponibilização de informações e inscrições pela internet é um grande facilitador. Durante o congresso os sites são atualizados, o que garante que os congressistas acompanhem e sejam informados sobre possíveis alterações nas atividades. As redes sociais representam um grande canal de comunicação com os congressistas. Todos os organizadores locais relatam que o número de visualizações, comentários e interações sempre é muito significativo. Hoje seria a forma de comunicação mais acessada pelos congressistas.
L	Quando eu comecei a participar dos congressos da Intercom os artigos eram enviados pelo Correio. Toda a logística para se organizar um congresso assim, enfrentava desafios enormes. A internet propicia desde as reuniões de planejamento <i>on line</i> , passando pelas submissões pela internet até a impressão do certificado. Tudo ficou mais fácil pela rede.
M	O fluxo da comunicação. Melhorou nos últimos 15 anos, tanto na difusão da programação, como na produção de um congresso, com os sistemas <i>on line</i> de inscrição, dentre outras potencialidades.

Fonte: Elaboração própria

Questionados sobre o que a internet teria modificado na organização do evento, foi consoante a percepção dos diretores sobre mudanças significativas. O diretor “C” explicou que essa questão já estaria respondida na pergunta anterior, demonstrando a ênfase atribuída ao papel da internet para se referir às mudanças gerais no congresso. Foram mencionados diversos exemplos para ilustrar a visão dos diretores e com base nas respostas, estabelecemos quatro categorias: operacionalização do processo de participação, planejamento, interação e sustentabilidade.

Quase todos os entrevistados mencionaram algum aspecto relacionado à operacionalização do processo de participação no evento, bem como alguns lembraram dos procedimentos necessários no passado, como a distribuição de trabalhos e as cartas de aceite, que vinham pelo correio. As principais mudanças mencionadas foram: inscrição e pagamento, envio e avaliação de trabalhos, resultado das premiações, acesso às produções acadêmicas por meio dos anais digitais, certificados e informações disponíveis *on line*.

Se por um lado, a internet facilitou o processo para o participante, os organizadores do congresso também foram beneficiados. Dois diretores destacaram que o planejamento do evento adquiriu, dentre suas ações, as reuniões *on line*, que reuniram virtualmente os membros da diretoria, residentes em distintas localidades do país, permitindo, assim, a realização do congresso. Como mencionou um dos diretores, a internet encurtou distâncias ao permitir a comunicação entre pessoas de outros países e entre os diretores, por meio do aplicativo WhatsApp, por exemplo. Um dos diretores lembrou um ponto perceptível apenas aos organizadores do evento, que é a facilidade da internet para o preenchimento e acompanhamento dos documentos para os órgãos de fomento.

Por outro lado, um dos diretores, apesar de ter destacado o caráter favorável das tecnologias, abordou, também, um aspecto que merece atenção, que tem ocorrido nas últimas edições do congresso: o congestionamento do sistema. O diretor explicou que a internet tornou a gestão do evento mais fácil, mas é necessário que haja suporte de uma empresa contratada para evitar que o sistema fique sobrecarregado quando muitos participantes enviam o trabalho simultaneamente, principalmente quando se aproxima do prazo final. Não observamos uma crítica às tecnologias, mas o diretor alerta para a necessidade de gestão da tecnologia.

Outra observação apontada pelos diretores refere-se à interação. A internet tornou-se o meio pelo qual os participantes interagem com a organização do evento, como respondeu um dos entrevistados, bem como constitui uma plataforma interacional que conecta todo o Brasil. No contexto dos congressos regionais, um dos diretores explicou que as informações são atualizadas constantemente no portal, durante a realização do evento e, como seu público é

composto principalmente por estudantes de graduação, as redes sociais constituem a forma de comunicação mais utilizada.

Alguns dos diretores mencionaram a mudança na forma de divulgação do congresso, que é feita, atualmente, pela internet. Um dos diretores abordou não apenas o congresso nacional, mas explicou que o acervo da instituição também se encontra disponível virtualmente. Isso tudo contribui para a redução de custos com papel, impressão e correio, reverberando na sustentabilidade da instituição, conforme respondeu um dos diretores. Além disso, a supressão da impressão elimina o excesso de peso do material recebido que o participante teria que carregar, conforme lembrou um dos entrevistados.

Quadro 13 – Respostas dadas à questão: “Como a internet modificou a participação das pessoas?”

A	
B	Promoveu mais agilidade no processo.
C	Na facilidade e agilidade em se inscrever, postar e ter as respostas de suas dúvidas.
D	Na comunicação do evento ao público, na realização das inscrições, na possibilidade de acompanhar em tempo real as notícias que envolvem o evento e, também, de interagir com os organizadores do evento e com a secretaria da Intercom para esclarecer dúvidas e até mesmo dar sugestões.
E	
F	A cobertura <i>on line</i> é um diferencial e permite, por exemplo, acompanhar o Expocom mesmo que não esteja no local do evento.
G	Tornou-as ativas no processo, pois a informação e os canais de comunicação estão abertos. É preciso que o antigo receptor seja hoje emissor e interaja de fato no processo. Ou seja, todos são agentes no processo de comunicação e responsáveis pelos seus posicionamentos.
H	Facilitou porque hoje o interessado tem mais informações, não que não havia no passado, mas eram mais escassas e o acesso era, muitas vezes, por telefone. Hoje, ele acessa o site, verifica prazos, as ementas dos GPs e escolhe para qual encaminhar o trabalho.
I	Sobre a realidade do norte: antes, os <i>papers</i> eram enviados fisicamente ou por disquetes pelo correio. Havia demora e custos pesados aos alunos. A divulgação era pelo envio de cartazes pelo correio para faculdades e universidades. E, em caso de dúvidas, era necessário fazer ligação com custo alto para São Paulo. Com a internet a divulgação dos eventos ocorre de forma igual em todas as regiões, o acesso aos organizadores também é o mesmo.
J	No caso dos pareceristas que avaliam trabalho, poupou muito tempo. Antes, era preciso receber todo o material fisicamente e depois retornar para os organizadores do Intercom Nacional. No caso do Expocom era uma verdadeira loucura. Quanto aos participantes, poder a distância se inscrever no Congresso, se inscrever em oficinas, cursos, buscar no portal da Intercom os anais dos congressos anteriores e ser, sistematicamente, informado sobre o que acontece no campo da Comunicação, a exemplo de eventos nacionais e internacionais. Foi um passo importante e imprescindível para nossa área.
K	Talvez como facilitador de acesso à informação. O público dos congressos tem domínio das ferramentas e acesso à internet.
L	Modificou a interação entre a Intercom e os pesquisadores e entre os próprios pesquisadores. As diversas formas de contato <i>on line</i> desenvolveram canais de relacionamento que propulsionam a difusão das informações.
M	A resposta anterior contempla esta pergunta.

Fonte: Elaboração própria

Ao iniciarmos a análise das entrevistas realizadas por e-mail, observamos que alguns dos diretores entenderam que a resposta da questão anterior atendia a esta pergunta. A questão anterior referia-se às mudanças trazidas pela internet na organização do evento, enquanto esta, visava compreender as mudanças na participação das pessoas. Houve um pouco de confusão pelos diretores que contemplaram parcialmente a resposta desta questão na pergunta anterior, levando-nos a inferir que esta pergunta poderia ter sido elaborada de outra forma, especificando de forma mais clara o que se pretendia saber. Em quase todas as entrevistas realizadas pessoalmente esta questão foi suprimida.

Alguns diretores destacaram a agilidade no processo, compreendendo o sistema *on line* para o processo de inscrição, submissão de trabalhos, avaliação e devolutiva aos participantes, como um facilitador, que modifica a participação das pessoas. Embora a questão leve a uma resposta semelhante à questão anterior, o que se pode observar pelas respostas, é que a agilidade no processo facilitou tanto a organização do evento como a participação do público. Um dos diretores lembrou-se de uma época em que os pareceristas recebiam os trabalhos impressos para serem avaliados e que, com a internet, o processo foi agilizado. Isso tudo reflete no fator financeiro, promovendo uma redução de custos aos participantes e à própria organização do evento.

O acesso à informação também foi lembrado como um fator positivo para os participantes. Ao contrário do passado, quando a busca por informações ocorria, muitas vezes, por telefone, como lembrou um dos diretores, atualmente, o participante tem à disposição as informações de que precisa, bem como outros canais para esclarecer dúvidas. Ainda sobre o acesso à informação, um dos diretores destacou os anais eletrônicos, de livre acesso, não apenas os do congresso em andamento, mas também os anais das edições anteriores.

A cobertura *on line* constitui um diferencial, que permite ao participante acompanhar, no caso do Expocom, a transmissão em tempo real, mesmo sem estar presencialmente. Isso tudo reflete no caráter mais ativo do participante, que utiliza novos canais de comunicação e domina as ferramentas disponíveis. A interação foi ampliada, entre pesquisadores, entre pesquisadores e a organização, possibilitando que todos se tornem agentes ativos no processo de comunicação, como destacou um dos diretores.

Quadro 14 – Respostas dadas à questão: “Das atividades relativas à organização do congresso e do pós-congresso, quais as beneficiadas pela utilização das tecnologias digitais de comunicação?”

A	Eu acho que tudo. Sobretudo na organização das apresentações de trabalho, eu acho que otimizou o pré-congresso, a existência, o recebimento de <i>paper</i> , as avaliações, o contato com os pesquisadores, tudo isso facilitou esse mundo digital.
B	(Já respondido anteriormente – agilidade no processo e acesso às informações posteriormente).
C	Creio que todas, da burocrática, (relatórios, pagamentos, prestação de contas) a publicações (programa, anais, critérios, etc.)
D	“O público principal continua sendo jovens estudantes dos cursos de graduação em Comunicação e, também, estudantes de mestrado e doutorado, onde têm a oportunidade de apresentar seus estudos”.
E	
F	Envio de trabalhos, divulgação do evento, transmissão <i>on line</i> .
G	Para a organização: distribuição de trabalhos para avaliadores, composição de mesas e bancas, todas as tratativas orçamentárias, financeiras, logística e deslocamento, creio que 90% das atividades que compõem o evento. No pós-congresso: divulgação de vencedores e avaliações, disponibilização de certificados, carregamento dos relatórios das agências de fomento etc.
H	(Não foi perguntado diretamente) Comentou na questão anterior sobre as mudanças que a internet proporcionou na disponibilização de informações e agilidade no processo, bem como possibilitou novas formas de comunicação entre a diretoria.
I	Com base na organização do congresso nacional de 2013, em Manaus, a maior parte do tempo trabalho foi em mobilização de pessoas e divulgação do congresso, que seria mais difícil sem a internet. Um ano antes do evento colocamos o site no ar com todas as informações do evento, sobre Manaus, sobre a UFAM, sobre como vir e o que fazer de turismo. Criamos uma <i>fanpage</i> e um grupo do Facebook para interagir com os congressistas mais rapidamente e mandamos muita informação via e-mail para os sócios e para os inscritos. Produzimos pela primeira vez um vídeo clip para o evento, com <i>jingle</i> , fizemos vídeos e publicamos muitas fotos e <i>post</i> para manter o engajamento das pessoas. Sem as tecnologias digitais, nada disso poderia atingir o público-alvo do evento.
J	O ganho maior é para a organização do congresso.
K	Na organização, a existência de sistema para avaliação dos trabalhos é um grande facilitador. Como as inscrições para o congresso e para as atividades também são feitas <i>on line</i> , garante a organização uma sistematização muito pontual na designação da infraestrutura necessária para cada atividade. Com as redes sociais é possível também acompanhar como está a divulgação do congresso. No pós-congresso, o sistema de avaliação é feito <i>on line</i> a disponibilização de certificados e dos anais do congresso.
L	Acredito que todas, cada uma de um modo diferente.
M	Gestão financeira, inscrições <i>on line</i> , acesso prévio a informações que facilitam a vida do congressista, como hotelaria e formas de acesso ao local do congresso, inscrição prévia em atividades do evento que têm vagas limitadas.

Fonte: Elaboração própria

Esta questão teve como propósito verificar, especificamente quais as atividades mais beneficiadas pelas tecnologias digitais na organização do evento e após seu encerramento, a etapa denominada pós-evento. Apenas dois dos entrevistados pontuaram, especificamente, cada uma das etapas, um deles respondeu de forma integrada, outro diretor, além da atividade referente à organização do evento, mencionou uma atividade durante o congresso. Os demais diretores destacaram as atividades relacionadas à etapa pré-evento.

Sobre a organização do evento, as respostas confirmam, direta ou indiretamente a resposta da questão sobre as mudanças provocadas pela internet na organização do evento, bem

como outras nas quais foram destacados esses fatores. Os diretores mencionaram, sobre a etapa pré-evento, o processo de inscrição, submissão e avaliação de trabalhos, gestão financeira, logística e deslocamento, divulgação, dentre outros.

Para o pós-evento, as tecnologias também inovaram e facilitaram o processo de encerramento do congresso. Alguns diretores se lembraram de alguns procedimentos, geralmente desconhecidos dos participantes, como os pagamentos e prestações de contas, incluindo aos órgãos de fomento. Alguns entrevistados mencionaram os certificados, que são disponibilizados virtualmente aos participantes após o término do evento, além da avaliação, que requer a participação dos congressistas, para os quais é enviada por e-mail. Dois diretores mencionaram os anais do evento, que, embora sejam disponibilizados antes do início do congresso, podem ser acessados de forma livre, em qualquer tempo, uma vez que eles ficam armazenados de forma *on line*.

Quadro 15 - Respostas dadas à questão: “O senhor considera que o perfil dos participantes tem mudado desde sua participação nos congressos? Se sim, como?”

A	Eu acho que não. O que mudou foi a maior participação dos alunos de graduação. Hoje em dia, metade dos participantes do congresso nacional é de alunos de pós-graduação e doutores e a outra metade é de alunos de graduação. Mudou o interesse do aluno de graduação por um congresso científico.
B	O perfil dos participantes, não. Acho que está mais ampliado, a Intercom recebe diferentes perfis de participantes, desde alunos de graduação aos pesquisadores <i>seniors</i> , que participam de diferentes maneiras, como apresentação de trabalhos, coordenação de mesas e grupos.
C	Sim. Na agilidade em apresentar questões relativas a organização dos eventos, em propor ações e informações tanto acadêmicas como burocráticas.
D	Não.
E	Atualmente, há muito mais alunos de graduação e de Mestrado do que quando comecei a participar. Havia muito mais professores consolidados. Antes, não havia uma exigência de publicação pelos órgãos de fomento, como atualmente. E, produzir, durante o processo de formação, acaba modificando um pouco o perfil do participante, que apresentam ideias interessantes para nossas pesquisas. Essa troca é muito rica.
F	Um pouco. Participação maior de estudantes e jovens mestrandos e doutorandos, antes eram mais doutores e mestres.
G	Sim. Hoje os participantes chegam ao congresso com a maioria das informações disponibilizadas, sabem o que vão fazer e como devem proceder. Em 1999, as informações eram recebidas apenas na chegada ao evento e levávamos mais tempo para conseguir nos organizar a ponto de aproveitar ao máximo a programação.
H	Eu acho que o perfil tem mudado. Quando fiz minha faculdade nos anos 80, a juventude de 18 a 23 anos correspondia a 1,5% nas universidades, era um grupo extremamente privilegiado. Mesmo ainda chegando a 15, 16, 17%, continuamos sendo privilegiados. A paisagem dos participantes tem mudado em dois níveis. A nossa faculdade de comunicação (Universidade Federal da Bahia) mudou de cara e de cor. Além disso, há outras problemáticas em discussão, como a mulher negra. Na minha época da faculdade, havia muito a temática do Marxismo. Posteriormente, começaram as discussões sobre ecologia, que eu pensava, na época, que seria uma discussão da burguesia. Há, também, aumento na presença e atuação feminina. Os congressos regionais aumentaram muito, o regional do Nordeste recebe cerca de 3 mil participantes, que é do porte do nacional.
I	Sim. Desde 2000, muita coisa mudou no mundo e no nosso país. E as formas de se comunicar, talvez, sejam as coisas que mais mudaram. E isso muda as pessoas também. Não havia <i>smartphones</i> em 2000 e em 2013, eles estavam por toda a parte e isso muda a forma como as pessoas levam as suas vidas. Acho que o público continua sendo majoritariamente de alunos de graduação, em torno de 60% dos inscritos. E essa juventude renova a Intercom.

J	No que diz respeito aos docentes e pesquisadores, não vejo tanta mudança, mas no caso dos alunos sim. Há mais alunos de graduação e pós-graduação participando. A mudança foi no aspecto quantitativo e no interesse dos jovens pela pesquisa e discussões de temas que perpassam a comunicação nos dias atuais.
K	Não, desde o início, o público são alunos, docentes e alguns profissionais da área. Dependendo do local, há maior ou menor participação dos alunos.
L	Sim. Os congressistas estão mais atuantes, mais engajados e cada vez mais criando redes de comunicação entre si.
M	Sim. É um reflexo da seriedade das ações da Intercom, que têm atraído massivamente os graduandos.

Fonte: Elaboração própria

Esta questão teve como objetivo verificar a percepção dos diretores entrevistados sobre mudanças no perfil dos participantes do congresso nacional da Intercom, considerando desde o início da participação até os dias atuais. A questão abordou ainda, no caso de ter percebido mudanças, quais seriam elas. Vale ressaltar que não houve nenhuma explanação sobre o sentido esperado da palavra “perfil” na pergunta, para que os entrevistados pudessem se manifestar de acordo com suas percepções. Observamos que, de acordo com as respostas obtidas, o perfil pode ter significado tanto à categoria dos participantes como a sua forma de comportamento.

Observamos que, em alguns casos, a percepção de um diretor foi distinta da de outro, mas a justificativa foi semelhante. Houve, também, dissonância entre algumas respostas. Diversos diretores responderam que o número de estudantes no congresso aumentou, principalmente, os estudantes de graduação. Para alguns diretores, isso não significa que houve mudança no perfil dos participantes, levando-nos a inferir que o perfil, neste caso, refere-se às mudanças comportamentais. Outros que entendem que não houve mudança no perfil responderam que o público do congresso sempre foi composto por estudantes, docentes e profissionais da área, distinguindo-se de outros entrevistados.

O outro grupo que entende que houve mudança no perfil dos participantes subdivide-se entre aqueles que entendem que há mais estudantes e esta é a mudança e os que relataram os aspectos comportamentais. Destes, foi mencionado que os participantes estão mais ativos e engajados e um outro ponto destacado foi a produção dos estudantes. Como o diretor explicou, no passado, não havia a mesma exigência de produção pelos órgãos de fomento e isso resulta em ideias interessantes, que enriquecem a própria área.

Quadro 16 - Respostas dadas à questão: “Quais são os ganhos ou os benefícios trazidos pela digitalização da comunicação aos congressos?”

A	
B	
C	Agilidade em todo o processo de organização (antes, durante e após o evento).
D	O principal benefício está na possibilidade de ampliar a interação do público envolvido em tempo real, tanto no âmbito local quanto no global, por múltiplas modalidades de comunicação.
E	Acho que ampliamos o banco de dados. Para quem quer fazer pesquisa, tem-se uma ferramenta de pesquisa maravilhosa para se conhecer o estado da arte na área. Além disso, amplia-se o acesso a quem não é da área e para quem não participou do congresso. É uma forma de prestar contas do nosso serviço, porque temos recursos públicos implicados, como bolsas de iniciação científica ou financiamento via editais. No caso de professores de instituição pública, como é o meu caso, é uma forma de prestar contas também do dinheiro que está sendo investido nessa pesquisa.
F	Já respondido ao questionamento no item 7.
G	Comunicação ágil e informações úteis ao público interessado, com possibilidade de interação <i>full time</i> .
H	Eu acho que ele fica muito mais próximo. Houve uma evolução: era impresso, depois nem sei se fizemos disquetes, depois CD e isso é uma “mídia defunta”. Hoje o acesso é aberto e isso é uma grande discussão, porque há o acesso aberto e fechado, porque tem empresas investindo muito em conteúdo científico que você paga depois, muitas vezes, eles pagam o artigo e depois o autor não tem nem como distribuir em sala de aula o artigo dele mais, então, isso aí é uma questão muito séria. Essa disponibilização de informações pode gerar uma dificuldade: como obter as informações mais qualificadas a partir do seu interesse de procura, vejo esse desafio no Portcom, que não é apenas um depósito de informação, mas se pudesse fazer, a partir de uma leitura, fazer uma certa triagem para que ajude o estado da arte da nossa área.
I	Maior capacidade de comunicação e a informatização dos processos de inscrição, submissão de trabalhos, recebimento de certificados, acesso à programação e interação.
J	Possibilidade de compartilhar mais e mais rapidamente o que está sendo apresentado e divulgado no congresso; permitiu um acesso mais fácil e rápido a tudo o que foi produzido de forma rápida e estruturada, trouxe mais qualidade técnica para os trabalhos apresentados e, por fim, mais uma vez, a importância da agilização no processo de organização do congresso.
K	Memória e facilidade de acesso à comunidade em geral. A preservação dos arquivos no meio digital garante que os mesmos não se percam e a disponibilização na internet garante que um maior número de pessoas tenha acesso aos trabalhos.
L	Otimização dos processos, que se tornaram mais ágeis, mais fáceis de serem partilhados e mais amadurecidos.
M	O maior ganho é a universalização do acesso aos anais durante e pós-evento. O avanço científico também se dá por razões como esta.

Fonte: Elaboração própria

Com base em algumas respostas, observamos que a questão adquiriu um caráter redundante, por ter havido algumas semelhanças, como um dos diretores mencionou, em que a resposta seria a mesma de uma das questões anteriores. Aqui, o propósito foi abordar os benefícios da digitalização da comunicação, enquanto que em uma das anteriores, questionamos sobre um aspecto mais amplo das tecnologias digitais. Ao propormos esta questão, consideramos, também, os anais do congresso, que ficam disponíveis *on line*, que permitem o acesso irrestrito ao público.

Identificamos três padrões de resposta nesta questão. Alguns diretores destacaram a interação, como um dos benefícios da digitalização da comunicação. Torna-se possível ampliar as interações, em tempo real, de maneira globalizada. Ainda no que se refere às interações, a

digitalização permite o compartilhamento, de forma mais ágil, das informações e do que ocorre durante o congresso. Obtém-se, assim, maior capacidade de comunicação, como relatou um dos diretores.

Alguns entrevistados destacaram a otimização dos processos como benefício da digitalização da comunicação. Este padrão de resposta apresenta semelhança com a questão que tratava das mudanças decorrentes da internet na organização do evento, mas, por outro lado, evidencia a percepção dos diretores sobre o impacto da internet no congresso. Um dos diretores explicou que há agilidade em todo o processo de organização do evento, desde a etapa que o antecede até após sua realização. Remetendo a essa visão, foi lembrado o processo informatizado para a participação do congressista: a inscrição, submissão de trabalhos, acesso ao certificado e às informações.

O terceiro tipo de resposta refere-se ao acesso livre às informações. Foi mencionado o acesso às informações sobre o próprio congresso, disponíveis no portal, mas há um outro aspecto, importante para a disseminação do conhecimento, que se refere à publicação e disponibilização dos trabalhos aprovados, nos anais do congresso. Um dos diretores explicou que a ampliação do banco de dados, de acesso irrestrito, representa uma possibilidade para conhecer o estado da arte da área. Um dos diretores destacou que “o maior ganho é a universalização do acesso aos anais durante e pós-evento. O avanço científico também se dá por razões como esta”.

No entanto, houve dispersão na ótica de dois diretores, que destacaram a mesma característica do acesso livre aos trabalhos. Um dos entrevistados ressaltou que a digitalização trouxe mais qualidade técnica aos trabalhos apresentados, no entanto, outro diretor apresentou uma visão distinta, ao mencionar, sem especificar o contexto, que há empresas que investem em conteúdo científico e pagam por ele, eximindo, assim, o direito de uso do próprio autor, em sala de aula, por exemplo. Além disso, o excesso de trabalhos dificultaria a busca por informações mais qualificadas, conforme comentou.

Quadro 17 - Respostas dadas à questão: “Quais os possíveis entraves trazidos pelas tecnologias de comunicação digitais à realização dos congressos?”

A	Eu acho que nenhuma. Ela só trouxe benefícios e pontos positivos.
B	Não acho nenhum aspecto negativo. Se por exemplo ocorrer algum erro do sistema, é como se fosse um <i>paper</i> encaminhado pelo correio, que fosse extraviado. São ocorrências possíveis.
C	Há algumas resistências por parte de alguns pesquisadores com relação à tecnologia, mas isso vem diminuindo. O que considero mais grave são os suportes e pessoal especializado para dar conta de todo processo que vai do planejamento, criação, produção, divulgação, difusão, antes, durante e após congresso.
D	Não respondeu.
E	
F	Quando o sistema não comporta o número de acessos é um dificultador.
G	Quando há falta de organização ou indefinição de alguma questão, isso fica evidente.
H	
I	Não consigo pensar agora em algum. Para mim, se bem usados, só ajudam.
J	Nem todas as instituições estão efetivamente equipadas para atender um congresso com essas exigências tecnológicas. É necessário estar preparado para tudo, quem produz um trabalho com alta qualidade tecnológica, espera também encontrar um ambiente adequado para a apresentação do seu trabalho. Por outro lado, há maior responsabilidade com o material que é produzido e de que forma ele é disponibilizado.
K	Possibilidade de plágio e possíveis falhas no sistema.
L	Não saberia apontar dificuldades.
M	Não há grandes dificuldades a reportar do ponto de vista dos comitês organizadores.

Fonte: Elaboração própria

Apesar de as tecnologias digitais estarem incorporadas ao evento, é importante lembrar que estamos migrando de um mundo analógico para o digital e, como já foi mencionado em questões anteriores, o processo de participação do congresso era mais lento, pautado por mecanismos que demandavam mais tempo para realização. Por ser uma tecnologia recente, procuramos identificar a visão dos diretores sobre possíveis dificuldades trazidas pela utilização desses recursos.

A maioria dos diretores entende que não há entraves ou não conseguiram se lembrar de nenhum. Dentre os que se lembraram, foi mencionada a visibilidade que as tecnologias proporcionam quando há algum problema, bem como a possibilidade de plágio, facilitada pelo acesso às informações. Observamos que dois diretores apresentaram a mesma justificativa para responder de forma oposta a questão. Por um lado, um diretor respondeu que um entrave é quando o sistema não comporta o número de acessos, impedindo, por exemplo, a submissão de trabalhos, como já aconteceu. Por outro, um diretor comparou esse tipo de ocorrência aos problemas do mundo analógico, no qual, eventualmente, um trabalho encaminhado pelo correio poderia ser extraviado, não constituindo, portanto, um entrave.

A resposta de um diretor, que reitera suas falas anteriores, não apresenta um entrave especificamente sobre as tecnologias digitais, mas uma necessidade para que elas atendam às necessidades do congresso. Para esse diretor, é fundamental suporte técnico especializado para

as tecnologias e uma das barreiras tem sido a resistência de algumas pessoas, mas esse cenário vem se modificando. Nesse mesmo sentido, um dos entrevistados comentou a importância de uma estrutura que suporte trabalhos produzidos com alta qualidade.

Quadro 18 - Respostas dadas à questão: “Quais os aplicativos (ou ferramentas) mais importantes na sua atividade como diretor (a) na organização do congresso?”

A	Sobre o congresso do Rio de Janeiro (ano anterior), foram muito usados os recursos do mundo virtual, até o <i>QR Code</i> a gente tinha de localização do evento e as placas eram todas inteligentes. Cada organização faz do seu modo. Este ano acho que não tem essa tecnologia, mas o congresso está bem estruturado.
B	Eu me considero uma pessoa analógica e não uso muito a tecnologia. Uso muito o telefone (para falar) e, também, o WhatsApp.
C	Todas, relacionadas ao controle que vai da simples inscrição, do financeiro, postagem dos trabalhos (textos, imagens, sons), das publicações e relatórios.
D	A própria internet é uma excelente ferramenta.
E	
F	Protocolos no site para indicação de premiados e local para votação <i>on line</i> .
G	Software congresso, WhatsApp, e-mail, Facebook e Instagram.
H	O telegrama (apenas um colega que tem), o Instagram, o Facebook, o WhatsApp, já o Twitter eu uso pouco.
I	Trabalhamos muito com as redes sociais, pois é lá que está nosso principal público: o aluno de graduação. Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter e e-mails.
J	O sistema, disponibilizado pela própria Intercom, para a distribuição e controle dos trabalhos a serem avaliados. Outros recursos como o portal da Intercom ou sites locais (caso dos congressos regionais na internet) e o aplicativo WhatsApp, importante no período de organização entre os grupos de pessoas envolvidas no congresso.
K	Facebook, Twitter, Instagram e os sistemas de avaliação e de inscrição disponibilizados pela Intercom.
L	Reuniões <i>on line</i> com frequência, crio grupos na internet e no <i>smartphone</i> para conversas e acompanhamento diário das atividades e mantenho planilhas <i>on line</i> para partilha de informações.
M	Depende de cada evento. Uma ferramenta de hoje talvez não seja mais produtiva no próximo ano.

Fonte: Elaboração própria

Esta questão teve como objetivo identificar os principais recursos das tecnologias digitais utilizados no cotidiano das atividades dos diretores da Intercom. Com base nas respostas, verificamos que há uma gama de possibilidades interacionais que integram as atividades dos diretores entrevistados, no que se refere à comunicação nas etapas de pré, trans e pós-evento.

Ao tratarmos da mediatização, pressupõe-se que os padrões de resposta estarão relacionados aos meios digitais de comunicação, no entanto, um dos diretores se lembrou do telegrama, pouco utilizado, atualmente, mesmo em sua rede de contatos, por apenas um de seus colegas fazer uso do equipamento. Alguns diretores responderam de forma genérica, ao mencionarem o uso do telefone e a própria internet. Também foram mencionados o sistema da Intercom e as redes sociais, como Facebook, Twitter, Instagram e Snapchat. Outros diretores mencionaram o aplicativo WhatsApp e o e-mail. Sem se ater a alguma ferramenta específica,

um dos diretores respondeu que utiliza todas, enquanto outro diretor explicou que depende de cada evento, considerando seu caráter efêmero, uma vez que uma ferramenta de hoje possa não ser mais produtiva na edição seguinte do congresso.

Quadro 19 - Respostas dadas à questão: “Quais os impactos, em termos de organização, custos e interações, da utilização dos aplicativos digitais nos congressos?”

A	Eles deixaram o congresso mais dinâmico, por exemplo, a programação está disponível no ambiente digital e pode ser alterada e acessada todo o tempo.
B	Os impactos são redução de custo, agilidade, o fluxo de informação é mais eficiente. Esses aplicativos aceleram nossa vida, muitas vezes, em demasia.
C	Na organização, sem dúvida nenhuma muito positiva por conta da agilidade proporcionada pelos aplicativos digitais, por outro lado, ainda vejo como negativo os custos operacionais e de investimento em equipamentos.
D	
E	Falando empiricamente, sem pesquisa, eu acho que facilitam porque, por exemplo, no Facebook, muitas vezes, você tem perguntas e grupos se organizam lá. Por exemplo, para carona solidária ou hospedagem solidária, isso pode ser potencializado pela internet.
F	Não tenho dados para informar.
G	Positivo, agiliza o processo de gestão do evento. Qualquer problema chega rapidamente à organização e pode ser resolvido com brevidade e eficácia.
H	Em termos de custo, não. Essas são peças mais de divulgação mesmo, de custo, eu nunca fiz essa relação. Mas eu diria que facilita mesmo. Por exemplo, quando teve o convite da nossa posse da diretoria, eu mandei por e-mail, Instagram, Facebook e WhatsApp, acho que agiliza muito. Hoje as pessoas estão com o celular na mão, nós adquirimos outras agilidades. McLuhan desenvolvia muito a extensão do corpo, essa extensão da mão é muito presente, ao longo do dia, as pessoas têm mais acessos a essas interfaces. Então, quando mandamos, já vemos a reação das pessoas, curtindo, mandando mensagens, acho que não é apenas divulgação, mas as pessoas estão disponíveis quase 24 horas para acessar.
I	Em 2013, eu defendia que não devíamos mais usar livros de programação. Consegui uma empresa que faria um aplicativo com todas as informações do livro gratuitamente, em troca da divulgação de sua marca. No entanto, há um público mais velho nos congressos que ao pagar a inscrição, espera receber algo mais palpável quando faz sua inscrição, como livro, bolsa do evento e outras coisas do chamado kit do congressista. Por isso, não abolimos o livro e demais itens, que poderiam estar em um aplicativo. O custo de divulgação também foi muito baixo devido ao uso das redes sociais, o site e e-mails para divulgar o evento.
J	Em termos de organização, certamente, são a facilidade e velocidade na realização do trabalho de organização, ganho de tempo e a possibilidade de tomar decisões e apresentar soluções rápidas. Em termos de custos e interações, não consigo mensurar. Quanto as interações no sistema, motivadas por aplicativos ou plataformas, talvez seja possível afirmar que eles são confiáveis e rápidos.
K	Diminuem os custos, pois, em geral, são desenvolvidos pelos acadêmicos ou por meio de parcerias.
L	Eu não saberia informar.
M	Eles facilitam a vida dos congressistas, a exemplo do que vem acontecendo, especialmente, desde 2015. A interação organização-congressista passou para um patamar acima.

Fonte: Elaboração própria

Ao analisarmos as respostas, identificamos um equívoco na utilização do termo “aplicativos digitais”, que são mais restritos que o uso de “tecnologias digitais”. Embora os diretores tenham mencionado diversos aspectos que contemplem o conteúdo da questão, nosso propósito foi verificar a percepção dos diretores sobre o processo de organização do congresso.

Verificamos, com base em algumas respostas, que nem todos os diretores envolvem-se diretamente à organização do evento ou têm acesso a todas as informações.

Ainda com base nas respostas, apesar de termos utilizado o termo “aplicativos digitais”, a maioria dos diretores destacou as tecnologias digitais, de forma ampla, como as redes sociais da internet, independentemente de se tratar de aplicativos. A maioria dos diretores entendeu de forma positiva o uso das tecnologias, mas não especificou os impactos de uso, com base nos três critérios questionados, mas apresentou uma visão geral sobre seus entendimentos.

Sobre os custos, alguns explicaram que houve redução devido ao uso de redes sociais e da própria internet para a divulgação. Como já foi mencionado em respostas anteriores, citaram que, no passado, havia necessidade de impressão. Sobre os aplicativos digitais, um diretor explicou que diminuem os custos por serem desenvolvidos por acadêmicos. Por outro lado, um dos diretores, de forma abrangente, explicou que o aspecto negativo é justamente o custo, por haver necessidade de investimento em equipamentos para suportar as tecnologias digitais.

Sobre a organização e interação, a maioria entende que as tecnologias digitais tornam o evento mais dinâmico e agilizam todo o processo de organização. Como um dos diretores explicou, qualquer problema chega à organização rapidamente. Quanto à interação, um dos entrevistados respondeu, empiricamente, que as redes sociais facilitam, por meio da cooperação, em que os participantes se organizam em grupos e se ajudam mutuamente.

Quadro 20 - Respostas dadas à questão: “Sobre a organização do congresso, quem são os responsáveis pela implementação e utilização dos aplicativos digitais na Intercom?”

A	Não é responsabilidade da Intercom, é responsabilidade da instituição local.
B	Há uma secretaria na Intercom que, juntamente com uma empresa, desenvolve as demandas do site, que possui outros conteúdos, além do congresso, como a revista, o acervo da Intercom, que é de responsabilidade da diretoria de comunicação e memória
C	A responsabilidade principal é da Intercom, a secundária é da organização local.
D	
E	São empresas distintas, a responsável por criar o sistema de submissão é a Adaltech, mas acho que o armazenamento é feito por outra empresa. A Intercom também tem sua própria equipe que cuida do site.
F	Normalmente o organizador local e a presidente (no caso do congresso nacional) ou a vice-presidente (no caso dos congressos regionais).
G	Temos um funcionário da secretaria que é responsável pelo portal da Intercom e a Diretora de Comunicação, pelo site e Facebook. Nos congressos, as instituições que sediam, também criam ambientes e os gerenciam.
H	Na Intercom, a diretoria de Comunicação faz contato com empresas, pois o volume é muito grande e requer um saber especializado para gerir tudo.
I	A Intercom tem funcionários em sua sede em São Paulo que gerencia o site e sistemas que ela usa para inscrição, submissão de trabalhos e outras aplicações. A administração das redes sociais e a produção de conteúdo noticioso para elas e para o site fica por conta de uma empresa contratada para este fim.
J	Não saberia responder, mas acredito que seja de responsabilidade da diretoria administrativa, com o aval da Diretoria Científica.
K	Inscrição e avaliação, a própria Intercom. Nos regionais, redes sociais e site oficial do congresso, a instituição organizadora.

L	Os organizadores locais dos congressos.
M	Geralmente as agências de Publicidade e Propaganda e/ou Comunicação Integrada das instituições anfitriãs.

Fonte: Elaboração própria

Com base nas respostas obtidas, identificamos que houve uma dissonância na percepção dos diretores entrevistados. Inicialmente, supusemos que os entrevistados não teriam informações sobre o conteúdo questionado, no entanto, ao retomarmos a questão, verificamos que ela deveria ter sido elaborada de uma forma mais específica sobre o que se pretendia saber. Quando mencionamos “aplicativos digitais na Intercom”, não ficou claro sobre o que exatamente estávamos nos referindo, pois, poderia se tratar de aplicativo para celular, bem como o portal do congresso, o site oficial criado pela instituição receptora ou a página criada na rede social digital, que não são aplicativos.

Nesta questão, procurávamos identificar os responsáveis pelo ambiente digital referente ao congresso nacional da Intercom. Sabe-se que há o portal do evento, no qual o participante realiza a inscrição, submissão de trabalhos e os certificados, bem como as informações e os anais e há o site oficial do congresso, com informações sobre o evento e a localidade sede. Atualmente, há aplicativo para celular e as redes sociais.

Algumas respostas apresentaram consonância, como as dos diretores que atribuíram a responsabilidade do portal da Intercom à própria instituição e o site oficial do congresso à instituição receptora do evento. Um dos diretores ainda mencionou a empresa responsável pelo processo de submissão dos trabalhos, enquanto outros lembraram da secretaria da instituição, que tem funcionário responsável por essa função. Por outro lado, um dos diretores respondeu que isso não é responsabilidade da Intercom, mas da instituição local, contrariando a maioria das respostas. No entanto, não podemos afirmar que se trata de um equívoco do diretor, mas pode se referir especificamente aos aplicativos digitais, como consta na questão.

Houve menção ainda a outros conteúdos digitais, próprios da instituição, como a revista e o acervo, que foram atribuídos à diretoria de comunicação e memória, por um dos entrevistados. Um dos diretores não respondeu e um deles acrescentou um dado distinto aos demais, ao mencionar que a responsabilidade é de agências de Publicidade ou de Comunicação Integrada, contratadas pela instituição local. Essa informação não foi mencionada por nenhum outro diretor, mesmo aqueles que mencionaram a instituição local como responsável pelo site.

Quadro 21 - Respostas dadas à questão: “Como se dá a relação entre a diretoria e os responsáveis pelos aplicativos na organização dos congressos?”

A	
B	
C	Total. Tudo passa pela aprovação da Diretoria e do Conselho Curador, no caso da Intercom.
D	
E	Não. Essa relação é mediada pelos funcionários da Intercom, a gente não tem relação direta com eles não. Só em momentos de mais desespero que a gente entra em contato, mas normalmente o pessoal da secretaria.
F	Boa.
G	É uma relação tranquila e paralela, pois o foco da Intercom é macro e a organização de cada congresso foca o seu evento. A linha mestra vem da Intercom e todos seguem.
H	
I	Normalmente existe muita liberdade para os organizadores locais neste sentido.
J	Não tenho como falar nessa relação, dado que a minha diretoria é regional, não nacional. Imagino que os diretores nacionais tenham dados mais significativos nesse sentido. Quanto às diretorias regionais, nossa participação se estabelece a partir das avaliações que fazemos do que deu e não deu certo, o que pode ser melhorado nos aplicativos. Esse retorno avaliativo é apresentado à diretoria nacional.
K	A diretoria acompanha o desenvolvimento dos aplicativos.
L	A relação se dá entre a diretoria e a organização local, que por sua vez, delibera sobre as ações que serão implementadas nos congressos.
M	A relação tem sido excelente, com resultados visíveis.

Fonte: Elaboração própria

Esta questão apresenta lacuna semelhante à pergunta anterior. Utilizamos o termo “aplicativo” em vez de tratarmos de forma mais abrangente, como “tecnologias digitais” ou o próprio sistema da Intercom. No entanto, pelas respostas obtidas, a percepção dos diretores entrevistados foi mais abrangente. Essa questão foi mantida aos diretores que receberam as questões por e-mail, mas para a maioria dos que foram entrevistados pessoalmente, esta questão foi suprimida, em virtude da questão anterior.

Identificamos três padrões de resposta. O primeiro, identificado nas respostas de dois diretores demonstram um caráter de gerenciamento da Instituição. Por um lado, a Intercom acompanha o desenvolvimento dos aplicativos, como respondeu um dos diretores. Por outro, tudo requer a aprovação da diretoria e do Conselho Curador. Outro tipo de resposta foi sucinto, não tendo nos fornecido dados para identificar quais aspectos estariam sendo abordados. Nesse caso, as respostas se limitaram a “boa” e “excelente, com resultados visíveis”. O terceiro padrão demonstra que as respostas se referiam à relação entre a Intercom e as organizações locais, que criam o site oficial do evento em cada edição. Nesse sentido, foi mencionado que há liberdade para as organizações locais, sob supervisão e diretrizes da Intercom.

Vale mencionar as respostas de dois outros diretores. Um deles explicou que não há contato direto entre os diretores e os responsáveis pela instalação dos “aplicativos”, essa relação é mediada pelos funcionários da Intercom e apenas em casos específicos os diretores contatam

diretamente os responsáveis. Outro diretor explicou que sua experiência circunscreve o âmbito regional e, nesse caso, são feitas avaliações sobre os resultados dos aplicativos, que são apresentadas à Intercom. O diretor “D” não respondeu a questão.

Quadro 22 - Respostas dadas à questão: “Qual é a importância da realização de atividades presenciais nos congressos?”

A	O congresso é presencial e sem ser presencial, não tem sentido fazer um congresso, porque é o momento do conagraçamento, das trocas, do olho no olho, aspectos que o mundo virtual não permite.
B	Uma coisa é um contato pela internet e outra é o contato presencial. Por exemplo, para ter contato com um pesquisador, pode-se baixar um vídeo pelo <i>Youtube</i> , mas conhecer presencialmente, a experiência é diferente. Experimentar esse contato implica empatias, que podem gerar simpatia ou antipatia. Quando alguém está mais simpático, torna-se mais palatável aderir a conversa.
C	Vale a resposta da questão dois. Ainda não vejo um congresso totalmente virtual pela resistência de alguns pesquisadores quanto a essa modalidade.
D	
E	Eu acho que o congresso se realiza presencialmente, no espaço presencial há uma resposta direta, o olho no olho, eu acho que esse espaço do presencial é fundamental. As pessoas pensam juntas, é difícil ter um grupo de discussão na internet em que todos estejam simultaneamente pensando naquele momento, aquele espaço de decodificação e troca é simultâneo no ao vivo e em cores. Essa coisa do ao vivo é muito importante.
F	Imprescindíveis.
G	Fundamental, pois é o momento em que os estudantes têm a oportunidade de interagir e trocar conhecimentos entre si e com os pesquisadores e docentes de outras regiões do Brasil e, também, do exterior.
H	Toda a comunicação mediada, com aparatos tecnológicos, ajuda, mas no presencial, como exemplo, quando dei uma aula de Teorias da Comunicação e sugeri que os alunos escolhessem os autores, as meninas comentaram que não havia nenhuma mulher selecionada, então, presencialmente, a comunicação se desenvolve, se constrói.
I	A coisa mais importante dos congressos é estar neles e presenciá-los. Sentir o clima da cidade sede, da instituição que realiza o evento, o calor humano das pessoas que te recebem e ver de perto pessoas que você só conhece pelas referências dos seus trabalhos acadêmicos são coisas inesquecíveis. Não recordo de instalações físicas, de aplicativos ou de outros detalhes dos congressos que estive com a mesma clareza e saudade do que recordo das amizades que fiz, dos abraços e das conversas. Esse é o coração dos congressos da Intercom, eles marcam as pessoas que participam.
J	O principal motivo é mesmo de interação face a face entre pesquisadores, congressistas e convidados. Não vejo como terem a mesma dimensão ou riqueza se ocorresse de forma remota.
K	As atividades são presenciais. Intercâmbio, troca de experiências, possibilidade de dialogar.
L	A vida do congresso está no encontro presencial. Por mais que o pré-congresso e o pós-congresso dependam hoje da internet, a Intercom pulsa é no encontro entre os pesquisadores, na partilha entre estudantes de graduação e doutores, na entrega dos prêmios, nas conferências, nos debates, no reencontro de amigos, nos almoços e jantares, na formação de parcerias para novas investigações.
M	São a razão de ser de um congresso em Ciências da Comunicação.

Fonte: Elaboração própria

Com base no tema deste estudo, em que pesquisamos a mediatização dos eventos científicos, esta questão teve como objetivo identificar a importância da realização de atividades presenciais no congresso, sob a ótica dos diretores entrevistados. O congresso consiste, essencialmente, em atividades presenciais, embora, por meio dos recursos das tecnologias digitais, possa ser transmitido ao vivo pelas redes sociais, bem como estejam disponíveis toda

a programação e trabalhos aprovados, para acesso por qualquer pessoa. Assim, buscamos compreender, nesse cenário de hibridização dos eventos, a relevância do contexto presencial nos congressos da Intercom.

Com exceção a um dos diretores, todos os demais que responderam a essa questão, destacaram a importância das atividades presenciais. Um dos diretores não mencionou a importância das atividades presenciais, mas, reiterando a resposta de uma das questões anteriores, ele explicou que ainda não vê possibilidade de um congresso totalmente virtual devido à resistência de alguns pesquisadores nessa modalidade de evento.

Os outros entrevistados destacaram alguns fatores que evidenciam a importância das atividades presenciais em um congresso. Alguns explicaram que as atividades presenciais representam o momento de conagração, trocas, interação face a face, o olho no olho entre os participantes. Trata-se de um momento de construção, como explicou um dos diretores, ao exemplificar que na internet se obtém informações, mas no presencial é que se discute e constrói coletivamente. Um diretor mencionou o clima do evento e o calor humano, vivenciados no contexto presencial, assim como outro entrevistado lembrou do encontro dos pesquisadores e da entrega de prêmios, que é realizada presencialmente.

Além disso, as atividades presenciais constituem oportunidade para a formação de parcerias para novas investigações, a partir das discussões presenciais nos debates. Outro aspecto é observado no caráter afetivo nos encontros com amigos, bem como a possibilidade para os participantes encontrarem e conhecerem pessoalmente os pesquisadores utilizados em suas referências de trabalhos. Como abreviou um dos diretores, “as atividades presenciais são a razão de ser de um congresso em Ciências da Comunicação”.

Quadro 23 - Respostas dadas à questão: “Pensando hipoteticamente na transformação do congresso nacional da Intercom em um evento exclusivamente virtual, quais seriam os principais ganhos e perdas?”

A	Não teria sentido.
B	Em um congresso virtual, haveria ganhos financeiros. Haveria ganhos para o desenvolvimento e continuidade dos processos de pesquisa, pois os grupos de pesquisa poderiam se organizar e fazer suas sessões por videoconferência. Poderia haver contato com ideias e pessoas que estão no Azerbaijão, por exemplo. Haveria também desvantagens, seria como, por exemplo, arrumar um namorado pela internet, um dia o encontro presencial tem que acontecer. Os congressos presenciais são importantes também do ponto de vista econômico e institucional, por exemplo, ninguém vem passear em Bauru pelos atrativos da cidade, mas cerca de 3 mil pessoas viriam para o congresso e teriam a oportunidade de conhecer a Unesp. Essa aproximação é importante. Pode ser que os congressos presenciais se tornem mais dispersos, mas não acredito na extinção dos congressos presenciais.
C	Isso deverá acontecer em algum momento, mas quando a cultura do digital estiver totalmente estabelecida no meio acadêmico. Quero dizer com isso, que tanto os congressistas como palestrantes, pesquisadores, professores apresentarem o hábito de assistir e participar dos eventos <i>on line</i> . Outro fator que dificulta um grande evento <i>on line</i> , como o Congresso Nacional da Intercom no momento, é a dificuldade das transmissões. (aqui entra o avanço tecnológico brasileiro na captação e transmissão das informações).
D	
E	Eu não penso que seria impossível, mas não daria conta de virtualizar isso. Talvez, uma forma interessante, seria termos múltiplas formas de participação, presencial ou à distância. Se tivéssemos no Brasil, uma tecnologia de banda larga que nos permitisse transmitir simultaneamente, todas as apresentações, poderíamos ter uma participação <i>on line</i> . Ou, ainda, poderíamos ter a participação virtual, se a pessoa não pudesse vir apresentar, poderia fazer a apresentação via <i>Skype</i> , seria uma possibilidade. Este ano, por exemplo, no GP Cibercultura houve uma mesa com os primeiros coordenadores do GP, nem todos puderam vir, muitos mandaram vídeos gravados.
F	A princípio, vejo mais perdas, com o tempo, o congresso poderia se esvaziar.
G	Creio que as perdas são infinitamente maiores do que os ganhos, pois a interação que se tem entre os participantes, o conhecer e vivenciar a cultura local, seria reduzida. Poder-se-ia acompanhar as palestras e haveria um custo menor para isso, mas não compensa o momento da experiência que o congresso presencial proporciona.
H	Se é hipotético, falar que seria possível, fica na hipótese. Não sei se no futuro, a gente vai caminhar para isso, mas vejo com uma certa dificuldade. Como na história dos meios de comunicação, não quer dizer que um vai acabar com o outro, como o rádio não eliminou a imprensa e a televisão não eliminou o rádio. No caso dos eventos, provavelmente nós teremos o presencial e o virtual, penso que seja mais provável em eventos menores, como já acontece, por exemplo, em colóquios. Pode ser que esse congresso também se modifique, mas não deixe de ser presencial.
I	A perda seria total.
J	Não vejo ganho. Não podemos perder de vista que nem todos os participantes congressistas, nem mesmo todas as instituições, poderão garantir recursos adequados e de qualidade que sustentem o melhor aproveitamento de um evento exclusivamente virtual. Outro ponto em que a virtualidade perderia longe para as ações presenciais nos congressos. Muitas vezes, as interações entre pesquisadores, algumas de excelentes resultados, ocorrem nos espaços informais durante o congresso, nos cafezinhos, jantares e almoços utilizados de forma leve, informal, mas com propósito.
K	Intercâmbio, troca de experiências, possibilidade de dialogar para ganhos e perdas.
L	As perdas seriam muito grandes. A relação entre os pesquisadores, que é um dos nossos pilares, estaria comprometida.
M	É uma hipótese incabível no cenário atual.

Fonte: Elaboração própria

Considerando que o congresso tem uma história de quatro décadas e é atualmente o maior evento científico da área de Comunicação no Brasil, há uma tradição entre pesquisadores e estudantes da área, na realização desse evento. Por outro lado, vivenciamos o processo de

mediatização social, em que as tecnologias digitais estão cada vez mais presentes na sociedade, influenciando, também, no contexto dos eventos científicos, por meio de recursos tecnológicos. Com base nesse cenário, esta questão teve como objetivo verificar a percepção dos diretores entrevistados sobre a possibilidade de modificar a estrutura do congresso nacional da Intercom, de presencial para exclusivamente virtual.

Apenas dois diretores que responderam esta questão não consideraram essa possibilidade como um fator negativo para o evento. Ao contrário, um deles respondeu que essa mudança deverá acontecer em algum momento, mas alertou para a necessidade de uma cultura digital no meio acadêmico, na qual pesquisadores e membros desse meio tenham adquirido o hábito de participar de eventos *on line*. No entanto, ele alerta para um problema relacionado ao avanço tecnológico, que reflete na dificuldade de transmissões.

Outro diretor que não apresentou uma visão negativa com relação à virtualização completa do evento, respondeu que essa mudança não seria impossível, embora não consiga imaginar, atualmente, essa virtualização. Em sua percepção, poderiam ser implantadas múltiplas formas de participação, com a transmissão simultânea das apresentações, pelo meio virtual, na impossibilidade de apresentação presencial. Para isso, seria necessário tecnologia de banda larga que permitisse a utilização desses recursos. Os demais diretores que mencionaram também o caráter positivo da mudança da estrutura presencial do congresso para exclusivamente virtual, responderam que o ganho seria no aspecto financeiro por proporcionar redução de custos.

Os demais respondentes destacaram as perdas ao evento, entendendo que essa hipótese não teria sentido. Outros destacaram as perdas nas interações presenciais, inerentes aos encontros. Não se trata apenas das interações durante a programação oficial, no intercâmbio entre os participantes, mas nos momentos informais de encontros. Sobre isso, um dos diretores explicou que “muitas vezes, as interações entre pesquisadores, algumas de excelentes resultados, ocorrem nos espaços informais durante o congresso, nos cafezinhos, jantares e almoços utilizados de forma leve, informal, mas com propósito”.

Quadro 24 - Respostas dadas à questão: “De que forma interage com os participantes do congresso?”

A	Quem mais interage é a diretoria científica e os outros diretores, eu fico mais na supervisão da diretoria.
B	Com os diretores regionais e demais diretores. Com os participantes não. Os diretores regionais é que interagem com os organizadores locais. Minha interação é, realmente, mais distanciada.
C	Principalmente por e-mail, telefone e redes sociais, isso com maior frequência pelos alunos de graduação.
D	
E	O tempo todo. O tempo todo. A gente interage antes, nesse processo de envio de trabalho, de análise, de dúvidas que as pessoas têm, por Facebook, por WhatsApp, por e-mail, por telefone, durante também, o contato face a face, por WhatsApp, por e-mail e, posteriormente, também, por exemplo, para responder sobre os certificados, para enviar fotos etc. As interações ocorrem desde questões mais ordinárias às mais ligadas ao afeto também.
F	Presencialmente.
G	Antes do evento: na organização do Expocom (virtual e fone). Durante o evento, presencialmente nas mesas, DT's, Expocom. Após o evento, virtualmente. Creio que o virtual é um grande apoio, mas não substitui a experiência do presencial.
H	Presencialmente, em dois momentos: durante a exposição e o momento de questões e debates. Virtualmente, alguém fica em uma mesa, uma equipe recebe as questões e, em vez de essa pessoa fazer diretamente, dependendo da interface tecnológica, ela pode fazer a questão ou manda a questão e um grupo responsável transmite essa questão. Isso se vê no Roda Viva, por exemplo, esses dias nós fizemos os modelos de negócios de Jornalismo, as pessoas mandavam e a gente passava para o mediador que estava na mesa e ele encaminhava as questões.
I	Nas salas das DTs, da Expocom, nos corredores, nos restaurantes, nos shows de abertura e outros locais onde as pessoas se reúnem.
J	Na preparação do congresso, organização, quase sempre via mensagens e ferramentas do sistema fornecido pela própria Intercom. Presencialmente, nos diálogos nas mesas, palestras, avaliações de trabalhos e, claro, nas conversas informais.
K	Redes sociais, e-mail e via sistema.
L	Conheço muita gente e me relaciono com pesquisadores de várias áreas do campo da comunicação, de todas as regiões do país. Faço parte de um grupo de pesquisa produtivo, fraterno e que reúne investigadores que mantêm uma longa amizade. Participar dos congressos é, para além da atividade acadêmica, um momento de reencontrar amigos queridos.
M	De todos os modos possíveis. A interação é a alma de um congresso. Do contrário, seríamos apenas “Exércitos de um homem só”.

Fonte: Elaboração própria

Esta questão teve como objetivo compreender as formas pelas quais os diretores entrevistados interagem com os participantes do congresso. Assim como a maioria das questões anteriores, esta pergunta foi feita de forma ampla, sem circunscrever o tempo e espaço a que se referiam as interações. Com base nas discussões propostas para este trabalho, sobre a influência da mediatização nos eventos científicos, buscamos, identificar nesta questão, também, a percepção dos diretores entrevistados sobre o sentido de interação.

Enquanto um dos diretores respondeu que quem costuma interagir é a diretoria científica e outros diretores, uma vez que se volta para a supervisão com os diretores, outro diretor entrevistado mencionou que interage mais com a diretoria e não com os participantes. Esse diretor ainda explicou que as interações ocorrem principalmente por parte dos diretores regionais. Com base nessas respostas, inferimos que o sentido abordado por esses dois diretores

pode ser a interação dialogal caracterizada por um contato contínuo com os participantes. Não foram consideradas, por exemplo, as interações que decorrem dos debates nos grupos de pesquisa ou mesas temáticas.

Alguns diretores especificaram as diferentes formas de interação com base nas etapas do evento, desde o período que o antecede, durante sua realização e após seu encerramento. Um dos entrevistados explicou que antes do evento interage de forma virtual e por telefone na organização do Expocom. Um deles mencionou as interações durante a preparação e organização do congresso, por meio de mensagens e ferramentas do sistema da Intercom. Durante o evento, ocorrem as interações presenciais durante as atividades como mesas temáticas, as DTs, Expocom, palestras, avaliações de trabalhos e nas conversas informais. Na etapa pós-evento, um dos diretores destacou que interage virtualmente e ressaltou que o espaço virtual constitui um grande apoio, mas não substitui a experiência presencial.

Um dos diretores abordou as interações de forma mais ampla e explicou que interage o tempo todo, desde as questões mais ordinárias às questões ligadas ao afeto. Ele explicou que antes do evento, as interações ocorrem no processo de envio e análise dos trabalhos e as dúvidas dos participantes. Assim, as interações ocorrem por Facebook, WhatsApp, e-mail, telefone e, durante o congresso, as interações são face a face. Após o término do evento, o diretor, embora não tenha explicitado, referiu-se às interações virtuais, que ocorrem para tratar dos certificados (que são disponibilizados de forma *on line*) e do envio de fotos. Essa situação tem se tornado cada vez mais usual nos congressos, em que pessoas registram apresentações de colegas e, posteriormente, enviam as fotos pelo celular.

Outro diretor também destacou o caráter afetivo das interações, ao mencionar que integra um grupo de pesquisa produtivo, com membros de diversas regiões do país, com os quais mantém amizade. Por isso, em sua visão, a participação nos congressos transcende o contexto acadêmico e se torna uma oportunidade para encontrar os amigos. Ao responder que interage de todos os modos possíveis, sem especificar quais seriam esses modos, um dos diretores ressaltou a importância das interações em um congresso, ao explicar que “a interação é a alma de um congresso”.

7.2 Considerações sobre as entrevistas

A realização das entrevistas com os diretores da Intercom nos permitiu uma compreensão mais ampla do processo e os desafios da organização de um congresso desse porte, a partir de suas experiências e vivências, como participantes e organizadores. Como a

maioria dos entrevistados participa do evento há muitos anos, pudemos compreender suas percepções sobre este período de transição analógica para o mundo virtual, marcado pelo processo de mediatização.

A organização de um evento desse porte torna-se, por um lado, cada vez mais desafiadora, considerando a complexidade que envolve planejar um congresso que recebe mais de três mil participantes, em localidades distintas. No entanto, a credibilidade que a Instituição possui, junto a seu público participante, aos órgãos de fomento, aos fornecedores e distintas instituições, torna-se um facilitador para o sucesso do evento. Mas, o papel dos eventos científicos vai além, como pôde ser verificado junto aos entrevistados.

Um evento científico, como já mencionado, propõe-se a discutir temas ligados às diversas áreas da ciência (MEIRELLES, 2003). Mas, por que esse formato? Para os diretores, em geral, estar presencialmente em um congresso caracteriza sua essência. As apresentações dos trabalhos tornam-se o ápice do congresso, ao proporcionarem o intercâmbio entre os participantes, como explicam Campello (2000) e Meadows (1999). Os debates entre os apresentadores retroalimentam as pesquisas e contribuem para a dinâmica da ciência, do fazer coletivo (BUENO, 2010), das respostas provisórias que constituem a ciência (TARGINO; NEYRA, 2006), da ênfase em aspectos que poderiam não estar destacados em um texto escrito (MEADOWS, 1999) e do estado da arte da área (CAMPELLO, 2000).

No entanto, considerando a disponibilidade de recursos tecnológicos, é possível realizar apresentações orais, virtualmente. Esses aspectos mencionados por esses autores dariam conta dos propósitos de um evento científico. Mas estar presencialmente vai além. Como foi observado nas respostas dos diretores, há outros fatores que enfatizam a importância de participar fisicamente. A vivência do participante se constrói ali, nas interações presenciais. É a troca entre os participantes, mas são também as impressões percebidas por cada um a partir de suas vivências. São os aspectos subjetivos ligados às emoções vivenciadas, características dos eventos.

Trata-se dos recursos das interações face a face. Isso não significa subestimar o papel das tecnologias digitais que oferecem a possibilidade de discussões no ambiente virtual, mas as atividades presenciais ultrapassam a formalidade das apresentações e dos debates. A multiplicidade de deixas simbólicas contribui para complementar os discursos, como explica Thompson (2008). Outro aspecto do contexto presencial é a sinergia proporcionada pelo clima construído (GIÁCOMO, 2007), que é vivenciada de forma individual e coletivamente.

Para um estudante de graduação, estar em um congresso científico e apresentar um trabalho oralmente, pode constituir um rito de passagem, uma espécie de prova que o leva ao

amadurecimento acadêmico. Se por um lado, a falta de experiência de estudantes é considerada um fator negativo para Targino e Neyra (2006), o congresso pode representar um laboratório em que o estudante tem a oportunidade de se expor em público, explicar sua pesquisa e receber contribuições, mesmo quando críticas, para aprimorar seu estudo e suas apresentações.

A importância de realizar um congresso científico está nas trocas, mas como identificamos, pelas respostas, a ênfase está sobretudo no caráter presencial. É possível realizar um congresso científico, exclusivamente virtual, como já tem acontecido. Nessa modalidade, as trocas existem, restritas, nesse momento, aos recursos da ambiência virtual, que podem contribuir para o aprimoramento dos trabalhos. É possível, também, a formação de grupos de discussão virtual a partir desses eventos, bem como outras formas de interação provenientes do contexto *on line*.

De acordo com as respostas e com o aporte teórico, há um aspecto subjetivo, que instaura o clima do congresso presencial. Mesmo que o clima seja um dos elementos do planejamento (GIÁCOMO, 2007), trata-se de um fator que resulta nas vivências que o participante ativará em suas memórias quando se lembrar do evento que participou. Isso tudo remete, ainda, ao caráter afetivo dos encontros presenciais, como foi lembrado nas entrevistas. Além da função precípua dos congressos, os laços afetivos construídos ao longo das edições do evento são importantes e o evento se torna um momento de conagração entre colegas.

Retomando o propósito deste estudo, sobre a influência da mediatização nos eventos científicos, com base nas entrevistas, verificamos que as tecnologias digitais trouxeram modificações tão significativas que se tornaram elementos inerentes ao congresso. Realizar os procedimentos para a participação no congresso de forma manual, como foi lembrado por alguns diretores, soa como se esse contexto nunca tivesse existido. Naturalizou-se o deslocamento das relações sociais para um contexto indefinido de tempo-espço, como se constitui o que Giddens (1991) denomina de desencaixe dos sistemas sociais.

O que se observa agora nos procedimentos para a participação nos eventos científicos, por um lado, é a aceleração do processo. Retomando os estudos de Giddens (1991), um componente implícito no desencaixe dos sistemas sociais é a confiança dos indivíduos em sistemas peritos. Isso pode ser observado na relação entre participante e organização do congresso, na qual se pressupõe um conhecimento perito da organização e do sistema criado para o evento de modo que o participante esteja seguro ao encaminhar sua inscrição, submeter seu trabalho e efetuar o pagamento.

Os mecanismos de desencaixe social estão incorporados nos eventos científicos de forma que eventuais problemas com o sistema da instituição, como uma sobrecarga pelo

número de acessos, tenha uma grande repercussão. Subentende-se que o conhecimento perito dos responsáveis pela criação e operacionalização do sistema garantam o êxito dos procedimentos realizados nesse contexto de desencaixe social. Isso será comprovado no momento de reencaixe social (GIDDENS, 1991), quando os resultados do desencaixe são comprovados, na realização do encontro presencial.

Isso tudo resulta na aceleração no processo para participação, bem como uma ampliação no acesso às informações. De uma época em que os trabalhos eram enviados pelo correio para avaliação às possibilidades interacionais da internet, houve, indubitavelmente, um importante avanço, de forma a não se considerar a possibilidade de um retrocesso no processo. Isso reflete em mudanças no planejamento do evento, que requer a gestão das tecnologias digitais. Não se trata apenas de disponibilizar as informações, mas é preciso que as funções desses recursos atendam às necessidades operacionais.

Os meios de comunicação deixam de ser somente veículos para divulgação do evento, como divulgação de informações para o público de interesse dos organizadores e cobertura durante sua realização. Com as tecnologias, os meios de comunicação permeiam todo o evento, promovendo agilidade sob todas as perspectivas, desde as relacionadas aos participantes como entre a própria organização. Não omitimos os problemas técnicos decorrentes do número de acessos simultâneos para o envio de trabalhos ou falhas específicas do sistema, mencionadas por alguns diretores, que, apesar do transtorno, têm sido resolvidos.

As mudanças trazidas pela internet refletem na organização do evento e na participação das pessoas. Além de acelerar todo o processo para participar, a circulação que ocorre após a recepção produz outras interações, amplificadas no tempo e no espaço, remetendo ao conceito de Braga (2006, 2012a) sobre diferidas e difusas. As interações não se limitam à comunicação entre emissor e receptor, mas se prolongam e se disseminam no tempo e no espaço, a partir das apropriações do receptor.

No meio analógico, em que os anais eram produzidos e impressos aos participantes, já se observava esse tipo de interação, ainda em uma dimensão mais restrita, mas o que se vivencia, atualmente, é a expansão dessas interações. Os trabalhos do congresso, impressos, eram entregues aos participantes e, obviamente, poderiam resultar na amplificação do conteúdo, por meio de novas produções e discussões sobre alguns dos temas de interesse. No entanto, a digitalização dos trabalhos do congresso representa um importante avanço na disseminação do conhecimento produzido. Os anais, geralmente, são disponibilizados no portal do evento e são de acesso livre a qualquer pessoa, levando à democratização do conhecimento. Reiterando a ubiquidade dos meios na sociedade (BRAGA, 2006, 2012a), o acesso ao conteúdo das

publicações pode ser feito por um *smartphone*, distanciando-se de épocas passadas em que os anais eram impressos volumosos.

Outro aspecto a ser considerado é o público dos eventos. Como explica Giácomo (2007), a definição do público para um evento é fundamental, pois deve haver afinidade com a temática. Sobre as mudanças no perfil dos participantes, há atualmente mais estudantes de graduação no congresso da Intercom, mas, de acordo com as respostas das entrevistas, as mudanças vão além de uma categoria para segmentar os tipos de participantes. Há um caráter mais ativo nos participantes, que interagem o tempo todo, de diferentes modos.

Novas práticas sociais que decorrem do uso dos meios refletem mudanças no perfil dos participantes. Um dos pontos observados na entrevista é o período de transição de uma realidade analógica para a digital, como explica Castro (2010), no qual se observa o caráter mais ativo dos indivíduos, que deixam de ser apenas receptores e produzem conteúdo e buscam conhecimento a partir de seus interesses. O público do congresso, reunido pela afinidade nas ciências da Comunicação, constitui-se de diferentes perfis geracionais, que interagem durante as sessões de trabalho.

Para aqueles que participam há anos ou décadas, como a maioria dos diretores entrevistados, é mais reconhecível o processo de influência da mediatização, considerando suas experiências em um modelo analógico e a adaptação às tecnologias digitais. Torna-se mais perceptível o sentido da mediatização direta (HJARVARD, 2004, 2012), em que ações antes realizadas fisicamente, modificam-se de forma significativa, com a inclusão das tecnologias digitais. Um trabalho entregue presencialmente para o avaliador em meio impresso, no passado, é substituído pelo processo mediatizado. Essa é uma vivência exclusiva do público que participou na época que antecedeu a influência das tecnologias digitais.

A Web 1.0 foi um avanço para o congresso científico em toda a logística que envolve a organização e realização do evento. Embora seja considerada estática (PRIMO, 2007), pautada pela comunicação unilateral, a Web 1.0 facilitou os procedimentos para a participação no congresso, suprimindo os mecanismos manuais. Esse exemplo de mediatização direta pode não ser lembrado pelo público mais jovem que participa mais recentemente dos congressos e que tem vivenciado apenas a era das tecnologias digitais. O que se observa, também, é a aceleração nas mudanças das próprias tecnologias.

Os recursos da Web 2.0, que permitem a amplificação das possibilidades interacionais, refletem a influência da mediatização no âmbito dos eventos científicos. As redes sociais digitais são utilizadas para a interação entre o público dos eventos. Com base nos resultados das entrevistas, não se trata, ainda, de uma responsabilidade da Instituição, mas são criadas, de

forma independente, com o intuito de cooperação mútua. Até o momento da realização das entrevistas, a ênfase no uso das tecnologias digitais recaiu sobre a operacionalização do sistema para acesso ao evento.

Como Braga (2009, 2012a) explica, o desenvolvimento e o uso interacional das tecnologias constituem uma demanda social. Não se cria uma tecnologia para que a sociedade se adapte a ela, mas, pelo contrário, a partir da disponibilidade de uma nova tecnologia, há apropriações sociais pelos indivíduos, instaurando novas formas de interação a partir delas. As redes sociais digitais têm sido utilizadas por diversas organizações e, também no contexto dos eventos. Esse não foi o propósito de sua criação, mas, por isso mesmo, podemos reiterar o pensamento do autor, quando são mencionados os usos sociais das redes pelos participantes do congresso.

O uso das redes sociais nos eventos científicos, da mesma forma que os aplicativos de mensagens para *smartphones*, ganha relevância no aspecto colaborativo. Muito utilizadas por estudantes, como foi mencionado, as redes integram o público a partir das interações virtuais, constituindo-se um suporte ao evento presencial. Esse caráter de cooperação nas redes reitera a visão de Braga (2012a) sobre a importância dos desdobramentos após a circulação das mensagens. A relevância das interações não está apenas no processo em si, mas sobre o que acontece posteriormente.

Tudo isso ainda é recente, apesar das rápidas mudanças decorrentes da mediatização. Estamos vivenciando, ainda, um período de adaptação, embora as tecnologias digitais tenham se naturalizado de forma a não ser mais possível desconsiderarmos sua utilização nos eventos científicos. Por isso, a questão que orientou a realização desta pesquisa, busca verificar como os organizadores compreendem as mudanças decorrentes da mediatização dos eventos. A relevância desta pesquisa reside na experiência dos diretores, que, além do papel de organizadores, são participantes do congresso.

Diante das discussões apresentadas, a relevância do congresso está, principalmente, em sua realização presencial porque proporciona o debate face a face entre pesquisadores, levando à produção científica ao vivo. A publicação de trabalhos em periódicos científicos constitui um outro modo de disseminação do conhecimento científico, mas os eventos evidenciam o caráter coletivo da ciência. Trata-se do aspecto colaborativo, em que as discussões entre pares contribuem para o aprimoramento dos trabalhos. As interações por meio das trocas presenciais justificam a realização do congresso presencial, no qual se constroem as vivências dos participantes.

É possível a realização de congressos científicos exclusivamente no contexto virtual. No entanto, não se trata somente da disponibilização de recursos tecnológicos, mas a essência está nesse intercâmbio e nas próprias interações face a face que decorrem dos encontros informais durante o evento. As deixas simbólicas que reiteram as falas, bem como os contatos informais integram o clima do congresso e a vivência dos participantes. Trata-se de um modo particular de fazer ciência, que considera o ambiente informal em que as conversas de corredor (CAMPELLO, 2000) também ganham relevância. Dos debates entre pares, há o aspecto afetivo, que surge dos encontros, das parcerias e afinidades.

A programação informal realizada durante os eventos científicos também constitui um fator relevante para as atividades presenciais. Os intervalos entre as atividades, bem como as pausas para almoço e os encontros durante os jantares são importantes para estabelecer redes de relacionamento e formação de parcerias. Retomando a visão de Giddens (1991), estar presencialmente corresponde ao reencaixe social, por meio do restabelecimento das relações sociais em condições locais de tempo e lugar.

As mudanças percebidas pela organização referem-se principalmente aos avanços da Web 1.0, destacados por suas funcionalidades nos congressos científicos. Vale ressaltar que o público do congresso é composto por distintos perfis geracionais e, obviamente, a percepção deles seria diferente. Para os diretores que estão na organização do congresso e vivenciaram o contexto analógico, a ênfase está nas facilidades da internet por meio do sistema que requer, sobretudo, investimento em suporte técnico especializado.

Por outro lado, há outro perfil geracional, que percebe essas funcionalidades da Web 1.0 como um mecanismo natural do cotidiano. Novamente, reiterando o pensamento de Braga (2009, 2012a), as tecnologias são demandas sociais. Para esse público, as redes sociais digitais são incorporadas às suas práticas diárias e são recriadas a partir de necessidades e interesses da sociedade. No entanto, as redes sociais digitais não foram destacadas por sua relevância como espaços de cooperação entre o público do congresso.

Há muitos avanços possíveis relacionados às tecnologias e aos eventos científicos. Nossa conclusão, com relação à percepção dos diretores entrevistados, é que as tecnologias digitais são essenciais aos eventos científicos, mas seu papel, neste momento, é atender às funcionalidades propostas para o congresso. Por isso, o destaque à necessidade de investimento em suporte especializado para garantir o êxito da operacionalização das ações. No entanto, as tecnologias não se sobrepõem às atividades presenciais, que representam a essência do congresso, ao congregar pesquisadores, estudantes e profissionais para as discussões científicas.

8 OBSERVAÇÃO DA PÁGINA DO CONGRESSO NO FACEBOOK

Complementando a triangulação deste estudo de caso, coletamos dados, também, na página criada no Facebook para tratar de assuntos relativos ao congresso nacional da Intercom de 2016, denominada “Intercom Nacional 2016 – São Paulo”. Para isso, utilizamos a observação participante e alguns procedimentos da análise de conteúdo, para codificar e categorizar os dados, de modo a analisarmos a frequência das temáticas publicadas. Nosso intuito, com essa abordagem foi compreender o papel das redes sociais em um evento científico, considerando as formas pelas quais as pessoas interagem nesse ambiente e seus principais interesses.

A página intitulada “Intercom Nacional 2016 – São Paulo” constitui um grupo público criado por Lua Inocência, em 9 de setembro de 2015. O grupo não está vinculado à Intercom e foi constituído de forma voluntária pela administradora da página, com o propósito de compartilhar informações diversas, relacionadas ao evento, entre os participantes do congresso¹⁹.

A coleta de dados foi realizada no período que compreende a criação do grupo até a última publicação do ano de 2016, em 27 de dezembro. Durante esse período, o grupo continha 1.219 membros. Observamos que após essa data, a página continuou ativa, com outras publicações sobre temas variados, com menor frequência de interação, mas esse período não integra nossa investigação. Após o encerramento do congresso, o número de participantes do grupo diminuiu, o que pode evidenciar o interesse dos membros em assuntos diretamente relacionados ao congresso e, com o seu encerramento, já não faria sentido manter-se no grupo.

Para coletar os dados, utilizamos a técnica de observação participante. A coleta dos dados foi realizada manualmente e não mediante aplicativos digitais. Os números que apresentamos têm como objetivo apenas dimensionar os aspectos que sobressaíram e os que não tiveram muita repercussão nas publicações do grupo, afastando-nos de uma análise estatística. Assim, contamos manualmente, o número de publicações, comentários e reações na página. De modo semelhante, procedemos para categorizar os dados obtidos, que estão apresentados em quadros.

Para a realização da observação e posterior análise dos dados, estabelecemos algumas categorias para agrupar os temas identificados. São elas:

- a) publicações relacionadas à página;

¹⁹ Essas informações foram obtidas, por mensagem, pelo Facebook, com a criadora da página, Lua Inocência, que autorizou a divulgação de seu nome neste trabalho.

- b) matérias publicadas sobre temas diversos;
- c) postagens para descontração;
- d) divulgação de outros eventos, projetos e páginas de rede social;
- e) divulgação de periódicos e chamadas de artigo;
- f) assuntos relacionados à participação no congresso;
- g) assuntos relacionados ao deslocamento e estada durante o congresso;
- h) Postagens diversas.

Algumas das categorias apresentam, ainda, outra subdivisão por apresentar um volume maior de publicações e temas mais específicos.

Os dados de observação estão apresentados em quadros, dentro das categorias anteriormente propostas, contendo o tema, o número de comentários, o número de reações e quais os tipos de reação e o número de compartilhamentos. Com isso, propusemos identificar quais as temáticas que despertam mais interesse nos participantes e quais assuntos são abordados no grupo. Para ilustrar alguns aspectos descritos, selecionamos e inserimos algumas publicações feitas no grupo do Facebook. Finalizada a apresentação de todos os quadros com as respectivas observações, trazemos, ao final, as considerações em um texto analítico que retoma o aporte teórico construído para nos auxiliar a responder a questão de pesquisa proposta.







Para realizar uma observação no ambiente virtual, é necessário utilizar-se de procedimentos éticos, conforme explica Kozinets (2014). Embora nossa pesquisa não esteja pautada pela netnografia, procuramos seguir os procedimentos do autor para coletar os dados de modo ético, sem, contudo, interferir no grupo. Integramos o grupo como um dos membros que pretendiam participar do congresso. Verificamos todas as publicações no período mencionado e suprimimos os nomes dos autores das postagens e comentários. Foi feito um contato, por mensagem, pelo Facebook, com a administradora da página, Lua Inocência, para explicar sobre a pesquisa. Optamos por não divulgar no grupo a pesquisa, a fim de evitarmos qualquer influência na dinâmica dos participantes.

8.1 Descrição da observação da página do congresso no Facebook

Apresentamos neste texto, a descrição dos dados obtidos na página criada no Facebook, denominada “Intercom Nacional 2016 – São Paulo”. Inicialmente, trazemos os quadros, com base nas categorias estabelecidas, conforme apresentadas na seção 6.3. Identificamos o conteúdo publicado, se houve comentários ou reações e, neste caso, quais tipos. Nos quadros,

os tipos de reação estão representados pelos *emojis*²⁰ do Facebook, cujos significados estão apresentados no Quadro 25:

Quadro 25: Reações do Facebook

<i>Emoji</i>	Significado
	Curtiu
	Amei
	Haha
	Uau
	Triste
	Grr

Fonte: Facebook (2017)







Os quadros, em geral, possuem dez colunas. Identificamos o conteúdo postado no grupo pelo tema e inserimos na primeira coluna, em ordem crescente. Na segunda coluna, está a data da publicação. A partir da terceira coluna, estão os espaços para enumerar comentários e reações, separadas de acordo com os tipos disponíveis, conforme está no Quadro 25. Para otimizarmos o espaço, utilizamos a forma abreviada “Com.” na coluna de comentários. Há uma exceção no Quadro 30, no qual adicionamos uma coluna referente a compartilhamento, indicado pela forma abreviada “Comp.”.

O compartilhamento de publicações é um dos recursos da rede Facebook que permite a divulgação de um conteúdo em outras páginas da rede. No grupo observado, houve apenas dois compartilhamentos referentes à divulgação de periódicos científicos. Isso demonstra que o conteúdo construído nesse espaço se restringiu aos interesses dos membros do grupo. Embora tenhamos observado a divulgação de distintos eventos, periódicos e do próprio congresso, a ausência de compartilhamentos nos permite considerar que esse não se tornou um uso corrente da página.

²⁰ Os emojis são considerados uma evolução dos emoticons, que são as representações gráficas de emoções por meio dos caracteres do teclado. Os emojis são mais recentes e constituem desenhos próprios e inéditos. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/web/86866-voce-sabe-diferenca-entre-emoticons-emojis.htm>>. Acesso em: 20 fev. 2018.

Na sequência, apresentamos os quadros com seus eixos temáticos e, na sequência, descrevemos os aspectos relevantes identificados nas publicações da página do Facebook criada para o congresso da Intercom de 2016.

Quadro 26 - Publicações relacionadas à página

Conteúdo	Data	Com.	Reações						
Criação do grupo	09/9/15	1	11	11	-	-	-	-	-
Atualização da descrição do grupo	09/9/15	9	38	38	-	-	-	-	-
Alteração do nome do grupo	10/9/15		11	11	-	-	-	-	-
Atualização da descrição do grupo	19/01/16	1	71	68	3	-	-	-	-
Atualização da foto do grupo	20/01/16	4	55	55	-	-	-	-	-

Fonte: Elaboração própria

Conforme o quadro mostra, houve poucas publicações relacionadas à página, referentes a dois momentos distintos. Inicialmente, após a criação do grupo, foi feita a atualização da descrição e alteração do nome, logo após o encerramento do congresso nacional de 2015. Ainda no clima do evento, observamos que a atualização do grupo obteve 38 curtidas. Em janeiro, houve duas publicações sobre a página, que agradaram os participantes, tendo como base o número de reações. A atualização da descrição do grupo gerou 71 reações positivas, sendo 68 curtidas e 3 “amei”. A atualização da foto obteve 55 reações de curtidas e quatro comentários, que, na maioria, reiteravam as reações positivas, conforme consta na Figura 26.

As interações observadas nos levam a inferir que a criação da página motivou a manifestação de vários participantes, ao configurar uma sensação de pertencimento e familiaridade à comunidade virtual, como explica Kozinets (2014). Mesmo que, inicialmente, muitos membros não se conhecessem física ou virtualmente, eles se identificaram com o propósito do grupo. A Figura 26 demonstra esse estado de ânimo dos participantes quando foi atualizada a foto do grupo, bem como a maneira informal de interação, por meio de *emojis*.







Figura 26 – Publicação sobre a atualização da foto do grupo



Fonte: Facebook Intercomsp2016 (2016)

Além dos temas relacionados ao congresso, verificamos publicações sobre temas diversos, que poderiam interessar a alguns membros do grupo. A segunda categoria trata de matérias publicadas sobre temas diversos, conforme apresenta o Quadro 27.

Quadro 27 – Matérias publicadas sobre temas diversos

Conteúdo	Data	Com.	Reações						
Heterofobia	29/10/15	-	5	5	-	-	-	-	-
Gênero	02/11/15	-	5	5	-	-	-	-	-
Repúdio às manifestações de LGBTfobia no <i>campus</i> da UERN	01/4/16	-	3	3	-	-	-	-	-
Governo Temer	24/5/16	-	2	2	-	-	-	-	-
Homossexualidade	05/7/16	-	6	5	1	-	-	-	-
Retrocessos da educação	22/9/16	-	-	-	-	-	-	-	-

Fonte: Elaboração própria







Conforme aponta o Quadro 27, as publicações no grupo abrangeram temáticas diversas. Alguns participantes postaram textos relacionados a temas que perpassam a Comunicação, como gênero, educação e política. Foram publicações esporádicas, que não geraram comentários, mas algumas obtiveram reações, que foram positivas, como curtidas e apenas um “amei”. A publicação que apresentou mais reações refere-se a um texto que explica o equívoco do termo “homossexualismo”, além de apresentar uma retomada das conquistas dos direitos do

público LGBT, como a retirada da homossexualidade do Classificação Internacional de Doenças.

Nenhuma das postagens foi feita durante a realização do congresso, quando predominaram outros assuntos. As redes sociais da internet permitem um outro modelo de comunicação, no qual emissor e receptor se alternam. Isso, porém, não foi observado nas postagens desta categoria, as quais se restringiram ao conteúdo publicado por um emissor e algumas reações. Isso não significa a ausência de interações. Como Braga (2006, 2012a) explica, as interações podem se tornar diferidas e difusas e não se pode afirmar que esses textos não tenham sido utilizados em outros contextos a partir das publicações no grupo.

A terceira categoria refere-se aos temas ligados ao entretenimento, como consta no Quadro 28.

Quadro 28 – Postagens de ironia

Conteúdo	Data	Com.	Reações						
Participante posta que não se recuperou do congresso do Rio	10/9/15	7	12	12	-	-	-	-	-
Participante posta imagem da rua 25 de março, alusiva ao programa social “Minha casa minha vida”	17/5/16	4	8	7	1	-	-	-	-
Participante posta imagem alusiva ao programa social “Minha casa minha vida”	17/5/16	8	36	35	1	-	-	-	-
Participante posta gif sobre a sensação do prazo para a submissão de trabalhos estar próximo e o artigo ainda não está finalizado.	14/7/16	46	60	43	-	13	-	-	-

Fonte: Elaboração própria

A categoria “postagens de ironia” refere-se às publicações com caráter informal e de descontração, sobre temas relacionados direta ou indiretamente ao congresso. Com base no quadro exposto, observamos que essas postagens geraram mais interação entre os participantes, bem como mais reações positivas, como “curtiu”, “amei” e “haha”. Todas as postagens dessa categoria geraram comentários. Essas publicações evidenciam o sentido de partilha nas redes, em que os participantes vivenciam os mesmos sentimentos relacionados ao tema que os liga ao grupo.

A última publicação foi a mais comentada e gerou mais reações. Trata-se de um gif, em que uma pessoa está digitando, desesperadamente, o artigo científico e o prazo está encerrando. Alguns comentários consistiam em imagens ou outros gifs, que indicavam que os participantes

compartilhavam dessa situação, enquanto outros eram de participantes que já tinham enviado os trabalhos. No entanto, essa publicação, apesar de estar inserida na categoria de entretenimento, apresenta, em seus comentários, assuntos pertinentes à participação no congresso, como dificuldades para enviar o trabalho por problemas no sistema.

O caráter informal, característico dessas publicações, pode ser observado, também, na Figura 27, na qual se observa uma imagem da rua 25 de março, de São Paulo, conhecida por ser um centro de compras, em uma alusão ao programa social do Governo Federal “Minha casa minha vida”. Embora este grupo refira-se ao maior congresso científico da área de Comunicação no Brasil, verificamos, por meio de algumas postagens, que o espaço não foi dedicado às discussões científicas, mas ao processo de participação no congresso, bem como foi composto por algumas formas de ironia.

Figura 27 – Minha 25 de março minha vida



Fonte: Facebook Intercomsp2016

Lançamento de obras no Seminário Internacional OPAJE 2016	19/9/16	-	-	-	-	-	-	-	-
Semana da Comunicação e Design da Fa7	22/9/16	2	3	1	2	-	-	-	-
IX Simpósio Nacional ABCiber	22/9/16	5	18	14	4	-	-	-	-
Mesa: novos formatos de negócios	05/10/16	-	-	-	-	-	-	-	-
Evento virtual “Tuitaço contra a PEC 241”	10/10/16	-	3	3	-	-	-	-	-
IX Simpósio Nacional ABCiber	12/10/16	-	2	2	-	-	-	-	-
KISMIF International Conference	18/11/16	1	5	4	1	-	-	-	-
Participante pergunta se alguém vai para o ABCiber e se há algum grupo no Whatsapp	25/11/16	2	1	1	-	-	-	-	-

Fonte: Elaboração própria







Esta categoria abrange a divulgação de outros eventos, projetos e páginas de rede social. Isso significa que o grupo também foi utilizado para a divulgação de outras atividades, com ou sem relação à Intercom. Com base no quadro, algumas publicações não despertaram interesse, ou, apenas, não foram lidas pelos membros do grupo. Divulgação de outra página em rede social, plataforma de cursos *on line* e concurso público não geraram manifestação dos participantes, bem como postagens repetidas da divulgação de outro evento. Isso pode ser atribuído à falta de interesse ao tema, somado ao período em que foram feitas as publicações, em que os participantes poderiam estar interessados em outros assuntos.

A divulgação da inscrição para o congresso regional do Nordeste gerou 32 curtidas e quatro comentários referentes às marcações de pessoas que, provavelmente, teriam interesse em participar do evento. Observamos, assim, o interesse dos membros, no evento da Intercom da região nordeste. Outros eventos, em geral, não repercutiram dessa forma, embora um evento que agradou os participantes foi o Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura, que seria realizado em sua nona edição em 2016. Houve três postagens sobre esse simpósio e a mais recente refere-se à criação de um grupo no aplicativo WhatsApp, que ilustra possibilidade de migração das interações nas redes sociais da internet para outras plataformas.

Durante o período de realização do congresso, houve apenas uma publicação sobre outros eventos e se tratou de uma divulgação sobre uma Exposição itinerante sobre a caravana do Jornalismo, que recebeu seis curtidas e nenhum comentário. Vale ressaltar que durante o evento, a maior parte das publicações referia-se a temas diretamente relacionados ao congresso e à estada dos participantes.

Dando sequência às categorias temáticas, o Quadro 30 apresenta as publicações relacionadas à “Divulgação de periódicos e chamadas de artigo”.

Quadro 30 - Divulgação de periódicos e chamadas de artigo

Conteúdo	Data		Com.	Reações						
Revista Âncora	15/4/16	-	1	5	5	-	-	-	-	-
Rev. Observatório	30/8/16	-	1	1	1	-	-	-	-	-
Rev. Observatório	30/8/16	-	1	2	2	-	-	-	-	-
Rev. Observatório	30/8/16	-	1	3	2	1	-	-	-	-
Rev. Observatório	05/9/16	-	-	1	1	-	-	-	-	-
Rev. Observatório	11/9/16	-	-	7	7	-	-	-	-	-
Rev. Observatório	18/9/16	1	-	6	6	-	-	-	-	-
Foto da Revista Brasileira de Ciências da Comunicação	27/12/16	1	-	4	3	1	-	-	-	-
Publicação da Revista Brasileira de Ciências da Comunicação	27/12/16	-	-	4	4	-	-	-	-	-

Fonte: Elaboração própria


Houve, no grupo, divulgação de periódicos científicos e chamada para artigos para publicação em um dos periódicos. Uma revista foi divulgada algumas vezes, em períodos que antecederam o congresso, durante sua realização e após o término. Durante o evento, a divulgação gerou apenas uma reação, de curtida, o que nos leva a inferir que esse tema não teria despertado muito interesse nos membros do grupo.

Por outro lado, de todas as publicações disponíveis no período observado, esta foi a única categoria em que houve compartilhamento, o que nos fez inserir uma coluna no quadro. Nenhuma outra publicação obteve compartilhamento por parte dos membros do grupo, o que demonstra que a maioria dos temas abordados era de interesse dos participantes nesse ambiente. Uma divulgação da revista Observatório, publicada após o término do congresso, foi compartilhada, assim como a divulgação da revista Brasileira de Ciências da Comunicação, da Intercom.

Vale destacar que o único comentário de uma das publicações, que se referia à chamada de artigos para publicação na revista Observatório, era uma questão feita por um membro do grupo, quanto ao *qualis* do periódico. O comentário não foi respondido, o que evidenciou o uso do grupo, nesse contexto específico, como um meio para divulgação, em uma comunicação de mão única, descendente, que não considerou a indagação do participante.

A próxima categoria, representada pelo Quadro 31, aborda os “assuntos relacionados à participação no congresso”. Por apresentar uma quantidade grande de publicações, procuramos agrupar as publicações em: informações e divulgações; dúvidas, problemas e reclamações; e fotografias. O relato das observações será apresentado no texto a seguir.

Quadro 31 - Assuntos relacionados à participação no congresso

Conteúdo	Data	Com.	Reações						
Participante posta foto da fachada do local do evento (ECA)	09/9/15	5	16	16	-	-	-	-	-
Participante posta sobre isenção/desconto para associados à Intercom nos congressos regionais e nacional	08/3/16	1	4	4	-	-	-	-	-
Participante posta dúvida sobre a divulgação da data de submissão dos trabalhos	04/4/16	1	4	4	-	-	-	-	-
Participante informa que baixou a taxa de inscrição deste ano	21/4/16	1	5	4	-	-	1	-	-
Participante posta dúvida sobre a divulgação dos valores	25/4/16		2	2	-	-	-	-	-
Participante divulga taxas e datas para o Intercom nacional	05/5/16	40	46	36	-	3	2	5	-
Participante informa data limite para inscrição com desconto do primeiro lote	30/5/16	9	13	13	-	-	-	-	-
Participante posta que está com problema com pagamento da inscrição	01/6/16	4	1	1	-	-	-	-	-
Participante pergunta sobre pagamento e isenção de inscrição para premiados do Expocom	14/6/16	11	3	3	-	-	-	-	-
Participante posta dúvida sobre o modelo do <i>paper</i>	20/6/16	2	1	1	-	-	-	-	-
Participante pergunta sobre inscrições para quem foi premiado no Expocom	23/6/16	25	6	6	-	-	-	-	-
Participante informa que a programação não pode ser montada até a divulgação dos vencedores do Intercom Norte e Nordeste	30/6/16	-	3	3	-	-	-	-	-
Participante pergunta sobre a data do evento	14/7/16	7	2	2	-	-	-	-	-
Participante pergunta sobre a programação do congresso	14/7/16	20	6	6	-	-	-	-	-
Participante posta que sistema não libera a inscrição para o envio do	15/7/16	20	4	4	-	-	-	-	-

trabalho mesmo após a taxa ter sido paga									
Participante pergunta sobre a data prevista para a divulgação dos trabalhos aprovados	16/7/16	28	1	1	-	-	-	-	-
Participante pergunta sobre problema no sistema para ver o trabalho submetido para avaliação	20/7/16	13	11	11	-	-	-	-	-
Divulgação que os aceites para o IJ e DTs estão atualizados	23/7/16	6	9	9	-	-	-	-	-
Participante pergunta se há alguém do GP de Comunicação e Educação	31/7/16	-	1	1	-	-	-	-	-
Participante divulga minicurso durante o congresso	04/8/16	-	29	26	3	-	-	-	-
Participante pergunta sobre as cartas de aceite do Expocom	08/8/16	27	3	3	-	-	-	-	-
Participante informa que a programação do congresso está disponível	13/8/16	16	73	69	4	-	-	-	-
Participante informa que as matrículas para os minicursos e oficinas estão abertas	16/8/16	-	2	2	-	-	-	-	-
Participante informa que a programação do Intercom Junior está disponível	16/8/16	9	38	37	1	-	-	-	-
Participante reclama da data dos minicursos e oficinas	16/8/16	34	27	21	-	-	-	6	-
Participante pergunta sobre a programação da Expocom	17/8/16	4	2	2	-	-	-	-	-
Participante informa que a programação da Expocom está disponível	17/8/16	14	24	21	3	-	-	-	-
Participante posta dúvida sobre a premiação da Expocom	17/8/16	13	7	7	-	-	-	-	-
Participante pergunta sobre a publicação em anais se o trabalho não for apresentado	25/8/16	11	4	4	-	-	-	-	-
Participante pergunta se haverá <i>template</i> para a apresentação do trabalho	26/8/16	2	6	6	-	-	-	-	-
Participante posta dúvida sobre a programação	26/8/16	7	1	1	-	-	-	-	-
Participante compartilha o link dos anais do congresso	30/8/16	-	42	42	-	-	-	-	-
Participante compartilha link das oficinas e faz comentário irônico	30/8/16	-	-	-	-	-	-	-	-
Participante posta 4 fotos do pré-congresso	03/9/16	-	9	5	1	-	-	-	-
Participante pergunta onde serão as salas do Intercom	03/9/16	3	-	-	-	-	-	-	-

Participante pergunta sobre as normas para a apresentação	03/9/16	6	-	-	-	-	-	-	-
Participante divulga o aplicativo do Intercom	03/9/16	2	2	2	-	-	-	-	-
Participante divulga o aplicativo intercomcongresso	04/9/16	-	6	6	-	-	-	-	-
Participante divulga sua oficina no Intercom	04/9/16	2	14	14	-	-	-	-	-
Participante pergunta se não haverá mesmo uma confraternização oficial do evento	05/9/16	11	13	13	-	-	-	-	-
Participante convida para o GP Teoria do Jornalismo com Cremilda Medina	06/9/16	1	16	16	-	-	-	-	-
Participante pergunta se há um mapa das salas de apresentação do Expocom	07/9/16	-	1	-	-	-	-	-	-
Participante compartilha foto do grupo do minicurso Publicidade Digital e Entretenimento Interativo, que ela ministrou	07/9/16	2	14	9	4	-	1	-	-
Participante comenta sobre as apresentações sobre games e convida os interessados para participar de um grupo de discussão.	08/9/16	2	5	5	-	-	-	-	-
Participante comenta sobre o grupo que apresentou um trabalho no IJ de Publicidade e Propaganda	08/9/16	5	6	4	2	-	-	-	-
Participante convida para a última sessão do GP Comunicação e Educação	09/9/16	-	2	2	-	-	-	-	-
Participante posta que viu pessoas fotografando o IJ6 de Interfaces e pede que compartilhem	09/9/16	3	-	-	-	-	-	-	-
Participante pergunta se a premiação terá transmissão ao vivo	09/9/16	2	8	8	-	-	-	-	-
Participante posta duas fotos da Oficina de Comunicação Pública e Empatia	12/9/16	-	5	5	-	-	-	-	-
Participante posta que os certificados estão disponíveis na área reservada	13/9/16	69	43	42	1	-	-	-	-
Participante pergunta se alguém recebeu certificado específico dos minicursos	14/9/16	3	2	2	-	-	-	-	-
Participante pergunta sobre o certificado de apresentação	16/9/16	1	4	4	-	-	-	-	-
Participante pergunta sobre o certificado, pois entrou em contato	16/9/16	5	5	5	-	-	-	-	-

com a organização e não recebeu nenhum retorno										
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Fonte: Elaboração própria

Sobre a publicação de fotografias, observamos que houve poucas postagens. A primeira, no dia em que o grupo foi criado, recebeu cinco comentários e 16 curtidas, o que demonstra a motivação dos participantes logo que a página foi criada. O número de reações, todas positivas, foi bem maior que os comentários. Há uma solicitação de compartilhamento de fotos tiradas em um grupo; nesse caso não há reações, mas sugestões sobre como proceder para obter as fotos, destacando o caráter cooperativo das redes sociais da internet. Foram publicadas, ainda, fotos do pré-congresso, de um minicurso e de um dos GPs.

Sobre as informações e divulgações no grupo, verificamos que as que mais registraram interações virtuais, ocorreram no período que antecedeu e sucedeu o congresso. O aspecto cooperativo das redes ficou ainda mais evidente nessa categoria, na qual observamos a participação de diversos membros no esclarecimento de dúvidas e compartilhamento de informações referentes ao congresso, no grupo. Estas consistiam em informações disponíveis no portal da Intercom, sobre o congresso, tornando-se assim, um meio para avisar os membros do grupo sobre as atualizações do site. Isso pôde ser observado em todas as postagens que se enquadram em informações e divulgações.

Em síntese, essas publicações tratavam de taxas de inscrição, programação do congresso, programação do IJ e Expocom, aceite de trabalhos, aplicativo do congresso, oficinas e minicursos, anais e certificados. Para esta edição do congresso, foi desenvolvido um aplicativo para celular, que foi divulgado no grupo. Houve um comentário indagando onde encontraria o aplicativo e, na sequência, o participante que divulgou orientou, por meio de uma imagem, como proceder para baixar no celular.

A divulgação das taxas de inscrição foi uma das publicações que mais geraram comentários, além de distintos *emojis*, como “haha” e “triste”, como mostra a Figura 28. Vale ressaltar o caráter informal da publicação, na qual a administradora da página utiliza um *emoji* para indicar, de forma irônica, sua condição financeira, que impulsionou os comentários e reações no mesmo tom. Não sabemos se os interlocutores se conhecem fisicamente, mas as interações virtuais permitem um grau de liberdade, que não, necessariamente, aconteceriam no ambiente presencial. Os comentários, em geral, mantêm a informalidade e o tom de ironia, iniciado pela administradora da página.

Figura 28 – Divulgação das taxas de inscrição



Fonte: Facebook Intercomsp2016

A programação do congresso, bem como a disponibilização dos anais no portal também repercutiram positivamente no grupo, gerando comentários e reações. Após o encerramento do evento, foi publicado que os certificados estavam disponíveis na área reservada do participante. Essa publicação produziu uma espécie de movimentação no grupo ao gerar o maior número de comentários que variaram entre pessoas que não haviam encontrado os seus certificados disponíveis, ou que estavam incompletos, havia orientação para entrar em contato com a secretaria da instituição, reclamação de solicitação não atendida e outros.

A disponibilização de certificados *on line* foi um dos exemplos de publicação que interessou aos participantes. Quando foi divulgado que eles estavam disponíveis, houve muitas reações por meio dos *emojis*, indicando a sensação dos membros, que aguardavam essa notícia, bem como comentários sobre problemas em acessar o portal ou a ausência dos certificados na área do participante. Essa e as demais postagens reiteram o pensamento de Kozinets (2014) sobre uma distinção útil entre o mundo virtual e o mundo social da vida real. O autor defende a existência do mundo da vida real, que inclui as tecnologias, suprimindo a noção de inexistência do contexto virtual. Para o autor, o mundo *on line* não deixa de ser real, com novos modos de ser, que se funde ao mundo social *off line*.

Além disso, a publicação sobre a disponibilização dos certificados é um exemplo de interação mútua, com base nas proposições de Primo (2008). Não se tratou apenas de interações virtuais com base em perguntas e respostas, mas movimentação, não restrita ao grupo. Ao checarem a área reservada, alguns participantes retornaram à publicação para comentar sobre a situação de seus certificados e cooperaram mutuamente ao propor providências para a resolver eventuais problemas.

O tema ligado a dúvida, reclamações e problemas também recebeu muitas publicações e interações virtuais. As dúvidas, em forma de perguntas, ocorreram sobre as mais distintas situações: inscrição, data do congresso e divulgação do aceite dos trabalhos, programação da Expocom, confraternização oficial, normas para apresentação, modelo de *template*, certificados. A maioria dessas informações são disponibilizadas no portal do evento, conforme o cronograma previsto, portanto, esses tipos de questionamento sugerem um estado de expectativa dos participantes sobre o evento.

As dúvidas também estavam relacionadas à localização no congresso. Mais uma vez, o contexto mediatizado das redes contribuiu para sanar dúvidas pontuais, como as salas onde seriam realizadas as atividades. Em uma analogia à realidade presencial, o grupo observado permitiu a informalidade que se observa entre colegas, em que se predomina a informalidade para se questionar ou compartilhar acontecimentos. Nesse contexto virtual, pertencer ao grupo Intercom torna-se suficiente para o clima informal. Obviamente, isso não significa a homogeneização dos participantes, considerando que não são todos os participantes que interagem virtualmente, mas as interações observadas demonstram a proximidade virtual entre os membros do grupo.

Até aqui, a observação da página do Facebook nos apresentou os aspectos favoráveis da mediatização. Além de aproximar virtualmente os participantes, a página permitia aos membros, muitas vezes, o acesso às informações atualizadas no portal do congresso. No entanto, na página observamos alguns problemas relatados por participantes decorrentes das tecnologias digitais. Os problemas relatados referiam-se à dificuldade para submissão de trabalho mesmo o pagamento da taxa de inscrição, dificuldade para acessar o trabalho já enviado e ausência de resposta da secretaria da instituição sobre os certificados.

Por outro lado, a própria mediatização, por meio da página do Facebook, constituiu um espaço para interlocução sobre essas intercorrências. É fundamental que o portal da Intercom ofereça o suporte necessário para o processo de inscrição do participante, mas esses acontecimentos decorrentes das tecnologias puderam ser compartilhados, virtualmente, bem como os procedimentos adotados e os resultados obtidos. Outro fator a considerar é que os

problemas relacionados à mediatização não são atribuídos apenas às falhas do sistema, mas às pessoas. A ausência de resposta de um e-mail pode significar que ele não foi recebido, mas pode indicar, simplesmente, a falta de retorno por parte da instituição.

A Figura 29 ilustra o questionamento de uma participante sobre o certificado. Ela comenta que já havia entrado em contato com a organização, mas não recebeu retorno. Uma participante interage ao publicar um comentário, no qual opina e compartilha da mesma situação. Outra participante também posta um comentário para compartilhar de sua experiência.







Figura 29 - Dúvida sobre problema com certificado



Fonte: Facebook Intercomsp2016

Como já é possível verificar, a maioria das publicações no grupo, no período observado, refere-se ao congresso, sob distintas óticas. Finalizada a descrição sobre os temas diretamente relacionados ao evento, o Quadro 32 apresenta os “assuntos relacionados ao deslocamento e estada durante o congresso”. As publicações nesta categoria referem-se, indiretamente ao congresso, abordando informações e questionamentos diversos relativos a transporte, hospedagem, alimentação e lazer durante a realização do evento. Fica evidente, também, nesta categoria o processo cooperativo das redes sociais da internet.

Quadro 32 – Assuntos relacionados ao deslocamento e estada durante o congresso

Conteúdo	Data	Com.	Reações						
Participante pergunta sobre hostel próximo à USP	24/01/16	5	5	5	-	-	-	-	-
Dicas sobre transporte (metrô e ônibus para aeroporto)	17/5/16	-	6	6	-	-	-	-	-
Participante pergunta sobre hostel	17/6/16	5	9	9	-	-	-	-	-
Participante publica sugestões sobre o que fazer em São Paulo	25/6/16	-	39	36	3	-	-	-	-
Participante pergunta sobre hospedagem	12/7/16	4	8	8	-	-	-	-	-
Participante pergunta sobre parceria entre o evento e companhia aérea	17/7/16	3	2	2	-	-	-	-	-
Participante pergunta sobre hospedagem	17/7/16	13	10	10	-	-	-	-	-
Participante pergunta sobre carona de Belo Horizonte	21/7/16	-	-	-	-	-	-	-	-
Participante pergunta sobre carona de Brasília	21/7/16	-	-	-	-	-	-	-	-
Participante procura meninas para dividir quarto em hostel	21/7/16	3	2	2	-	-	-	-	-
Participante pergunta sobre o alojamento da USP	22/7/16	4	4	4	-	-	-	-	-
Participante pergunta se há repúblicas oferecendo vagas para hospedagem	30/7/16	4	6	6	-	-	-	-	-
Participante pede dicas de hospedagem	10/8/16	18	2	2	-	-	-	-	-
Participante pergunta sobre restaurante universitário durante o evento	11/8/16	2	5	5	-	-	-	-	-
Participante pergunta sobre hospedagem próxima à ECA	12/8/16	-	-	-	-	-	-	-	-
Participante compartilha opções de hostel	12/8/16	-	2	2	-	-	-	-	-
Participante compartilha opções de hotel com descontos	12/8/16	5	4	4	-	-	-	-	-
Participante pergunta se alguém vai se hospedar na Vila Mariana	12/8/16	10	8	8	-	-	-	-	-
Administradora da página sugere que os membros compartilhem opções de hospedagem	13/8/16	11	10	10	-	-	-	-	-
Participante posta opções de museu próximos às estações de metrô	13/8/16	12	17	14	3	-	-	-	-
Participante pergunta sobre hospedagem e pede contato inbox	14/8/16	-	-	-	-	-	-	-	-
Participante pergunta se alguém se hospedará no hostel The Pod	16/8/16	1	1	1	-	-	-	-	-

Participante compartilha uma indicação de hostel com fotos	18/8/16	11	17	16	1	-	-	-	-
Participante divulga vaga no alojamento da USP	19/8/16	2	5	5	-	-	-	-	-
Participante compartilha opção de hostel na Vila Mariana	26/8/16	6	8	7	1	-	-	-	-
Participante pergunta se alguém irá a um festival que antecede o Intercom	28/8/16	7	4	4	-	-	-	-	-
Participante pergunta sobre carona de Belo Horizonte	29/8/16	-	-	-	-	-	-	-	-
Participante pergunta se alguém se hospedará no hostel Paulista	29/8/16	24	4	4	-	-	-	-	-
Participante pergunta se alguém se hospedará no hotel Ibis da rua Consolação	29/8/16	4	1	1	-	-	-	-	-
Participante compartilha código de desconto para utilizar Uber e viagens com preço fixo de R\$6,00	31/8/16	35	42	35	7	-	-	-	-
Participante solicita indicações de hospedagem	01/9/16	5	2	2	-	-	-	-	-
Participante pede indicação de empresas de turismo para excursão para o Hopi Hari	02/9/16	3	2	2	-	-	-	-	-
Participante pergunta qual é a estação mais próxima da USP	04/9/16	2	-	-	-	-	-	-	-
Participante pergunta se alguém se hospedará no hotel Ibis Budget Paraíso	04/9/16	-	1	1	-	-	-	-	-
Participante pergunta se alguém irá no Maximus Festival após o término do Intercom	04/9/16	4	1	1	-	-	-	-	-
Participante pergunta se alguém se hospedará no Global Hostel Pamplona	05/9/16	4	2	2	-	-	-	-	-
Participante pergunta se alguém está hospedado no Café Hostel	05/9/16	-	-	-	-	-	-	-	-
Participante compartilha código de desconto para utilizar Uber	05/9/16	1	3	3	-	-	-	-	-
Participante compartilha código de desconto para utilizar Uber	05/9/16	1	4	4	-	-	-	-	-
Participante pergunta quem está hospedado no hostel Vila Mariana	05/9/16	12	2	2	-	-	-	-	-
Participante compartilha código de desconto para utilizar Uber	06/9/16	2	3	3	-	-	-	-	-
Participante pergunta sobre “festinhas”	07/9/16	9	3	2	1	-	-	-	-

Fonte: Elaboração própria

Para descrevermos esta categoria, agrupamos o conteúdo publicado em quatro subcategorias para identificarmos as principais temáticas discutidas e quais apresentaram mais formas de interação, considerando os comentários e reações. São elas: hospedagem, transporte, lazer e alimentação. Observamos que nessas subcategorias, há interesses e dúvidas específicas dos participantes. Insere-se na subcategoria “hospedagem”, publicações relacionadas a hostel, hospedagem em geral, alojamento da USP e vaga em república. Trataremos de cada uma dessas temáticas, separadamente.

Os temas relacionados a hostel, bem como hospedagem em geral, estiveram em maior quantidade dentro dessa categoria. Observamos que, apesar da rede social da internet manter rastros, em geral, havia publicações com questionamentos semelhantes, alguns já respondidos, como sugestões de hostel, o que nos levou a inferir que essas pessoas poderiam não ter acessado as publicações mais antigas.

A primeira publicação sobre hostel foi em janeiro de 2016, mas a maioria ocorreu no período mais próximo à realização do evento, principalmente após a data de divulgação do aceite dos trabalhos. Nesse período houve publicações solicitando opções de hostel, bem como o compartilhamento de opções desse tipo de hospedagem. É interessante observar que os comentários postados, algumas vezes, não respondem ao questionamento feito na publicação inicial, mas, por meio dessas interações, os participantes compartilharam outros tipos de informação e expectativas sobre o evento.

Uma publicação que interessou alguns participantes foi a indicação de um hostel na avenida Paulista, em que havia fotos. Essa publicação gerou 11 comentários, que variaram entre o valor da diária e pessoas que iriam se hospedar no local. A indagação sobre a hospedagem no hostel Paulista também gerou muitos comentários, que foram mais abrangentes que as respostas à questão inicial. Em data próxima ao evento, bem como durante sua realização, algumas postagens eram para saber se havia algum participante em determinados hostels. Em geral, essas questões geravam interações, no entanto, uma delas não obteve nenhum comentário e reação, conforme Figura 30:

Figura 30 – Publicação sem comentários ou reações



Como o exemplo apresentado, nas redes sociais da internet, observamos que a ausência de resposta a alguma questão pode significar uma resposta negativa. Não observamos em questões desse tipo nenhum participante manifestando apenas que não ficaria no local. O que ocorreu em algumas publicações semelhantes é a marcação de pessoas por algum participante que pudessem se interessar pelo tema abordado, como a publicação de sugestão de hostels.

Sobre hospedagem, fizemos um agrupamento de forma mais abrangente, apenas excluindo os hostels, que apareceram em quantidade significativa e, por isso, ficaram em outra segmentação. A hospedagem começou a despertar interesse no grupo a partir de julho, quando a data do evento se aproximava. Observamos que houve diversas publicações iguais, em datas próximas, referentes a sugestões de hospedagem. A publicação do dia 10 de agosto gerou mais comentários, enquanto uma solicitação feita sobre localidades próximas à ECA não gerou nenhum comentário ou reação.

A administradora da página sugeriu, em uma publicação, que os membros do grupo compartilhassem sugestões de hospedagem e outra participante compartilhou opções de hospedagem com desconto. Ambas geraram interações. Por outro lado, não houve aparentemente interações em uma publicação sugerindo opções de hospedagem, que fossem enviadas *inbox*²¹. É possível que tenha sido enviada alguma mensagem particular, mas desde julho, pessoas já questionavam e compartilhavam, de forma pública ao grupo, opções de hospedagem. Durante o congresso, houve questionamento se alguém estaria hospedado em determinado hotel, que gerou apenas um comentário e uma curtida.

Ainda nessa abordagem sobre hospedagem, houve duas publicações sobre o alojamento da USP. A primeira foi a pergunta de um participante sobre a disponibilidade do alojamento para o congresso, que resultou em quatro comentários, variados, como o comentário de uma participante que compartilhava do mesmo interesse. A dúvida não foi sanada, mas proporcionou interações no grupo. Posteriormente, uma participante publicou que o congresso fez uma parceria com o Centro de Práticas Esportivas da USP e conseguiu disponibilizar 40 vagas no alojamento da Universidade para os congressistas. Houve dois comentários, de marcação de pessoas que, provavelmente, se interessariam pelas vagas, mas nenhum dos que haviam publicado anteriormente.

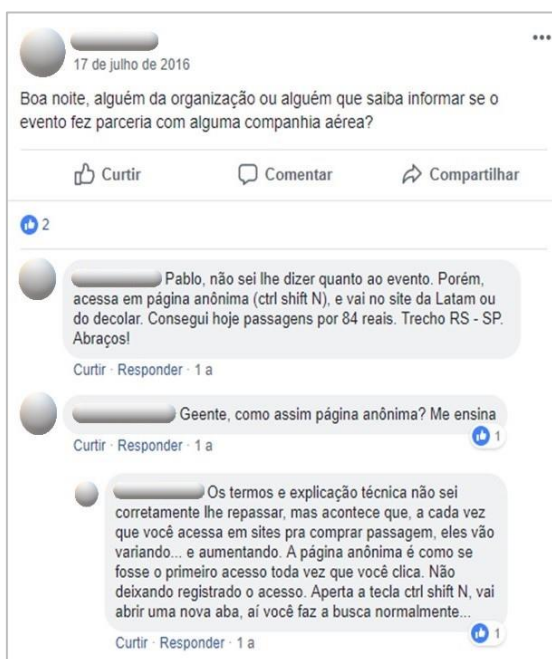
Outro assunto, ainda sobre hospedagem, está relacionado à república, tipo comum de moradia entre estudantes universitários. Em data próxima à realização do congresso, um participante que procurava hospedagem questionou se alguém sabia se haveria alguma

²¹ Trata-se de uma forma de interação, por mensagem diretamente a uma pessoa ou grupo, em modo privado.

república oferecendo vaga para os congressistas. A publicação gerou seis curtidas e quatro comentários, de caráter informal, sem menção específica à questão formulada. Não é possível afirmar, contudo, se houve algum comentário *inbox* ao autor da publicação.

A segunda subcategoria observada refere-se ao transporte. Antecedendo o congresso, uma participante ressaltou o caráter colaborativo das redes, ao publicar uma dica da Secretaria Nacional da Aviação Civil sobre como chegar aos aeroportos em diferentes meios de transporte. Não houve comentários e a postagem gerou seis curtidas. Uma questão que gerou conteúdo colaborativo refere-se à dúvida sobre a parceria do evento com alguma empresa aérea, que apesar de ter gerado apenas três comentários, resultou em uma informação útil a outra participante, que também se manifestou, conforme demonstra a Figura 31.

Figura 31 – Dúvida sobre parceria entre o evento e empresas aéreas



Fonte: Facebook Intercomsp2016

A publicação que mais gerou interação virtual foi sobre um código de desconto para utilização da Uber. Foram 35 comentários que variaram entre outros códigos promocionais compartilhados, dúvidas e agradecimentos. Também observamos a cooperação em uma publicação feita no dia que antecedia a abertura do congresso sobre o metrô mais próximo e duas pessoas responderam com a informação solicitada. Por outro lado, não houve nenhuma interação pública sobre três postagens sobre participantes que procuravam carona de suas respectivas cidades. Não podemos afirmar que não houve interação, pois teria sido possível a troca de mensagens em modo privado.







Publicações relacionadas ao lazer também foram encontradas na página observada. Foram encontradas apenas seis postagens diretamente relacionadas ao tema, no entanto, todas elas obtiveram algum tipo de reação, entre curtidas e amei. Há duas postagens sobre festival, uma que antecede e outra que se refere a um festival após o término do congresso. As outras postagens referem-se a sugestões sobre o que fazer em São Paulo, opções de museu, solicitação de indicação de empresas de turismo para o Hopi Hari e festinhas.

O quadro sobre assuntos relacionados ao deslocamento e estada durante o congresso destacou um aspecto que pode interferir diretamente nos resultados do evento: seu caráter turístico. Matias (2007, 2013) explica que, para a cidade que recebe um número expressivo de participantes, como é o caso do Intercom, o evento gera benefícios econômicos, considerando hospedagem, alimentação e transporte utilizados nesse período, além de outros tipos de consumo. Essa é a abordagem turística dos eventos, que não deveria confundida com o turismo de lazer, que, por sua vez, não é necessariamente negativo, apenas, no contexto de um evento significaria uma digressão do objetivo precípua.

O problema no ato de fazer turismo durante o congresso é quando o participante deixa de frequentar o congresso para realizar atividades de lazer, como é o que nos leva a inferir sobre o participante que questionou sobre uma agência que realize o passeio para o Parque Hopi Hari, que está localizado em outra cidade. Houve publicações com dicas de turismo na cidade de São Paulo, que poderiam ser planejadas sem prejuízo à participação nas atividades científicas. As sessões dos grupos de pesquisa constituem um dos propósitos do evento em que os participantes têm a oportunidade de discutir seus trabalhos, mas também contribuir com as pesquisas de seus pares. Por isso, a participação nas sessões não se limita à apresentação e discussão do próprio trabalho.

Para os participantes oriundos de outras localidades, e, ainda, aqueles que vêm pela primeira vez à cidade, é compreensível que haja interesse em visitar pontos turísticos e participar de atividades de lazer, programadas informalmente entre os participantes. O congresso tem uma programação extensa, das quais, diversas ocorrem simultaneamente e a ausência nas atividades para realizar passeios, torna-se um aspecto negativo, desviando o propósito de estar no congresso. Considerando pesquisadores e estudantes que obtêm recursos financeiros de órgãos de fomento, por exemplo, existe a questão ética na prestação de contas.

Quadro 33 – Postagens diversas

Conteúdo	Data	Com.	Reações						
Participante sugere aos demais que deixem os números de celular para criar grupo no WhatsApp	09/9/15	146	30	30	-	-	-	-	-
Participante pede números de celular para grupo no WhatsApp	01/02/16	107	28	28	-	-	-	-	-
Agradecimento à Lua Inocência (administradora da página)	04/4/16	-	1	1	-	-	-	-	-
Participante pergunta se pessoas de Sergipe irão ao congresso	17/5/16	1	1	1	-	-	-	-	-
Participante chama os membros para interação	17/5/16	8	19	17	2	-	-	-	-
Participante pede números de celular para criar um grupo no WhatsApp	17/5/16	13	7	7	-	-	-	-	-
Participante pergunta se pessoas de Salvador irão ao congresso	29/5/16	1	3	3	-	-	-	-	-
Participante pergunta se pessoas da Bahia irão ao congresso	29/5/16	1	2	2	-	-	-	-	-
Participante posta que participará pela primeira vez de um evento externo	07/7/16	-	7	6	-	1	-	-	-
Participante pergunta se pessoas de Teresina irão ao congresso	21/7/16	2	1	1	-	-	-	-	-
Participante pergunta se pessoas de Salvador irão ao congresso	25/7/16	-	2	2	-	-	-	-	-
Aplicação de pesquisa para TCC	08/8/16	10	17	16	1	-	-	-	-
Participante pede números de celular para criar um grupo no WhatsApp	10/8/16	29	6	6	-	-	-	-	-
Participante informa que há grupo para o Intercom 2017	07/9/16	1	10	7	3	-	-	-	-

Fonte: Elaboração própria

Esta categoria abrange temas que não se enquadram especificamente em nenhum dos outros abordados, mas apresenta considerações importantes. Há diferentes assuntos postados como a criação de grupo para o WhatsApp, indagações sobre pessoas da mesma cidade que participarão do congresso, agradecimento, primeira experiência em um congresso externo, pesquisa para TCC e o grupo para a edição de 2017 do evento. Todas as publicações geraram algum tipo de reação e a maioria gerou comentários.

A primeira publicação ocorreu no dia em que o grupo foi criado, sobre a sugestão da criação de um grupo no WhatsApp, que obteve significativa repercussão. Foram 146 comentários, com os números para serem inseridos no grupo. No entanto, identificamos quatro publicações com esse propósito, embora a segunda publicação era a divulgação do grupo que

tinha sido criado. Outras duas publicações eram semelhantes à primeira. Isso mostra que as postagens do grupo nem sempre são lidas. Com exceção a uma deleção por parte do autor de alguma postagem ou pelo administrador da página, as publicações são mantidas na rede e podem ser visualizadas. O interesse despertado pelas publicações pode indicar o interesse nas interações síncronas (RECUERO, 2014b), proporcionadas pelo aplicativo.

O aplicativo WhatsApp tem se tornado uma prática usual nas relações sociais, tanto para contatos informais como para o contexto profissional. Considerando que no congresso da Intercom há muitos estudantes de graduação, o aplicativo provavelmente está incorporado ao cotidiano desse público, e o uso durante o evento pode ter finalidades distintas, que vão desde o compartilhamento de informações e dúvidas sobre o congresso, como para atividades externas ao evento, como programar encontros entre os participantes. A vantagem do uso do aplicativo, como mencionado, são as interações síncronas, que permitem as mensagens de modo simultâneo.

Outra publicação, que gerou comentários e reações, referia-se a uma chamada aos membros do grupo para interação. Pelo modo que o participante postou o texto, com linguagem coloquial, inferimos que o propósito era para que as pessoas do grupo se aproximassem, por meio de mensagens. Houve questionamento sobre a existência de um grupo no WhatsApp, demonstrando, mais uma vez, que as postagens sobre a criação do grupo não foram lidas.

Questões que não receberam nenhum comentário ou reação podem indicar que a resposta tenha sido negativa, como a publicação de uma participante que procurava carona de sua cidade para ir ao congresso. A ausência de resposta pode pressupor uma resposta negativa, reiterando a interação virtual mais livre, na qual não se obriga a manifestação dos interlocutores.

Como já explicado por Recuero (2014b), as interações virtuais são distintas às presenciais. No ambiente virtual, em uma rede social, o conteúdo das publicações são diversos e as formas de reação demonstram não apenas o sentimento do interlocutor, mas podem contribuir para a construção de laços sociais fortes. A intimidade pode ser um indicativo de laços sociais fortes, embora, nesta pesquisa, não tenhamos feito uma mensuração quantitativa para identificá-los.

Um exemplo de reação que manifesta intimidade no ambiente virtual está na Figura 32, quando um participante comenta que é sua primeira participação em um evento em outra localidade e alguns membros do grupo reagem à publicação, demonstrando proximidade ao “rirem”, virtualmente. Não há comentários, nem mesmo como garantir a veracidade da informação, mas as reações dos interlocutores demonstram o caráter informal e de simpatia à publicação.

Figura 32 – Reações a uma publicação



Fonte: Facebook Intercomsp2016

Uma publicação, inserida nesta categoria foi um agradecimento feito à administradora da página por uma participante. Pelo conteúdo, não se pode determinar a que se refere a postagem, levando-nos a considerar que por se tratar exclusivamente de algo relacionado entre a autora da publicação e a administradora da página, que poderia ter sido enviada uma mensagem em modo particular. Se o objetivo foi divulgar a gratidão por algo que tenha obtido, a publicação não gerou nenhuma reação aos demais membros do grupo.

No texto seguinte, trazemos algumas considerações, com base no referencial teórico do trabalho, sobre as observações no grupo pesquisado.

8.2 Considerações sobre a página do congresso no Facebook

Nosso recorte selecionou a página mencionada para uma observação participante e nosso propósito foi compreender esse universo virtual e sua relação com o evento presencial. Tendo como objetivo responder à questão de pesquisa “Qual é o papel das redes sociais da internet no congresso científico?”, foi possível compreender sua importância como subsidiária ao processo de participação no congresso presencial, assim como as expectativas dos participantes, com base nas publicações, comentários e reações.

Com base nas fichas de observação, representadas pelos quadros 26 a 33, agregamos os dados, para análise no Quadro 34, que apresenta as categorias de postagens e as frequências de publicação.

Quadro 34 – Categorias de postagens

Conteúdo	N	Coment.	Reações	Compart.
Publicações relacionadas à página	5	15	186	-
Matérias publicadas sobre temas diversos	6	-	21	-
Postagens de ironia	4	65	116	-
Divulgação de outros eventos, projetos e páginas de rede social	31	28	145	-
Divulgação de periódicos e chamadas de artigo	9	4	33	2
Assuntos relacionados à participação no congresso	53	447	551	-
Assuntos relacionados ao deslocamento e estada durante o congresso	42	232	244	-
Postagens diversas	14	319	134	-
Total	164	1.110	1.430	2

Fonte: Elaboração própria

Como é possível ver no Quadro 34, a página obteve, em aproximadamente um ano e três meses, 164 publicações, que geraram 1.110 comentários e 1.430 reações. Obviamente nem todos os membros do grupo se manifestaram nesse espaço, mas isso não expressa, necessariamente, ausência de interação por essas pessoas, que podem ter lido e usufruído de informações publicadas, de modo que o número de acessos às postagens deve ser um múltiplo dos valores de comentários e reações.

Ao verificarmos a frequência das postagens, observamos que as interações diretas despertaram mais interesse em alguns temas específicos, principalmente naqueles diretamente relacionados ao congresso, como a própria participação, o deslocamento e estada. São essas as publicações que também geraram um volume grande de comentários e reações. Em postagens diversas, há um número expressivo de comentários, provenientes das publicações que sugeriam a criação de grupo no WhatsApp.

A página tinha dois administradores, que não determinaram regras para publicação, como pode ocorrer em alguns grupos, tendo sido possível observar a ausência de hierarquia. Pelo conteúdo observado, o foco da página não era divulgar o congresso, mas o intercâmbio entre os interagentes, sobre informações que teriam interesse coletivo. Houve, porém, postagens sobre divulgação de outros eventos e projetos, que não geraram interlocução na página, ressaltando o interesse dos membros nos temas mais relacionados ao próprio congresso.

Outro fator observado foi a ausência de compartilhamento das postagens. Das 164 publicações, apenas duas foram compartilhadas, relacionadas à divulgação de periódicos e chamada de artigos. O compartilhamento é um recurso oferecido pelo Facebook, que permite que uma publicação seja reproduzida em outra página ou em outro grupo. No entanto, esse dado nos leva a inferir que os interesses que permeavam as interações ficavam restritas ao grupo. Isso quer dizer que o foco do grupo não era compartilhar em outras páginas do Facebook o

conteúdo discutido no grupo. Este é um indicador importante para o profissional de eventos, ao criar uma página em uma rede, é importante compreender os objetivos dos participantes, que podem não estar interessados em ajudar a divulgar o evento, mas em ter suas expectativas atendidas.

As interações apresentaram, geralmente, um perfil mais informal do público na rede social. Por um lado, isso pode estar relacionado ao grande número de estudantes de graduação que participam do congresso, mas, independentemente desse fator, há alguns mecanismos que facilitam essa nova forma de interagir. No caso do Facebook, os *emojis* constituem os novos recursos, conforme explica Kozinets (2014, p. 29), que são denominados “paralinguagem eletrônica”, a qual, segundo estudos relatados pelo autor, não se constitui um empobrecimento linguístico, ao contrário, revela a construção de mundos sociais enriquecedores.

Um aspecto observado refere-se à repetição de postagens com conteúdos semelhantes, que pode indicar que, pela dinâmica da página, em geral, os participantes não retomavam os conteúdos antigos. Isso pode ocorrer em virtude de as publicações não permanecerem tão visíveis quanto as mais recentes e, por isso, não terem sido lidas ou não terem sido procuradas, por isso, eram publicadas novamente por outros membros.

Essa situação demonstra a efemeridade das relações nas redes, que se formam por um vínculo, neste caso, o congresso nacional, e se desdobram de acordo com os interesses individuais, os quais, muitas vezes, são também coletivos, como a busca por indicação de hospedagem ou dúvidas sobre o sistema da Intercom. Trata-se de um novo modo de interagir, sem a necessidade de “máscaras sociais” ou da reprodução de rituais comumente praticados no mundo *off line*. Não quer dizer que não existam ou se construam outras formas ritualísticas de interagir nas redes digitais, mas o que se observa são formas mais diretas de interagir, mesmo que as pessoas que estão nas redes não se conheçam presencialmente.

Há, portanto, outros modos de expressão, característicos do mundo *on line*. Retomando a classificação das interações de Thompson (2008), o autor entende que há uma perda nas deixas simbólicas nas interações mediadas, assim como Recuero (2014b) argumenta que a ausência da linguagem não verbal pode dificultar a interpretação da mensagem. No entanto, como observamos, o ambiente virtual apresenta outras formas de representação, como o uso de *emojis* no Facebook, que podem expressar sentimentos dos interlocutores. Não nos referimos à veracidade das expressões, que são interpretadas a partir de seus significados e do contexto utilizado, mas da pluralidade de opções para demonstrar sensações.

As interações virtuais apresentam outras características, como explica Hjarvard (2012), como a prática em benefício próprio. Os participantes do grupo interagem conforme desejam

e isso pôde ser observado claramente em postagens que não receberam nenhum comentário ou reação. Publicar na página não pressupõe, necessariamente, o retorno dos membros do grupo. É possível que uma publicação tenha sido lida, mas não tenha gerado nenhuma manifestação no grupo. Isso não significa que não houve interação se retomarmos a visão de Braga (2006, 2012a) sobre as interações que se tornam diferidas e difusas.

Como Braga (2006, 2012a) complementa, o conceito de circulação, antes restrito entre os polos da produção e recepção, ganha relevância a partir das apropriações do receptor e de sua ocorrência após a recepção, sobre a qual não há controle no tempo e no espaço. Nesse sentido, há uma tendência que as interações sociais se tornem diferidas e difusas, distanciando-se do retorno ponto a ponto. As interações se disseminam largamente e se prolongam no tempo e no espaço.

Por exemplo, uma postagem sobre a divulgação de chamada para artigos em um periódico científico pode gerar mais interações do que as observadas nos comentários e reações. Ao ler a publicação, uma pessoa pode acessar o link do periódico, comentar com colegas e submeter um artigo para avaliação. É nesse sentido que as interações se tornam diferidas e difusas. Não se pode mensurar a dimensão das interações mediáticas, que se propagam pelo tempo e espaço.

Nas redes, torna-se evidente o caráter ativo do receptor, que se torna interlocutor, apropriando-se e ressignificando conteúdos a partir de suas mediações. É a relevância adquirida pela circulação, argumentada por Braga (2012a), que supera as relações diretas entre emissor e receptor. Nesse ambiente virtual, tão ou mais relevante que a interação dialogal, são os usos que se faz com aquilo que se recebe. Não se observa nesse espaço, a comunicação unilateral, todos podem se manifestar.

A relevância das redes sociais da internet transcende suas funcionalidades. É importante compreender as apropriações feitas pelos interlocutores. Di Felice (2012) enfatiza o papel das tecnologias digitais pelas possibilidades que elas oferecem, o que, em nossa concepção está correto, mas o que destacamos é que a partir dessas funcionalidades, são os resultados do uso dessas redes que interessam para compreendermos esse universo *on line* que vem se constituindo. Até alguns anos atrás, a mediatização do congresso nacional da Intercom estava marcada pelas funcionalidades da Web 1.0, fundamentais para o processo de inscrição e acesso ao conteúdo do evento, mas, ainda, restritivas, predominando o sentido unilateral da comunicação, em que o participante era um usuário que interagia praticamente apenas com a máquina ao realizar sua inscrição e submeter trabalho, dentre outros.

Uma página em uma rede social para o congresso nacional não existia até algumas edições atrás. No entanto, pela observação realizada, verificamos sua importância não apenas para a sociabilidade entre os participantes, mas no aspecto colaborativo, marcado pela cooperação (RECUERO, 2014b). Na rede social observamos que a comunicação é multidirecional, como explica Terra (2011a), proporcionando a comunicação democrática na qual todos podem ser produtores de conteúdo. Não há hierarquia e os usuários publicam de acordo com seus interesses.

Por se tratar de um grupo criado de forma voluntária, não há ligação com a instituição, por isso, os questionamentos publicados refletiram uma expectativa de retorno dos próprios participantes do grupo, que poderiam compartilhar suas experiências no mesmo contexto. Um ponto interessante observado é que a página, característica do modelo Web 2.0, é utilizada, muitas vezes, como uma subsidiária da Web 1.0, ao tratar de temas relacionados ao portal da Intercom e ao atendimento daquela entidade. Desde a etapa pré-evento, os membros do grupo compartilhavam dúvidas e problemas referentes ao processo de inscrição, submissão de trabalhos, publicação de anais e certificados.

O portal do evento já está incorporado à participação no congresso, apesar de ser uma realidade distinta há alguns anos, em que o processo de inscrição e submissão de trabalhos era manual. No entanto, esse modelo estático mantém a prática da interação reativa (PRIMO, 2008), que se observa no acesso ao sistema por meio de login e senha e aos *hiperlinks*, bem como o contato com a organização do evento. Esse modelo é marcado pela comunicação unilateral, na qual o participante recebe informações e sua interação está circunscrita aos procedimentos do portal.

Verificamos uma simbiose entre Web 1.0, marcada pelo portal da Intercom e *Web 2.0*, representada pela rede social. Pelas postagens, o uso de uma é auxiliado pelas interações da outra. A página do Facebook apresenta um caráter dinâmico, em que os membros podem se manifestar livremente. Alguns temas despertaram mais interesse, como os temas relacionados à estada e aqueles diretamente relacionados ao congresso, principalmente, sobre o sistema da Intercom. O processo de cooperação ficou evidente quando os membros do grupo respondiam dúvidas ou compartilhavam suas experiências sobre a mesma situação. Tudo isso acontece, quase sempre, de maneira informal, caracterizando uma “proximidade virtual” entre os participantes.

Verificamos que os efeitos das reações virtuais migraram para outros suportes, como o acesso ao portal do evento, o aplicativo WhatsApp, podendo, também, chegar ao contexto presencial, em encontros marcados pelo aplicativo, pelo grupo criado na página do Facebook.

Todas essas publicações e interações observadas demonstram que a página do Facebook não apresenta um caráter precipuamente científico e esse foi um dos benefícios deste estudo, ao abordar interações sobre temáticas tão distintas e importantes como formas de cooperação entre os participantes. Apesar disso, informações, “dicas” aos participantes podem ajudá-los a se organizarem em relação aos procedimentos e prazos, bem como facilidades de mobilidade e hospedagem.

Retomando nossa questão norteadora, já discutida nas considerações, a observação nos permitiu inferir que o papel das redes sociais transcende o aspecto de entretenimento, também observado na pesquisa. A cooperação obteve relevância no grupo, situação distinta àquela em que existia apenas o ambiente presencial. Vale ressaltar que nosso objeto de investigação constitui o maior congresso científico da área de Comunicação no Brasil, mas há diversos outros tipos de eventos científicos, que podem, também ser beneficiados pelo uso das redes sociais concomitantemente ao evento presencial ou virtual, se assim for o modelo adotado.

A relação das redes digitais com o ambiente presencial está nas experiências que podem iniciar nas redes. A dinâmica das interações virtuais pode contribuir para que o clima presencial adquira um caráter positivo, por isso, a gestão das redes é um fator estratégico nos eventos científicos. O clima do evento é um dos itens do planejamento (GIÁCOMO, 2007) e com a possibilidade de interagir com os participantes, as redes digitais constituem um espaço de aproximação e de interlocução, que podem resultar em um ambiente agradável no contexto presencial.

Um aspecto sobre a importância das redes é que, com a criação de um grupo de um evento científico na rede social, o evento começa a existir nessa ambiência. No congresso da Intercom, quase metade do número de participantes estava no grupo do Facebook, o que torna a rede, um canal de comunicação expressivo. Há uma expectativa dos participantes sobre o evento e, conseqüentemente, sobre o que a página aborda a respeito do congresso. Quando o nome do evento é exposto na rede social, há uma responsabilidade sobre seu uso. Esse é um dos aspectos importantes para o profissional de eventos, que tem uma fonte ampla de informações que podem ser utilizadas para o benefício da própria instituição.

Observamos que a administradora da página procurou se aproximar dos participantes por meio das publicações, por meio dos retornos proporcionados às questões de diversos participantes e da maneira informal com a qual se posicionou em diversos contextos, como na categoria de entretenimento. Isso foi um fator positivo, mas, por não se tratar de uma página criada pela instituição, esse posicionamento poderia não ter existido se houvesse outro administrador da página, podendo gerar algum prejuízo à imagem da Intercom.

A rede social adquire um caráter estratégico nos eventos científicos. Pensar em um evento científico, como um congresso, pressupõe uma espécie de formalidade, com base nos propósitos da discussão de pesquisa entre pares e a divulgação dos estudos. As redes, por sua vez, permitem a informalidade e novas formas de comunicação, e seu papel não está necessariamente em manter o debate de um evento presencial, de forma *on line*, mas, de tratar outras temáticas, de caráter pragmático ou de avaliações, dentre outros, que congregam os participantes.

A rede apresenta os interesses, dúvidas, reclamações e expectativas dos membros do grupo. Sob a ótica dos organizadores do evento, há uma grande fonte de informações sobre os participantes que podem ser utilizadas na organização e realização do congresso, como o sistema de acesso pelo portal e o atendimento ou retorno da instituição ao participante. Há alguns anos, o planejamento de um congresso estava circunscrito às ações para o acontecimento presencial. Com as redes sociais digitais, as informações estão lá, disponíveis para serem utilizadas em benefício dos participantes, na interlocução por meio das postagens, bem como para a instituição, que pode se beneficiar com o uso dessas informações no planejamento do evento, além de sanar eventuais lacunas e atender às necessidades dos participantes.

Para os participantes, as redes sociais digitais são espaços virtuais para interlocução, que promovem as interações laterais, originando um espaço de relações sociais próprio. Independentemente dos diferentes perfis de público, no caso do congresso da Intercom, que abrange estudantes de graduação, pós-graduação, professores e profissionais do mercado, as redes congregam essas pessoas em torno de dúvidas e temáticas de seus interesses. São espaços nos quais a comunicação flui em todos os sentidos, que passam a ser uma demanda dos eventos presenciais.

Somente os contatos com a organização, pelos meios que eram realizados, anteriormente, como o telefone e e-mail, não são suficientes para atender às necessidades temporais e expectativas dos participantes, os quais, com perfil mais ativo, buscam encaminhar seus questionamentos com brevidade. Por outro lado, uma rede como o Facebook atende ao desejo de expressão individual, de manifestação, ou seja, de protagonismo, além de fomentar a interatividade entre os participantes, promover um sentido de identidade coletiva. A dinâmica da página observada mostrou que essa demanda, foi, muitas vezes, atendida e compartilhada entre os participantes.

A página em um site de rede social destaca o caráter autopoietico das tecnologias digitais, a partir das apropriações e ressignificações a esse espaço. Como Braga (2006, 2009, 2012a) explica, não se cria uma tecnologia para adequar a sociedade às suas funcionalidades,

mas trata-se de uma demanda latente da sociedade, que irá usá-la e recriá-la a partir de suas necessidades. Isso é evidente quando se considera o papel da rede social digital em um evento científico, uma vez que esse não foi o propósito de sua criação.

O uso social da rede a torna relevante como um espaço de relacionamento entre os participantes de um evento científico. Diante disso, as experiências são vividas nesse ambiente, precedendo a realização do evento, por meio das trocas virtuais entre os membros do grupo. Não se trata do evento em si, mas de um universo que existe concomitantemente ao congresso, à etapa que o antecede, na qual o participante vivenciava de forma solitária, como a expectativa do aceite do trabalho ou de problema no sistema ao submeter um trabalho. Na rede, isso tudo pode ser compartilhado e resolvido de forma cooperada.

Atualmente, muitas organizações possuem página em site de rede social, como o Facebook. Apenas possuir uma rede não implica a comunicação estratégica, mas a forma como se conduz sua gestão pode adquirir um caráter estratégico e produzir resultados relevantes. Transpondo para o contexto do congresso da Intercom, observamos que a página no Facebook não foi criada pela organização, mas de forma voluntária por uma pesquisadora e participante do congresso. Apesar disso, a página constituiu um importante espaço para interação, de forma colaborativa, além de produzir dados sobre os principais interesses e expectativas dos participantes.

Sob a ótica do profissional da área de eventos, retomando o aporte teórico sobre o planejamento dessas ações, há uma logística complexa, bem como outros fatores a serem considerados. Os meios de comunicação, por exemplo, eram, no passado, somente instrumentos para divulgação e cobertura dos eventos. Atualmente, vivenciamos uma era em que o público demonstra um caráter mais ativo e, por meio das tecnologias digitais, tende a se posicionar publicamente nesses meios. Isso destaca a necessidade de um profissional de eventos capacitado para conhecer e atender esse público, que também é produtor de conteúdo.

Planejar um congresso científico, atualmente, requer além do domínio de um roteiro estabelecido ou criar uma rede social, mas é importante procurar reconhecer o protagonismo do público e interagir a partir de suas expectativas, caso contrário, a rede se tornaria um veículo de divulgação de mão única. Gerenciar uma página de site de rede social de um evento científico é mais do que divulgá-lo. A colaboração é um dos usos sociais praticados pelas redes, suprimindo o predomínio da comunicação descendente e unilateral.

9 TRIANGULAÇÃO DOS DADOS

A partir das pesquisas realizadas, propomos aqui, a discussão dos resultados para respondermos o problema de pesquisa deste estudo. Retomando nossa questão central que visa identificar como o processo de mediatização modifica os eventos científicos, nosso propósito não se esgota na questão respondida, mas nos desdobramentos que se seguem a partir da mediatização e das novas possibilidades interacionais que possibilitam construir e disseminar conhecimento.

Para a consolidação dos resultados das pesquisas que integram este estudo de caso e das discussões seguintes, retomamos aqui as questões de pesquisa que foram respondidas nos capítulos anteriores:

- Em uma realidade permeada, cada vez mais, pelas interações mediadas pelas tecnologias digitais, qual é a relevância do congresso presencial?
- Como os organizadores compreendem as mudanças acarretadas pela mediatização dos eventos?
- Qual é o papel das redes sociais da internet no congresso científico?

A observação participante, como discutido no capítulo seis, forneceu elementos suficientes para respondermos a primeira questão, conforme as discussões apresentadas neste texto. A estrutura do evento, as interações presenciais, as atividades oficiais e as atividades paralelas, como os encontros informais foram importantes para a percepção do clima do evento, que contribuem para as vivências dos participantes. Outro aspecto, foram as interações durante as sessões de trabalho em um grupo de pesquisa, por meio das apresentações orais de trabalhos e os debates entre pares.

Por meio das entrevistas, respondemos a segunda questão, que destaca a percepção dos diretores da Intercom. A maioria dos diretores participa do evento há vários anos e alguns deles vivenciaram o período de transição no qual os procedimentos para a participação ainda eram manuais, como o envio do formulário de inscrição e trabalhos pelo correio, o pagamento pelo banco e os anais eram impressos. Por meio das entrevistas, ficou evidente a percepção dos diretores sobre a importância das tecnologias nos eventos científicos, mas, principalmente, como um suporte à realização presencial.

A terceira questão, que também é discutida neste texto, refere-se ao papel das redes sociais digitais, construídas concomitantemente à organização do evento presencial. Essas redes não são utilizadas apenas como espaços para “bate-papo”, mas são espaços de interação virtual, nos quais se observa a cooperação entre os membros do grupo. A ausência de hierarquia na

comunicação destaca o caráter ativo dos participantes, que se alternam na produção e recepção de conteúdos, bem como na decisão de se manifestar ou não na rede.

Quadro 35 – Síntese dos resultados das pesquisas: propriedades dos eventos em suas dimensões presencial e mediatizada pelas tecnologias da internet.

Dimensões	Atribuições	Resultados
Congresso presencial (Reencaixe)	Aspectos sociais	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Interações face a face ✓ Encontros informais ✓ Criação/manutenção de laços afetivos ✓ Vivências pessoais/coletivas: ✓ Rituais dos grupos ✓ Ações políticas ✓ Retomada de contatos ✓ Parcerias/cooperação ✓ Estabelecimento de novos contatos pessoais
	Aspectos científicos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Apresentação de resultados de pesquisas ✓ Debate entre pares ✓ Crítica dos trabalhos e aprimoramento
Mediatização do congresso pela Internet (Desencaixe)	Portal do congresso	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Operações administrativas e financeiras ✓ Facilidade e rapidez das relações ✓ Redução na utilização de recursos materiais
	Canais de comunicação digitais	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Reunião entre diretores ✓ Organização do congresso ✓ Interação entre organização e participantes
	Anais eletrônicos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Consulta livre aos trabalhos apresentados; ✓ Divulgação das produções científicas; ✓ Memória permanente dos eventos ✓ Busca automatizada de trabalhos/autores ✓ Acesso instantâneo por meios digitais ✓ Novas produções
	Página do Facebook	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Interações virtuais; ✓ Cooperação; ✓ Entretenimento/relaxamento; ✓ Sentimento de pertença a um coletivo ✓ Caráter ativo do receptor

Fonte: Elaboração própria

Apresentamos no Quadro 35, uma síntese dos resultados das dimensões da mediatização e do aspecto presencial do evento científico, que estão amparados nas três pesquisas realizadas. Vale destacar que a observação participante e a análise da página do congresso do Facebook têm como base a observação e análise da pesquisadora, com base nos critérios estabelecidos para análise. Os dados fornecidos por meio das entrevistas estão baseados na percepção dos diretores da Intercom, que compartilharam suas opiniões enquanto organizadores e participantes do congresso.

De acordo com os dados obtidos, o congresso apresenta, atualmente, uma dimensão presencial e uma mediatizada. Uma não suprime a outra, pois, conforme se pode verificar, cada uma delas tem seu papel próprio num evento. As tecnologias digitais facilitam o processo de organização e participação no evento, contribuindo para modificações em sua estrutura e nas formas de interação dos envolvidos. Soma-se a isso a tradição do evento presencial, que em sua trigésima nona edição, possui uma reputação, sendo reconhecido como o maior congresso da área de Comunicação do Brasil.

As dimensões do congresso remetem à visão de Giddens (1991) sobre os mecanismos de desencaixe e reencaixe dos sistemas sociais da modernidade. A dimensão mediática exemplifica o desencaixe das relações sociais, que se distanciam do contexto tempo-espço, como o processo para participar do congresso por meio do portal, o conteúdo publicado nos anais, os canais de comunicação digitais e a página da rede social da internet. Para isso, é necessário que haja confiança nesses processos, que irão viabilizar o reencaixe, ou seja, a reapropriação das relações sociais desencaixadas em um mesmo contexto de tempo e lugar. O reencaixe é representado pelas ações presenciais.

A dimensão presencial do congresso apresenta aspectos sociais e científicos, que justificam sua realização nessa modalidade, conforme verificamos na observação participante e na percepção dos diretores entrevistados. Com base no aporte teórico, um evento científico tem como objetivo discutir assuntos relacionados às diversas áreas da ciência (MEIRELLES, 2003), mas o modelo presencial apresenta algumas características específicas, que são importantes para influenciar nos resultados dos eventos.

Além de sua função precípua, o evento possui caráter estratégico, no sentido de promover vivências afetivas para os participantes, das quais eles se lembrarão ao mencionarem o congresso. O evento, por si, é estratégico por suas características próprias de ruptura com o cotidiano ao construir uma conjuntura extraordinária, visando ressaltar emoções. Isso independe do tipo de evento e pode ser claramente observado nos eventos científicos.

Os eventos presenciais também excedem a dimensão científica ao apresentarem um caráter ritualístico, de celebração (posse de diretorias, composições de mesa, premiações, homenagens, ordens de precedência, concessão de status pelas coordenações, apresentações dos trabalhos, ordem dos debates etc.) e político (campanhas e eleições de diretoria, manifestações, aprovação de cartas e moções). Essas atividades, internamente, atuam como promotores da coesão das associações e identidade coletiva dos participantes e, externamente, situam essas associações perante questões amplas da sociedade como um todo.

Como acontecimento presencial, é marcado pelas interações face a face, desde a recepção às atividades oficiais, como a solenidade de abertura, as conferências e os grupos de pesquisa, aos quais se direcionam os participantes, de acordo com a temática de seus trabalhos. O clima preparado é importante para constituir as vivências dos participantes, considerando um estudante de graduação que tem sua primeira experiência em um evento científico, como os integrantes de um determinado grupo de pesquisa consolidado, que construíram laços afetivos no decorrer dos anos.

Os encontros informais que acontecem durante o congresso favorecem o estabelecimento de redes de contatos a partir das interações face a face. Esses encontros possibilitam novos contatos pessoais como a retomada dos contatos já estabelecidos. As conversas de corredor, já mencionadas por Campello (2000) são importantes para o relacionamento com pesquisadores que podem ser referências em determinadas áreas de pesquisa. Esses encontros podem, ainda, facilitar a construção de laços afetivos entre os membros, que se encontram anualmente, além de possibilitar a formação de parcerias para outros projetos, considerando que o congresso recebe estudantes, docentes e profissionais do mercado. Nesse sentido, observamos que os aspectos sociais e cognitivos das atividades presenciais são complementares.

A dinâmica do GP destaca o caráter cognitivo do congresso, mas integra, também, o aspecto social, na medida em que favorece as interações presenciais entre os membros do grupo, que podem se desdobrar em futuras interações mediáticas. As conversas informais também podem ser observadas nos grupos, quando um participante interage com outro, após o debate, para comentar sobre o trabalho e pode, então, estabelecer contatos futuros, por rede social, grupos de discussão ou pela troca de e-mails.

Considerando a tradição e credibilidade do congresso, os participantes se preparam para estar no evento e apresentar seus trabalhos. Um dos diretores lembrou que há uma pressão maior, atualmente, para a produção científica para os estudantes de pós-graduação do que havia no passado e esse fator contribui para o aumento do número de participantes e publicações no

congresso. Esse fato evidencia que o congresso constitui um espaço em que os estudantes assumem mais fortemente o papel de produtores de conhecimento científico, ao invés de se manterem como simples aprendizes, numa perspectiva tradicionalista de sala de aula, de ensino meramente como transmissão.

A importância do GP está essencialmente em seu caráter presencial, conforme entendem os diretores. A apresentação oral no congresso possibilita a divulgação das pesquisas realizadas, mas principalmente, proporciona a crítica, com vistas ao aprimoramento dos trabalhos, por meio do debate entre pares. Esse foi um aspecto identificado na observação participante, mas, também, abordado pela maioria dos diretores. Eles destacaram, como fator fundamental do congresso, a troca presencial entre os participantes, que contribui para a construção coletiva da ciência, em um processo colaborativo imediato.

Participar de um GP distingue-se da leitura de um trabalho em um periódico científico. Ambos são submetidos à avaliação entre pares, mas a apresentação oral apresenta vantagens sob vários ângulos. Há o aprendizado coletivo, considerando o compartilhamento de pensamentos distintos que podem ser apropriados por outros membros do grupo, em outras pesquisas. Além dos debates entre pares, as interações face a face proporcionam experiências e vivências aos participantes, que não aconteceriam, dessa forma, em um contexto mediatizado.

Assim, compartilhar, divulgar e construir o conhecimento científico por meio de eventos é um meio peculiar, que se distancia do formato rígido e unilateral dos periódicos científicos. Isso não significa a sobreposição de um meio sobre o outro, apenas que são contextos distintos e importantes para o avanço da ciência. No caso dos eventos científicos, trata-se de um processo de construção grupal.

Embora os debates no GP observado não tenham se pautado pelo embate entre linhas de pensamento teórico antagônicas, esse é um aspecto importante para o avanço científico. Os dissensos que podem acontecer por meio de críticas e oposição após a apresentação de um trabalho constituem o processo pelo qual progride a ciência, muito mais do que pelo consenso, que, historicamente, sempre levou à estagnação do conhecimento, à paralisia e ao conformismo acadêmico, à veneração das crenças vigentes, ao dogmatismo e à ortodoxia. Nesse sentido, a ciência avança demolindo conhecimentos consagrados para propor outras teorias, explicações e interpretações e isso é feito, muitas vezes, ao preço da crítica permanente do conhecimento e por meio do ceticismo metodológico, para o qual nenhum saber é sagrado.

Os argumentos que destacam o papel dos eventos científicos já foram abordados e os resultados das pesquisas contribuem para reiterá-lo. Sua essência está, neste momento, no encontro presencial, se tomarmos como base nosso aporte teórico e os resultados obtidos. Não

se trata, simplesmente, de manter as atividades presenciais por não haver, ainda, investimento em equipamentos técnicos que suportem a realização de um evento exclusivamente virtual, até porque esses dispositivos já existem há anos. Participar presencialmente constitui uma das características dos eventos científicos, assim como no congresso nacional da Intercom pelas razões apontadas nesta pesquisa.

Por outro lado, o evento apresenta uma vertente mediática, composta pela influência das tecnologias digitais, que têm se tornado fundamentais em nosso contexto social atual. A mediatização direta, também denominada, forte (HJARVARD, 2004, 2012) permeia muitas de nossas ações, construindo novos modos de ser e interagir, antes restritos pelas limitações de tempo e espaço. Por meio da mediatização, muitas atividades predominantemente presenciais passam a ser realizadas com o uso de um meio digital. Em nosso estudo, identificamos a mediatização a partir do portal do congresso, dos canais de comunicação digital, dos anais eletrônicos e da página do Facebook.

O portal do congresso da Intercom representa a mediatização direta, considerando que no passado, como destacado por alguns diretores, o processo para a organização e participação no evento não era beneficiado pelo uso das tecnologias digitais as quais substituíram completamente os procedimentos presenciais ou convencionais. Hoje, o participante efetua a inscrição, realiza o pagamento, submete o trabalho para avaliação e recebe o parecer, recebe certificado e acessa os anais, de forma virtual. Como consequência, houve aceleração em todo o processo, além de redução de custos com materiais impressos, resultando, ainda em benefícios ao meio ambiente.

Sob a ótica da organização, a utilização de canais de comunicação digital também agilizou o trabalho. Se no passado, as dúvidas poderiam ser sanadas por telefone, o que gerava na época, altos custos com ligações interurbanas, o e-mail facilitou o contato entre organização e participantes. Atualmente, há canais mais ágeis de comunicação que podem ser utilizados para esse propósito, como as redes sociais digitais e aplicativos de mensagens para celular, como o *WhatsApp*, por exemplo, entre outros. Esse benefício também é estendido aos diretores, que interagem por esses meios digitais para a organização do evento e até mesmo para interagir com os participantes.

As tecnologias digitais constituem um suporte ao evento científico, são recursos tecnológicos e possibilidades interacionais que facilitam e aceleração o processo de participação na ação presencial. É inquestionável o avanço dessas tecnologias, inestimáveis no momento para a realização de um congresso de grande porte. Para os diretores do congresso, a

ênfase está nas facilidades relacionadas à logística e, conseqüentemente, à agilidade nos procedimentos para o acontecimento presencial.

O que se torna evidente, com base nos resultados, portanto, é que as tecnologias, atualmente, são essenciais para a realização do congresso. A mediatização dos eventos científicos modificou os procedimentos para participação e organização do congresso, otimizando o tempo e, reduzindo custos em sua produção. Conseqüentemente, a mediatização modifica, parcialmente, a própria estrutura do evento, que se amplia e se prepara para receber um número grande de participantes, das mais diversas localidades. Mas o modelo presencial se mantém, no contexto atual.

Se, por um lado, o caráter presencial dos eventos contribui para a construção da ciência interativamente, por meio dos debates entre pares, por outro, as tecnologias digitais proporcionam o acesso irrestrito ao conteúdo dos trabalhos publicados nos eventos científicos. Os anais constituem outro aspecto mediatizado do congresso e contêm os trabalhos legitimados pelos pesquisadores, os quais são apresentados nos grupos de pesquisa durante o evento e dessas discussões, geralmente, resultam o aprimoramento das pesquisas e novas publicações.

Embora atualmente essa condição de livre acesso ao conteúdo digital, por meio dos anais eletrônicos, tenha se tornado usual, é importante lembrar que no passado, as publicações, geralmente, eram impressas, resultando em grande consumo de papel e impressão. Além de constituir um custo na produção dos eventos, dependendo do porte do congresso, eram publicações volumosas entregues aos participantes. Mas o fator mais relevante é, sem dúvida, o acesso restrito ao público dos eventos científicos. Um dos propósitos do evento científico é justamente divulgar a produção científica e, no contexto analógico, o conhecimento produzido estava quase que limitado aos participantes.

A busca automatizada de trabalhos é uma das importantes mudanças decorrentes da mediatização dos eventos científicos. A publicação impressa dos trabalhos dos congressos científicos não possuía recursos além do sumário para localizar o tema de interesse, o que não era prerrogativa de todas as publicações. Com a virtualização dos anais, as opções de localização do trabalho estão mais ampliadas, como a busca por nome dos autores, área de trabalhos e por palavra-chave. Outro fator importante é a memória permanente dos eventos, registrada no ambiente virtual.

Se para Thompson (2008), a relação que não permitia a interação dialógica (como aquela realizada pelos meios de comunicação de massa), era denominada “quase interação mediada”, Braga (2006, 2009, 2012a) ampliou o conceito de interação, destacando o que ocorre, também, após a recepção. Para esse autor, ganha relevância o conceito de circulação, que vai além das

relações diretas entre emissor e receptor. A circulação que acontece depois da recepção propicia interações que se prolongam, sem relação com o emissor (“diferidas”, na terminologia do autor) e se disseminam sem direção prevista (por isso, chamadas de “difusas”) no tempo e no espaço. Essa situação já era vivenciada nas apropriações do conteúdo e os usos sociais pelo receptor sobre os meios de comunicação de massa.

Trazendo essa concepção ao contexto dos anais impressos, já se observava o processo de mediatização caracterizado por essas formas de interação. Após o acesso ao conteúdo dos trabalhos impressos era possível orientar-se em novos estudos, sem a necessidade dialogal com os autores dos trabalhos pesquisados. Apesar de praticamente restritos aos participantes, os trabalhos dos anais poderiam ser utilizados como referências a outros trabalhos, mas o que se observa no contexto digital é uma amplificação imensurável desse processo. O acesso livre permite a qualquer pessoa interessada a buscar os trabalhos de seu interesse, o que aumenta a possibilidade de novas discussões sobre as temáticas e de produção de outras pesquisas científicas.

As tecnologias digitais são indubitavelmente um avanço social significativo e sua relevância está nas apropriações sociais dessas tecnologias, que resultam em um sistema autopoietico (BRAGA, 2006, 2009, 2012a), ou seja, que se recria a partir do deslocamento de seus usos originais para os demais usos sociais. Esses usos sociais que resultam do deslocamento das funções iniciais produzem e ampliam as formas de interação. A Web 2.0, com caráter mais colaborativo (PRIMO, 2007), está presente nas diferentes esferas sociais, tendo deslocado suas funcionalidades iniciais a partir das apropriações dos usuários.

As redes sociais digitais não foram desenvolvidas para o uso em eventos científicos, mas as demandas sociais deslocaram seu eixo inicial para esse contexto. Isso não representa, necessariamente, a supressão do contexto presencial, embora essa seja a realidade de alguns eventos, como as chamadas videoconferências e até mesmo de congressos. No entanto, se essas redes são utilizadas nesse tipo de evento, é importante compreender a relação que se constrói com o público que a utiliza.

A página do Facebook do congresso apresentou-se de forma dinâmica, na qual diversos membros interagiam com frequência. Nas interações virtuais observadas no grupo, ficou evidente que o propósito era tratar de temáticas relacionadas ao congresso. A página não apresentou comunicação descendente ou unilateral, demonstrando que não havia uma hierarquia nas interações do grupo. A ausência da comunicação hierarquizada facilita a participação dos membros, destacando-se, assim, o papel do receptor, que tem um caráter ativo, intercalando-se com o papel de emissor ao produzir conteúdo.

Há uma perspectiva colaborativa que demonstra os interesses do público que participa das redes sociais digitais. É nesse contexto que as interações se ampliam, tornando-se, mais rapidamente, diferidas e difusas. E a relevância desse desdobramento das interações constitui o que leva muitos participantes a interagirem nas redes: a busca de seus interesses e resolução de suas necessidades. Distinguindo-se das interações presenciais, nas interações virtuais, por um lado, a ausência da linguagem corporal pode representar a perda de deixas simbólicas (KOZINETS, 2014), por outro, representa novas formas de expressão, que são compreendidas pelos interlocutores.

Não se espera que a dinâmica de uma rede social digital seja homogênea e o que está em jogo não é somente a ocorrência de interações, mas o porquê de elas acontecerem. E é nesse sentido que destacamos o papel das redes sob o caráter relacional entre os participantes e sob a ótica dos organizadores dos eventos científicos. As interações virtuais são peculiares, os indivíduos, não necessariamente, se conhecem ou se deixam conhecer, é possível se relacionar com as representações das pessoas. E o que pudemos observar, foi a ênfase no caráter cooperativo entre os membros do grupo.

Como Recuero (2014b) explica, é possível observar nas redes, a cooperação, mas também a competição e o conflito. Obviamente, não pretendemos propor uma generalização a todas as redes, mas considerando o maior congresso nacional da área de Comunicação, que congrega desde o estudante de graduação que participa pela primeira vez aos mais experientes pesquisadores da área, observamos a predominância da colaboração nas interações.

Tornar-se um membro de um grupo em uma rede social não implica interagir diretamente com os participantes ou produzir conteúdo, vai além. As pessoas participam a partir de seus interesses e a cooperação ganha destaque nesse ambiente. Para os participantes, as redes são espaços para colaboração sobre questões relacionadas ao evento, mas, sobretudo, um espaço de pertencimento, como explica Kozinets (2014) acerca das comunidades virtuais. Inserir-se em um grupo de uma rede social de um evento científico é uma espécie de código de identificação, no qual se pressupõe interesse ou afinidade com a temática.

Sob o olhar do participante, a rede social digital de um evento científico é relevante não somente pela identificação e reconhecimento do público, mas pelas interações mútuas, reativas, síncronas e assíncronas, que se tornam diferidas e difusas. Interessam ao participante assuntos diversos, de entretenimento, mas, sobretudo, aqueles relacionados ao evento, como o compartilhamento de informações e de experiências. As interações se tornam diferidas e difusas por já não haver mais controle sobre elas. A criação de um grupo no aplicativo WhatsApp dos membros da rede social ilustra essa concepção.

As interações entre os participantes podem ter início nessas redes. A forma como se expressam, como interação e como suas expectativas são atendidas. Em uma rede criada pela organização de um congresso, requer-se um comprometimento maior por parte dos administradores da página, considerando que suas publicações representam o nome da instituição. A página pesquisada não teve nenhuma relação direta com a instituição e o desdobramento das interações levou-nos a inferir que o clima foi marcado pela informalidade, cooperação e, em algumas publicações, pela descontração.

Para as redes podem ser estabelecidas regras mais ou menos rígidas de participação, como a restrição de alguns temas, como pode haver orientação para apenas um tema para publicação. A combinação entre temas diretamente relacionados ao congresso e outros, de forma livre, demonstrou a prática da comunicação democrática e não hierarquizada. A dinâmica da rede se constrói a partir de sua criação e prossegue concomitantemente ao evento presencial. Não se sobrepõe a ele, mas atua como uma subsidiária ao acontecimento oficial, de modo a facilitar os procedimentos para a participação. Embora as informações do congresso estejam disponíveis no portal da instituição, nas redes, as informações se constroem de forma cooperativa, agilizando o acesso e a solução de eventuais intercorrências.

As interações nessas redes levam a outras interações, como a utilização das informações compartilhadas. As redes sociais de um evento científico constituem um canal de comunicação, no qual os participantes tornam-se protagonistas, ajudando-se mutuamente. A colaboração nas redes pode agilizar as ações que demandariam mais tempo, como a resolução de um problema operacional ou dicas de hospedagem aos participantes de outras localidades.

Torna-se importante o papel do administrador da página para impulsionar as interações, obviamente, para que o grupo não perca o foco, tampouco se torne obsoleto. Isso não sugere a comunicação unilateral e parcial. É importante que os participantes se sintam motivados para se manifestar e compartilhar suas experiências e vivências relacionadas ao evento. Nesse sentido, sob a ótica do organizador do evento científico, as redes sociais são estratégicas, uma vez que elas permitem identificar o perfil e expectativas do público.

Para o organizador do evento científico, é importante compreender que o participante não deseja ser lembrado do evento a todo momento, mas ele quer informações que lhe interesse. Embora seja usual a parceria com agências de turismo para o evento, o participante busca alternativas condizentes com suas necessidades e isso é o que ele também espera encontrar nas redes sociais. Por isso, reiteramos a importância da gestão dessas redes, para que mantenha sua dinâmica de interações, no sentido de cooperação mútua.

As redes sociais digitais constituem um dos aspectos de mudanças decorrentes do processo de mediatização nos eventos científicos. Elas não integram, necessariamente, o planejamento dessas ações, no entanto, por suas possibilidades interacionais, antes, durante e após o encerramento, elas se tornam estratégicas para o organizador do evento. Diante do exposto, as redes constituem um avanço nesse contexto, adquirindo relevância como um elemento subsidiário à função precípua dos eventos científicos, que tem destacado o perfil ativo dos participantes.

As redes sociais, bem como as tecnologias digitais, até o momento, não suprimem o caráter presencial dos eventos científicos. Já existem eventos virtuais, como foi mencionado, mas as atividades presenciais constituem a essência de um evento científico, considerando a observação participante e a percepção dos diretores entrevistados. Sobre os aspectos observados, reiteramos a concepção dos autores pesquisados, no que se refere à importância do clima do evento nos encontros presenciais e nos debates entre pares nos grupos de pesquisa.

A mediatização do congresso, com base nos resultados das pesquisas, constitui uma conjuntura irreversível. Mesmo que não seja o propósito substituir o presencial pelo virtual, os recursos disponíveis pelos meios digitais estão incorporados nas ações do cotidiano e, naturalmente, tornam-se naturalizadas nos eventos científicos. O que se observa, sob uma perspectiva, é que o evento presencial é permeado, por um lado, pela mediatização direta, forte, na qual os processos para a participação no congresso são substituídos e facilitados pelas tecnologias, suprimindo os processos manuais do passado. Por outro lado, o evento presencial, como um todo, não foi substituído pelo congresso virtual, mas há exemplos de mediatização fraca. Podemos inferir que as novas tecnologias e a mediatização concorrem de forma subsidiária para o congresso nacional, trazendo mais agilidade, funcionalidade e expressão social para o evento, mas, sem substituí-lo em sua dimensão presencial.

Há aspectos vantajosos na mediatização, do ponto de vista econômico, racional, de produtividade, velocidade, mas os aspectos presenciais são mais densos, enraizados e, provavelmente, insubstituíveis. Isso significa que, embora se possa realizar um evento totalmente virtual, isso se faz à custa de perder diversas características dos eventos presenciais, como o prazer do contato pessoal, a intensidade afetiva das vivências, as interações diretas entre os participantes nos debates, além dos aspectos ritualísticos e políticos, de significado sociológico.

Nesse sentido, o virtual é como uma via paralela ao presencial, que pode contribuir com ele, mas, sem poder substituí-lo em sua dimensão propriamente humana e afetiva. Mesmo que os conteúdos permutados no evento sejam de natureza simbólica, sendo traduzíveis em outras

linguagens e na escrita, as vivências relativas ao evento são irreproduzíveis no mundo virtual, no contexto atual.

As modificações percebidas nos eventos científicos nos levam a identificar os dois tipos de mediatização, discutidos por Hjarvard (2004, 2012). Embora as ações presenciais, neste momento, estejam mantidas, os processos necessários para a realização do evento presencial incluíram um meio digital para sua realização, distinguindo-se do passado, quando os mecanismos eram manuais, como o envio do formulário de inscrição pelo correio. Esses procedimentos, que resultam da utilização de um portal na internet, refletem a mediatização direta (ou forte), que resultam da inserção de um meio inexistente no passado.

Por outro lado, as redes sociais digitais se tornaram um canal de comunicação, pautado pelas interações virtuais, que indicam, novamente, a presença da mediatização direta. As interações entre os participantes, no passado, aconteciam entre pessoas que já se conheciam ou, apenas, presencialmente, durante o evento. As redes possibilitam a ampliação das interações, que se prolongam nesse ambiente, ainda, após o encerramento do evento. Um aspecto das redes é que elas refletem o caráter ativo do público, que cria uma página na internet e interage com os demais participantes.

A mediatização indireta (ou fraca) pode ser observada na estrutura presencial dos eventos científicos. A mediatização não substitui as atividades presenciais, mas reorganiza e facilita os procedimentos para sua realização, como o portal do congresso, que não existia no passado. A influência dos meios de comunicação não é suficiente, neste momento, para substituir completamente o modelo presencial, ou seja, a realização do congresso não é pautada pela utilização de um meio de comunicação que o transforme em um modo virtual.

Nesse sentido, os eventos científicos, que mantêm sua estrutura presencial, são influenciados pela mediatização indireta, sob a forma de uma dependência das instituições sociais dos processos tecnológicos da comunicação moderna, no caso desta pesquisa, das tecnologias digitais e da internet. Esse tipo de mediatização não insere nas práticas sociais um meio de comunicação para sua realização, como na mediatização direta, mas, de maneira mais sutil, os meios estão presentes nessas ações, como o uso de aplicativos para smartphones, ou as redes sociais digitais criadas para o evento.

Finalmente, pode-se dizer que os eventos científicos são estratégicos, sobretudo, pelas trocas face a face entre pares, pelo seu caráter extraordinário, que possibilita a convivência dos participantes durante sua realização, além, é claro, de viabilizar os processos de crítica acadêmica, troca de informações diretamente, atualização dos conhecimentos e trabalho cooperativo.

10 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A mediatização é um processo que permeia a vida social há muito tempo, de modo que sua presença tenha se naturalizado em nossas ações do cotidiano. Estamos nos referindo, inicialmente, à ubiquidade dos meios de comunicação de massa na sociedade, como já discutido pelos autores pesquisados para este estudo. Antecedendo a presença massiva da internet, esses meios representavam nossa fonte de informações, que pautavam o tema de conversas, assim como muitas de nossas ações. A presença mediática tornou-se naturalizada na sociedade, de modo que não se pode imaginar uma realidade sem sua influência.

Mas, com a chegada das tecnologias digitais, o que se observa é um processo de aceleração das mudanças na sociedade e na cultura. Muitas atividades não mediáticas, passaram a ser realizadas pelos meios digitais, caracterizando a mediatização direta (forte) e, outras, mantêm sua dinâmica original, transformando-se parcialmente, pela influência das tecnologias, que resultam na mediatização indireta (fraca). Surgiram, assim, novas formas de interação social, decorrentes do deslocamento do eixo inicial das tecnologias para outras apropriações sociais, que, ainda mais, vem se naturalizando em nossas práticas do cotidiano.

Adentrando ao nosso objeto de estudo, os eventos científicos são conhecidos por seu caráter presencial, permeados pelas interações face a face. São os encontros para as apresentações de trabalhos e debates entre pares. São fundamentais por seu caráter dialogal, em que a ciência pode se desconstruir e reconstruir em meio à pluralidade de pensamentos acerca de um mesmo tema. Além disso, há o caráter informal das trocas, não inseridas na programação oficial, mas que acontece nos intervalos e encontros sociais, de onde podem surgir parcerias para projetos e redes de contato futuras. Isso evidencia a natureza humana, de conviver em grupos, de “estar junto”, de construir laços afetivos.

É possível afirmar, atualmente, que a mediatização perpassa vários aspectos dos eventos científicos. Considerando os recursos das tecnologias digitais, há novas modalidades de eventos pautadas pelo ambiente virtual, como as videoconferências, cursos e até mesmo congressos, que demandam uma logística complexa. Há recursos, também, para a realização de eventos híbridos, parcialmente realizados de modo virtual e presencial. Os eventos virtuais constituem uma possibilidade de aglutinar público em torno de uma temática de interesse comum e, obviamente, reduzem custos operacionais.

No entanto, nosso estudo não se voltou para as questões técnicas de funcionalidade das tecnologias, mas em seus impactos na realização do evento. Neste estudo, iniciamos com uma questão geral: “Como o processo de mediatização modifica os eventos científicos?” A questão

não se encerra nos dados empíricos produzidos pela pesquisa, mas na análise dos resultados. Por um lado, as funcionalidades das tecnologias aceleram e facilitam os procedimentos técnicos para a realização dos eventos, que estão incorporados de modo que muitos participantes podem desconhecer outro modo de realizar esses procedimentos. Por outro, é na ambiência virtual que muitas interações acontecem e destacam os interesses e expectativa do público participante. Isso tudo, ainda que esteja incorporado aos eventos, ainda é recente, há alguns anos, isso tudo inexistia nos eventos científicos.

Para entendermos, então, como o processo de mediatização modifica os eventos científicos, pesquisamos o ambiente presencial do congresso, a percepção dos diretores da instituição sobre os aspectos presenciais e virtuais do evento e a ambiência virtual de interações sobre o evento. São três vertentes distintas que forneceram subsídios para a compreensão das mudanças decorrentes das tecnologias digitais. Cada uma das pesquisas respondeu uma das questões específicas da pesquisa, já discutidas nos capítulos anteriores, mas que retomaremos aqui, a fim de consolidarmos os resultados apresentados.

Partimos, neste estudo, do pressuposto de que a mediatização trouxe eficácia na produção dos eventos e amplificou sua importância científica, bem como antecipou e expandiu as experiências dos participantes, mas que as atividades presenciais mantêm qualidades específicas insubstituíveis no momento. As respostas da maioria dos diretores entrevistados, bem como a observação participante e a análise da página do Facebook nos levam a inferir que essa premissa se confirma neste momento. As interações virtuais observadas no Facebook não constituem um evento virtual ou substituem o caráter presencial do congresso, mas são pautadas por temas relacionados ao congresso presencial.

Retomando as pesquisas realizadas no estudo de caso, a observação participante foi importante para identificarmos a relevância das atividades face a face em uma época permeada pela mediatização. No contexto presencial ocorrem processos peculiares, atualmente, insubstituíveis. Para o participante, o evento é o acontecimento ao vivo, enquanto para o organizador é o resultado de intenso trabalho de planejamento e operacionalização. O evento é, também, resultado das experiências e vivências do participante e do que irá se recordar. O clima vivido, os encontros entre pares, o estabelecimento de novos contatos somados às interações face a face nos debates são prerrogativas do evento presencial.

Da mesma forma, as entrevistas com os diretores destacaram a relevância do congresso em manter-se presencial, lembrando que as tecnologias digitais se tornaram essenciais para a realização do evento. A ênfase esteve no caráter funcional das tecnologias para a maioria, enquanto poucos mencionaram as redes sociais, que foram tratadas, principalmente, como

atribuição dos estudantes que participam da organização do congresso. As redes sociais digitais ainda não são consideradas, pela maioria dos diretores entrevistados, como um fator estratégico de relacionamento com os participantes.

Considerando a visão dos diretores entrevistados e a pesquisa realizada na página do congresso no Facebook, o aspecto virtual do congresso apresentou duas perspectivas distintas com importantes implicações: a Web 1.0 e a Web 2.0. Nos dias atuais, discutir os avanços proporcionados pela Web 1.0, considerada estática, pode parecer não remeter mais a algo extraordinário, haja vista sua incorporação nas práticas do cotidiano. No entanto, esse foi o aspecto mais abordado pelos diretores, que destacaram que seus impactos nos eventos científicos beneficiaram de maneira significativa os participantes, organizadores, prestadores de serviço e demais público envolvido.

Sobre os benefícios da Web 1.0, houve uma aceleração dos processos e não se imagina um retrocesso nesse sentido. Nos eventos científicos, no passado, o processo demandava mais tempo e recurso financeiro, como o envio de materiais para divulgação nas instituições ou a divulgação pelos meios de comunicação de massa. O acesso livre às informações e aos trabalhos é outro legado de um congresso, decorrente das tecnologias digitais, ao possibilitar que qualquer pessoa interessada possa buscar o conteúdo que lhe interesse, por meio dos anais eletrônicos. A apropriação da Web 1.0 traz novos componentes para o planejamento de um congresso, como o desenvolvimento de um portal na internet e o suporte necessário para seu funcionamento adequado.

Uma reflexão que podemos fazer sobre os avanços da internet nos eventos científicos refere-se ao público, que não é, necessariamente, homogêneo. O público do congresso da Intercom é heterogêneo, composto por distintos perfis geracionais, desde aqueles que viveram uma época permeada pelos meios analógicos e que passam a se adaptar ao uso dos meios digitais, como, também, do público que nasceu em meio à disponibilidade tecnológica. Obviamente, os perfis e as perspectivas desses públicos são diferentes.

Ao possibilitar a aceleração da velocidade com que se processam as ações no ambiente virtual, próxima à da luz, as tecnologias digitais nos impulsionam a buscar resultados imediatos. Vale lembrar que as tecnologias podem apresentar fragilidades que interferem nos resultados ou em seus procedimentos. Como já ocorreu, é possível que um número expressivo de acessos ao sistema para efetuar a inscrição ou para submeter um trabalho para avaliação, resulte em uma sobrecarga que impeça o funcionamento adequado. Isso, porém, não implica um caráter negativo das tecnologias, mas sugere a necessidade de monitoramento e investimento em

suporte técnico adequado. De qualquer maneira, esse tipo de ocorrência é indicativo de limites ou restrições das tecnologias.

Para o público de perfil geracional mais jovem, a ausência dos meios digitais pode ser difícil de imaginar por se tratar de um segmento que incorporou naturalmente o uso das tecnologias. Esse período de transição vivenciado atualmente, provavelmente também é imperceptível para esse público, embora seja nítido para as gerações mais velhas. Os anais impressos, que continham a publicação de toda a produção científica do evento, provavelmente não teriam sentido a essa nova geração, habituada ao acesso digital para a busca de informações. As redes sociais digitais, provavelmente, constituem práticas do cotidiano dessa geração e as apropriações sociais transitam naturalmente pelas diferentes instâncias da sociedade.

Ainda sobre o público, os resultados da pesquisa na página do congresso no Facebook indicam que esse é um dos elementos essenciais na modificação decorrente da mediatização dos eventos científicos. No referencial teórico já havia sido abordado o caráter ativo dos participantes (GIÁCOMO, 2007), além da observação no GP, nos debates entre pares. No grupo do Facebook, foi verificado que há uma expectativa do público com relação à realização do evento, que compartilha dúvidas, soluções, sugestões, dentre outros. O aspecto que une as pessoas nas redes não é, necessariamente, a busca por novos contatos, mas as interações pautadas por questões relacionadas ao evento.

Considerando que não são as tecnologias que modificam as pessoas ou que sugerem um novo comportamento, mas são apenas demandas latentes da sociedade, (BRAGA, 2006, 2012a), as redes sociais da internet resultam dessa necessidade. Essas redes constituem um canal de comunicação colaborativo, no qual as pessoas se expressam de forma não hierarquizada. Esse é o papel das redes sociais da internet. Por outro lado, as redes produzem dados importantes sobre os participantes, que podem contribuir com os organizadores, que podem gerir esses espaços, mantendo o caráter colaborativo e policrônico da comunicação.

A Web 2.0, colaborativa, permeia todo o evento científico, de modo que sua dinâmica se estende desde a criação de uma página no Facebook até após seu encerramento. A rede se desenvolve paralelamente ao congresso, onde os participantes se manifestam livremente sobre os temas de interesse. A solidariedade marcou a página, em que se pôde observar, por meio das interações virtuais, a reciprocidade entre os participantes, mas, a rede também constitui um espaço em que se expressam emoções, como o uso de *emojis*, que suprimem palavras e se fazem compreender. O caráter informal também caracterizou a rede, dispensando saudações utilizadas em outros ambientes, como o presencial ou por e-mail. Trata-se das peculiaridades das interações nas redes sociais digitais.

Os participantes do evento se expressam, cada vez mais, publicamente em redes sociais. As redes sociais digitais apresentam um papel maior que a simples interação entre os participantes. Elas constituem um banco de dados que permite aos organizadores conhecer o perfil do público e suas expectativas. A gestão de redes sociais pode estar incorporada ao planejamento da organização local, que é responsável pela construção do site oficial do evento. Não se trata, porém, de criar uma página e produzir conteúdo o tempo todo, como a divulgação do evento, ou procurar criar intimidade com os participantes sem que esse seja o foco desse público. De acordo com os resultados, os participantes buscam soluções ágeis para eventuais problemas ou dúvidas, eles são os protagonistas da página e é nesse sentido que os organizadores podem direcionar suas ações.

Em síntese, a mediatização modifica a própria estrutura do evento, que é ampliada e tornada apta a receber um número cada vez maior de participantes. As facilidades trazidas pela Web 1.0 estão incorporadas ao congresso, de modo que não haveria possibilidade de retroceder para os mecanismos manuais, excepcionalmente, pela ocorrência de algum problema técnico. A mediatização contribui para agilizar e facilitar a organização do evento, bem como amplia os canais de comunicação entre participantes e entre os organizadores.

Retomando os estudos de Hjarvard (2004, 2012), identificamos que o evento científico é, atualmente, influenciado de duas formas pelo processo de mediatização. A primeira é a mediatização direta (forte) e ocorre quando substitui procedimentos que não dependiam diretamente de um meio para sua realização pelo uso de um meio. Como estamos tratando das tecnologias digitais, a inclusão de um meio refere-se ao uso da internet. Verificamos a mediatização forte a partir da utilização do portal nas três etapas do evento:

- pré-evento: inscrição e pagamento de taxa, submissão e alteração de trabalhos, avaliação de trabalhos, resultado da avaliação, informações;
- transevento: disponibilização e atualização de informações;
- pós-evento: avaliação do evento, acesso ao certificado, anais eletrônicos.

Vale ressaltar que alguns procedimentos eram utilizados por algum meio de comunicação. A divulgação era feita por meios de comunicação, como o outdoor, propaganda em meios massivos, e, ainda, cartazes, *folders* e outros, conforme previsto no planejamento. O contato com a organização também podia ocorrer por telefone, na ausência do e-mail. O que se observa é a potencialização dos meios digitais quando utilizados para esses fins.

A mediatização direta está também nas redes sociais digitais, apropriadas socialmente no contexto dos eventos científicos. Nem todos os participantes estão lá, daqueles que estão, nem todos necessariamente interagem diretamente, mas integrar o grupo de um determinado

evento científico implica interesse ou afinidade com o tema. A rede social digital de um evento científico é um acontecimento paralelo ao evento presencial, caracterizado pelas interações virtuais, inexistentes (da forma e na velocidade como se dão hoje) até alguns anos atrás. Para o público jovem, que viveu sempre na era digital, a rede social de um evento pode ser tão natural quanto a de qualquer outra instituição, enquanto que para os que vivenciam esse período de transição, a rede pode exprimir algo inovador.

Esses dois elementos, portal do evento e rede social digital constituem novas formas de realizar um evento. São dois fatores que não existiam, o primeiro por depender de procedimentos manuais para sua realização, substituídos pelo meio digital e, a rede, que amplifica as interações que antes eram exclusivamente presenciais, como os intercâmbios durante o próprio evento. Trata-se de mediatização direta que contribui com o evento presencial.

Por outro lado, temos uma estrutura mais ampliada do evento presencial, pela disseminação das informações e da preparação de uma localidade que comporte o público esperado. No entanto, a realização do evento ainda se mantém presencialmente, seu formato não foi alterado, pelo menos neste momento, pela inclusão de um meio de comunicação. As mudanças ocorrem internamente e paralelamente, o que nos leva a inferir que, apesar de se verificar a mediatização direta (forte) nos procedimentos internos e externos. O evento científico não depende de um meio para sua realização, como aconteceria se o formato fosse de uma videoconferência. Por isso, o evento científico permeia-se de mediatização indireta (ou fraca), que não modifica sua estrutura pelo uso de um meio de comunicação.

Podemos inferir que a mediatização dos eventos científicos é indireta não pela ausência de recursos tecnológicos para a realização de eventos exclusivamente virtuais, mas pela relevância atribuída ao contexto presencial. Estamos considerando desde as necessidades sociais dos indivíduos, de se reunirem e conviverem em grupo, como na relevância do próprio evento científico, que proporciona o debate entre pares e a possibilidade de aprimoramento dos trabalhos a partir das trocas presenciais. No entanto, o cenário atual é de transição, assim como a composição de público, heterogênea dos eventos, cujas expectativas e interesses, obviamente, podem ser distintos.

A realização deste estudo de caso foi, por um lado, desafiadora, ao pesquisarmos o maior congresso da área de Comunicação do Brasil, em sua trigésima nona edição e, por outro, trouxe reflexões importantes, que podem abrir espaço para futuras investigações. Este trabalho registra um período de transição no qual o mundo analógico move-se em direção ao digital e as mudanças implicam não apenas esse processo, mas é importante considerar que a sociedade é

constituída por indivíduos que vivenciam essa transição, como por aqueles já naturalizados ao contexto virtual.

Este estudo suscita algumas reflexões sobre o contexto atual da área da Comunicação e perspectivas futuras. A mediatização tem modificado praticamente todas as instâncias sociais, naturalizando novas formas de ser e agir, inexistentes até não muito tempo atrás e alterando, e até mesmo suprimindo, outras, consolidadas no passado. Isso pode ser percebido, desde uma simples operação bancária, feita por um aplicativo de celular, que deixou de ser realizada presencialmente, até nossa forma de nos comunicarmos, cada vez mais, também por meio de aplicativos de mensagens para *smartphones*. Não são apenas as ações sociais que mudam, mas a cultura também, que se incorpora no cotidiano da sociedade.

Cada vez mais, a sociedade se direciona para o mundo digital. E, conseqüentemente, para a necessidade de mais velocidade nos processos e resultados. A sensação é que tudo deve estar digitalizado e as respostas, prontas nesse ambiente. Ainda que para uma geração nascida no início do milênio tudo soe como um processo social natural, estamos, certamente, em um período de transição, como explica Castro (2010), em que as mudanças estão ocorrendo, influenciando nas diversas atividades profissionais, que podem sofrer impactos futuros, como a extinção ou mudança de cenário de algumas delas.

Os resultados deste estudo indicam que, atualmente, a realização do evento científico presencial é a expectativa do público participante e sua virtualização, neste momento, traria perdas consideráveis do ponto de vista científico e social. Desconstruir e reconstruir a ciência, por meio dos debates entre pares, são processos elementares de um congresso científico. São as interações face a face, as trocas presenciais que permitem a ênfase em alguns aspectos não nítidos no texto, o esclarecimento de dúvidas e a cooperação, por meio de críticas e sugestões.

Diante destas reflexões e com base nos resultados obtidos neste estudo, a certeza é de que o tema estudado não se esgota, mas temos um campo de estudo recente e de potencialidades para muitas outras investigações. Argumentamos, no decorrer deste estudo, sobre a necessidade de conhecer o público e as redes sociais digitais trazem muitos dados que podem ser utilizados. Mas há potencialidades para estudos realizados em campo, diretamente com o público participante para se conhecer diretamente sua visão sobre o tema.

Atualmente, os eventos científicos presenciais se justificam ao associar ao aspecto social dos indivíduos ao propósito de discutir, fazer ciência de modo coletivo. O que não se pode prever é como as mudanças sociais e culturais, trazidas pela mediatização, irão interferir, no futuro, nas expectativas e interesses do público participante, integrado pelas ações mediáticas nas distintas instâncias da sociedade. Outros estudos poderão contribuir para projetar se o futuro

dos eventos científicos será pautado pelas atividades presenciais, essenciais no contexto atual, ou se refletirão as mudanças dos perfis dos participantes, mais integrados e naturalizados com o ambiente virtual.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, Rita. **Festa à brasileira**: sentidos do festejar no país que “não é sério”. 2001. Disponível em: <<http://www.ebooksbrasil.org/eLibris/festas.html>>. Acesso em: 11 maio 2015.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BARROS, Laan Mendes. Recepção, mediação e midiatização. In: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda (Orgs.). **Mediação & Midiatização**. Salvador: Edufba; Brasília: Compós, 2012. p. 79-106.
- BOFF, Leonardo. **Experimentar Deus**: a transparência de todas as coisas. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.
- BOYD, Danah M.; ELLISON, Nicole B. Social network sites: definition, history, and scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, Philadelphia, v. 13, p. 210-230, 2008. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/epdf>>. Acesso em: 10 jul. 2017.
- BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda (Orgs.). **Mediação & Midiatização**. Salvador: Edufba; Brasília: Compós, 2012a. p. 31-52.
- _____. Interação como contexto da Comunicação. **Matrizes**, São Paulo, v.6, n.1, jul./dez., 2012b. Disponível em: <<file:///C:/Users/morae/Downloads/48048-Article%20Text-58212-1-10-20121213.pdf>>. Acesso em: 10 jan. 2015.
- _____. Interação & recepção. In: FAUSTO NETO, Antônio (Org.). **Interação e sentidos no ciberespaço e na sociedade**. EDIPUCRS: Porto Alegre, 2001. p. 109-136.
- _____. Midiatização: a complexidade de um novo processo social. **IHU Online**, São Leopoldo, n. 289, 13 abr. 2009. Entrevista concedida a Graziela Wolfart. Disponível em: <http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=2477&secao=289>. Acesso em: 10 jan. 2015.
- _____. Sobre “mediatização” como processo interacional de referência. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 15., 2006, Bauru. **Anais ...** Bauru, 2006. p.1-16. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_446.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2014.
- Brasil. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. Pesquisa brasileira de mídia 2016. – Brasília: Secom, 2016. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view>>. Acesso em: 10 jan. 2017.
- Brasil. Presidência da República. Casa Civil. Decreto nº 70.274 de 9 de março de 1972. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d70274.htm>. Acesso em: 12 ago. 2015.

BRITTO, Janaina; FONTES, Nena. **Estratégias para eventos: uma ótica do marketing e do turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.

BUENO, Wilson da Costa. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**, Londrina, v. 15, n. 1esp, p. 1-12, 2010.

Disponível em:

<<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/6585/6761>>. Acesso em: 10 abr. 2016.

_____. **Comunicação empresarial: políticas e estratégias**. São Paulo: Saraiva, 2009.

_____. Jornalismo científico como resgate da cidadania. In: MASSARANI, Luísa; MOREIRA, Ildeu de Castro; BRITO, Fatima (Orgs.). **Ciência e público: caminhos da divulgação científica no Brasil**. Casa da Ciência – Centro Cultural de Ciência e Tecnologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Fórum de Ciência e Cultura, 2002. p. 229-230.

CAMPELLO, Bernadete Santos. Encontros científicos. In: CAMPELLO, Bernadete Santos; CENDÓN Beatriz Valadare; KREMER, Jeannette Marguerite (Orgs.). **Fontes de informação para pesquisadores e profissionais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2000. p. 55-72.

CARDOSO, Claudia Lins. **Um estudo fenomenológico sobre a vivência de família: com a palavra, a comunidade**. 2007. 212f. Tese (Doutorado em Psicologia)- Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTRO, Cosette. Do mundo analógico à cultura digital: todos somos aprendizes. In: GOBBI, Maria Cristina (Org.). **Teoria da Comunicação: antologia dos pensadores brasileiros**. São Paulo: Intercom, 2010. v. 02. p. 25-42.

CESCA, Cleuza G. Gimenes. **Organização de eventos: manual para planejamento e execução**. 9. ed. São Paulo: Summus, 2008.

DEUZE, Mark. **Media life**. Cambridge: Polity Press, 2012.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006. p. 62-83.

DIAS, Reinaldo. **Introdução à Sociologia**. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

DI FELICE, Massimo. Auréola digital: a crise dos pontos de vista centrais e o fim do direito exclusivo da edição das informações. In: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; MARCHIORI, Marlene (Orgs.). **Redes sociais, comunicação, organizações**. São Caetano do Sul: Difusão, 2012. p. 147-166.

ESTÉTICA, cognição e ética. **Phylosophy**. Disponível em:

<http://www.phylosophy.pro.br/estetica_cognicao_etica.htm>. Acesso em: 23 out. 2016.

FACEBOOK atinge marca de 1 bilhão de usuários todos os dias. **Portal G1**, 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/04/facebook-atinge-marca-de-1-bilhao-de-usuarios-todos-os-dias.html>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

FERRARI, Maria Aparecida. Teorias e estratégias de relações públicas. In: KUNSCH, Maria Margarida Krohling (Org.). **Gestão estratégica em Comunicação Organizacional**. 2. ed. São Caetano do Sul: Difusão, 2009. p. 77-90.

FORTES, Waldyr Gutierrez; SILVA, Mariângela Benine Ramos. **Eventos: estratégias de planejamento e execução**. São Paulo: Summus, 2011.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2016.

GABRIEL, Martha. **Marketing na era digital: conceitos, plataformas e estratégias**. São Paulo: Novatec Editora, 2010.

GIACÁGLIA, Maria Cecília. **Organização de eventos: teoria e prática**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

GIÁCOMO, Cristina. **Tudo acaba em festa: evento, líder de opinião, motivação e público**. São Paulo: Página Aberta, 1993.

_____. **Tudo acaba em festa: evento, líder de opinião, motivação e público**. São Paulo: Summus, 2007.

GIL, Antonio Carlos. **Estudo de caso**. São Paulo: Atlas, 2009.

GIDDENS, Anthony. **Sociologia**. 4. ed. Porto Alegre: Artmed, 2005.

GOMES, Pedro Gilberto. O processo de midiaticização da sociedade e sua incidência em determinadas práticas sociossimbólicas na contemporaneidade: a relação mídia e religião. In: FAUSTO NETO, Antônio et al. (Orgs.). **Midiaticização e processos sociais na América Latina**. São Paulo: Paulus, 2008. p. 17-30.

HJARVARD, Stig. From bricks to bytes: the mediatization of a global toy industry. In: BONDEBJERG, Ib; GOLDING, Peter (Eds.). **European Culture and the Media**. Bristol: Intellect, 2004. Disponível em: <http://www.sfu.ca/media-lab/cmns320_06/readings/hjarvard_bricks_to_bytes.pdf>. Acesso em: 12 jan. 2016.

_____. Midiaticização: conceituando a mudança social e cultural. **Matrizes**, São Paulo, v.8, n.1, p. 21-44, jan./jun., 2014. Disponível em: <[file:///C:/Users/morae/Downloads/82929-Article%20Text-114870-1-10-20140711%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/morae/Downloads/82929-Article%20Text-114870-1-10-20140711%20(1).pdf)>. Acesso em: 08 jun. 2015.

_____. Midiaticização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **Matrizes**, São Paulo, v.5, n.2, p. 53-91, jan./jun., 2012. Disponível em: <<file:///C:/Users/morae/Downloads/38327-Article%20Text-45200-1-10-20120814.pdf>>. Acesso em: 08 jun. 2015.

HEPP, Andreas. As configurações comunicativas de mundos mediados: pesquisa da mediação na era da “mediação de tudo”. **Matrizes**, São Paulo, v.8, n.1, p. 45-64, jan./jun., 2014. Disponível em: <file:///C:/Users/morae/Downloads/82930-Article%20Text-114871-1-10-20140711.pdf>. Acesso em: 08 jun. 2016.

_____. Differentiation: mediatization and cultural change. In: LUNDBY, Knut (Org.). **Mediatization: concept, changes, consequences**. New York: Peter Lang, 2009. p. 139-158.

HOLANDA, André Fabrício da Cunha. Apontamentos para uma teoria da vida mediada. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 24., 2015, Brasília. **Anais ... Brasília**, 2015. p.1-17. Disponível em: <http://www.compos.org.br/biblioteca/compos-2015-20699834-cb48-4742-82b3-76cce7e22a1d(2)_2741.pdf>. Acesso em: 12 ago. 2016.

II DIMENSIONAMENTO Econômico da Indústria de Eventos no Brasil – 2013. **Abeoc**, 2014. Disponível em: <http://www.abeoc.org.br/wp-content/uploads/2014/10/II-dimensionamento-setor-eventos-abeoc-sebrae-171014.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2016.

JOHNSON, Allan G. **Dicionário de Sociologia: guia prático da Linguagem Sociológica**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

KOZINETS, Robert V. **Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online**. Porto Alegre: Penso, 2014.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. 5. ed. São Paulo: Summus, 2003.

_____. Planejamento estratégico da comunicação. In: KUNSCH, Maria Margarida Krohling (Org.). **Gestão estratégica em Comunicação Organizacional**. 2. ed. São Caetano do Sul: Difusão, 2009. p. 107-124.

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

MARANHO, José Antonio. **Manual de organização de congressos e eventos similares**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2008.

MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). **Dicionário da comunicação**. 2. ed. São Paulo: Paulus, 2009.

MARTIN, Vanessa. **Manual prático de eventos**. São Paulo: Atlas, 2007.

MATEUS, Samuel. A experiência e a vivência: proposta de uma teoria modular da comunicação. **E-compós**. v.17, n.2, 2014. Disponível em: <http://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/1029/764>. Acesso em: 12 nov. 2017.

MATIAS, Marlene. **A arte de receber em eventos**. Barueri: Manole, 2014.

_____. **Organização de eventos: procedimentos e técnicas**. 4. ed. Barueri: Manole, 2007.

_____. **Organização de eventos: procedimentos e técnicas**. 6. ed. Barueri: Manole, 2013.

- MEADOWS, A. J. **A comunicação científica**. Brasília: Briquet de Lemos, 1999.
- MEIRELLES, Gilda Fleury. **Eventos: seu negócio seu sucesso**. São Paulo: Ibradep, 2003.
- _____. **Tudo sobre eventos**. São Paulo: STS, 1999.
- MELLO NETO, Francisco Paulo de. **Marketing de eventos**. 5. ed. Rio de Janeiro: Sprint, 2007.
- MENEGUEL, Cinthia Rolim de Albuquerque. Planejamento de eventos. In: DORTA, Lurdes Oliveira (Org.). **Fundamentos em técnicas de eventos**. Porto Alegre: Bookman, 2015. p. 33-52.
- MENESES, Sonia. Acontecimento. In: **Enciclopédia Intercom de Comunicação**. v.1. 2010. Disponível em: <<http://www.cienciasnubens.com.br/site/wp-content/uploads/2013/07/Enciclopedia-Intercom-de-Comunica%C3%A7%C3%A3o.pdf>>. Acesso em: 05 maio 2015.
- MIYAMOTO, Massahiro. **Administração de congressos científicos e técnicos**. São Paulo: Pioneira/Edusp, 1987.
- MORAES, Elaine Cristina Gomes de. **Espetáculo, festa, argumentação e organização: reflexões sobre os eventos como estratégia de comunicação em movimentos sociais**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2013.
- MORAIS, Roberto Tadeu Ramos. **Planejamento estratégico: um bem ou mal necessário?** 2. ed. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 2005.
- NAKANE, Andréa. Eventos virtuais: fato ou tendência no cenário brasileiro? **Revista de investigación en turismo y desarrollo local**, España, v.5, n.13, p.1-13, dez. 2012. Disponível em: <<http://www.eumed.net/rev/turydes/13/eventos-virtuais-brasil.html>>. Acesso em: 10 fev. 2015.
- NAKANE, Andréa. **Segurança em eventos: não dá para ficar sem!** São Paulo: Aleph, 2013.
- O'REILLY, Tim. What is Web 2.0. **O'Reilly**, 2005. Disponível em: <<http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>>. Acesso em: 24 abr. 2017.
- PEIRANO, Mariza. **Rituais ontem e hoje**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- PEREIRA, Ethel Shiraishi. Eventos em relações públicas: ferramenta ou estratégia? In: FARIAS, Luiz Alberto de (Org.). **Relações Públicas estratégicas: técnicas, conceitos e instrumentos**. São Paulo: Summus, 2011. p. 137-150.
- PEREZ, Léa Freitas. Antropologia das efervescências coletivas. In: PASSOS, Mauro (Org.). **A festa na vida: significado e imagens**. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 15-58.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Observação participante e pesquisa-ação. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006. p. 125-145.

PORTAL INTERCOM. A Intercom. Apresentação. [s.d.]. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/a-intercom>>. Acesso em: 18 jul. 2015.

PORTER, Michael E. **Competição**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2008.

_____. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. **E-compós**. Brasília, v.9, p.1-21, 2007. Disponível em: < <http://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/153/154>>. Acesso em: 10 jan. 2016.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. Evento. In: **Dicionário de Comunicação**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2014a.

_____. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2014b.

RECUERO, Raquel; BASTOS, Marco; ZAGO, Gabriela. **Análise de redes para mídia social**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

RIVIÈRE, Claude. **Os ritos profanos**. Tradução Guilherme João de Freitas Teixeira. Petrópolis: Vozes, 1996.

SCHMIDT, Flávio. **Do ponto de vista de Relações Públicas: razões muito mais fortes para você atuar no ambiente da comunicação**. São Paulo: Sicurezza, 2011.

SCHULZ, Winfried. Reconstructing mediatization as an analytical concept. **European Journal of Communication**, v. 19, n. 1, p. 87-101, 2004.

SILVA, Mariângela Benine Ramos. Ritos, rituais e cerimônias e suas implicações políticas nas organizações contemporâneas. In: CONGRESSO BRASILEIRO CIENTÍFICO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E RELAÇÕES PÚBLICAS, 2., 2008, Belo Horizonte. Anais ... Belo Horizonte: ABRAPCORP, 2008. p. 1-15.

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações Públicas: função política**. 3. ed. São Paulo: Summus, 1995.

SODRÉ, Muniz. Eticidade, campo comunicacional e midiatização. In: MORAES, Dênis (Org.). **Sociedade midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006. p. 19-32.

SUN TZU, Sun. **A arte da guerra**. Adaptação e prefácio de James Clavell. 36. ed. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SUPPO, Hugo Rogélio. Ciência e Relações Internacionais: o congresso de 1905. **Revista da SBHC**, n.1, 2003. p. 6-20. Disponível em: <http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/2010/artigos_teses/Ciencias/Artigos/suppo.pdf>. Acesso em: 12 jan. 2016.

TARGINO, Maria das Graças. Comunicação científica: uma revisão de seus elementos básicos. **Informação & Sociedade: Estudos**. v.10, n.10, 2000. p. 1-27. Disponível em: <<http://www.ies.ufpb.br/ojs/index.php/ies/article/view/326/248>>. Acesso em: 10 abr. 2016.

TARGINO, Maria das Graças; NEYRA, Osvaldo Nilo Balmaseda. Dinâmica de apresentação de trabalhos em eventos científicos. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v.16, n.2, jul./dez. 2006. p.13-23. Disponível em: <http://www.brapci.ufpr.br/brapci/_repositorio/2015/12/pdf_81f67bb9b7_0000016708.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2016.

TERRA, Carolina Frazon. **Mídias sociais: e agora?** São Caetano do Sul: Difusão; Rio de Janeiro: Senac Rio, 2011a.

_____. Relações Públicas na era dos megafones digitais. In: FARIAS, Luiz Alberto de. **Relações Públicas estratégicas: técnicas, conceitos e instrumentos**. São Paulo: Summus, 2011b. p. 263-284.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

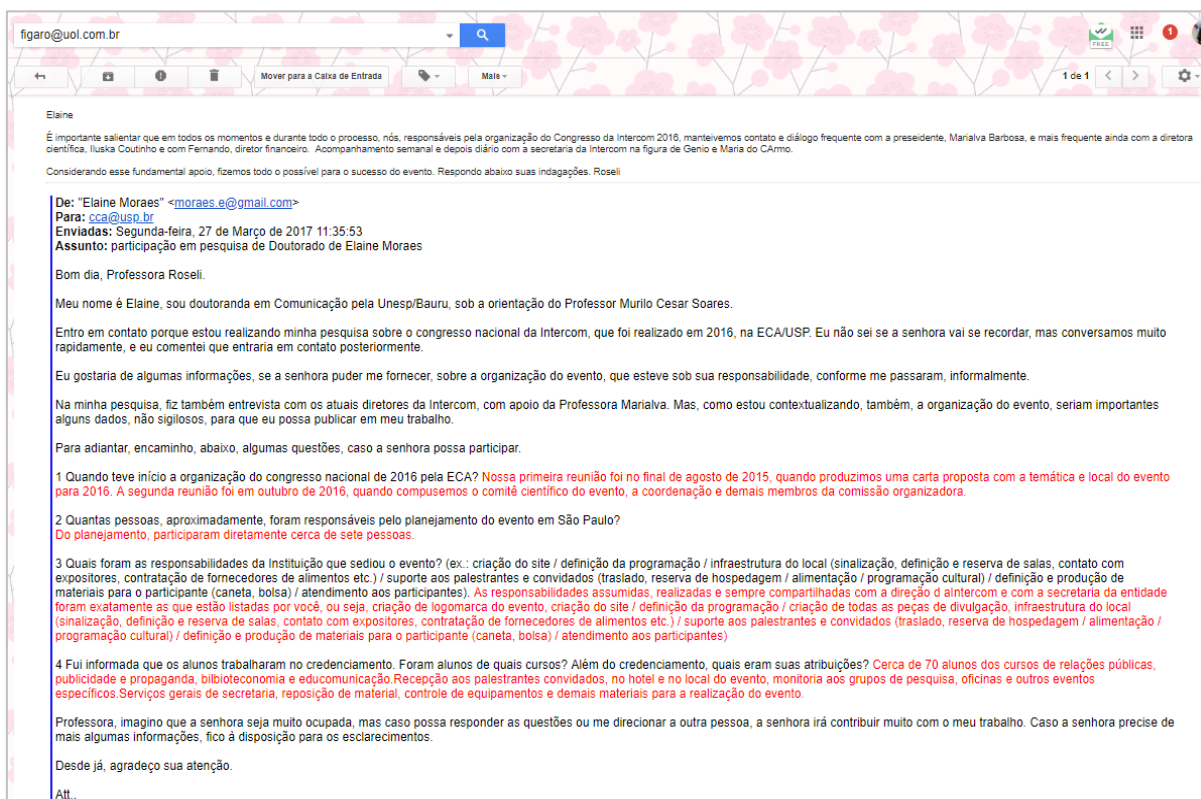
VERÓN, Eliseo. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. **Matrizes**, São Paulo, v.8, n.1, p. 13-19, jan./jun., 2014. Disponível em: <http://portal.pucminas.br/imagedb/documento/DOC_DSC_NOME_ARQUI20180205111629.pdf>. Acesso em: 16 ago. 2016.

WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Dados obtidos com a Professora Doutora Roseli Fígaro, por e-mail.



Apêndice B - Roteiro da entrevista com os diretores

- 1 Há quanto tempo o (a) senhor(a) participa dos congressos da Intercom?
- 2 Como o (a) senhor(a) entende a importância dos eventos científicos?
- 3 O que mudou no congresso comparando com as primeiras edições em que o (a) senhor(a) participou?
- 4 Quais as principais facilidades e dificuldades para organizar, atualmente, um evento deste porte?
- 5 O que a internet modificou na organização do evento?
- 6 Como a internet modificou a participação das pessoas?
- 7 Das atividades relativas à organização do congresso e do pós-congresso, quais as beneficiadas pela utilização das tecnologias digitais de comunicação?
- 8 O (a) senhor(a) considera que o perfil dos participantes tem mudado desde sua participação nos congressos? Se sim, como?
- 9 Quais são os ganhos ou os benefícios trazidos pela digitalização da comunicação aos congressos?
- 10 Quais os possíveis entraves ou dificuldades trazidas pelas tecnologias de comunicação digitais à realização dos congressos?
- 11 Quais os aplicativos (ou “ferramentas”) mais importantes na sua atividade como diretor (a) na organização do congresso / pós-congresso?
- 12 Quais os impactos, em termos de organização, custos e interações, da utilização dos aplicativos digitais nos congressos?
- 13 Sobre a organização do congresso, quem são os responsáveis pela implementação e utilização dos aplicativos digitais na Intercom?
- 14 Como se dá a relação entre a diretoria e os responsáveis pelos aplicativos na organização dos congressos?
- 15 Qual é a importância da realização de atividades presenciais nos congressos?
- 16 Pensando hipoteticamente na transformação do congresso nacional da Intercom em um evento exclusivamente virtual, quais seriam os principais ganhos e perdas?
- 17 De que forma interage com os participantes do congresso?

ANEXOS

Anexo A – Programação científica

06 de setembro

8 às 18h - PUBLICOM (Feira permanente)

9h30 - CONFERÊNCIA DE ABERTURA: Comunicação e educação: Caminhos Integrados para um mundo em transformação.

Conferencista: Guillermo Orozco Gómez (Universidade de Guadalajara/México)

Coordenação: Marialva Barbosa (Presidente Intercom)

Local: Auditório CDI-USP Butantã

11 às 19 h: XXXIX CICLO CECOM COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO: caminhos integrados para um mundo em transformação.

Coordenação: Marialva Barbosa (Presidente da Intercom) e Roseli Fígaro (ECA/USP)

Local: Auditório CDI-USP Butantã

19h30 - SOLENIDADE DE PREMIAÇÃO PRÊMIO LUIZ BELTRÃO 2015 E PRÊMIOS ESTUDANTIS INTERCOM

Coordenação: Adriana Omena (UFU)

Apresentação audiovisual de abertura

Coordenação: Marciel Consani

Local: Prédio 1, 2º andar Auditório Paulo Emílio, ECA-USP

EXPOSIÇÃO FOTOGRÁFICA: IMAGENS DA QUEBRADA

Fotógrafa e expositora: Simone Moura, jornalista, fotógrafa e mestranda em Estudos da Linguagem (CEFET-MG)

A exposição permanecerá no Hall da ECA-USP durante todo o XXXIX Congresso da INTERCOM.

07 de setembro

9 às 12h - XVI ENCONTRO DOS GRUPOS DE PESQUISA DA INTERCOM

Coordenação: Iluska Coutinho (UFJF)

Coordenação Local: Richard Romancini - CCA-ECA/USP

Local: Blocos A e B do CDI-USP e Prédios 1 e 2 da ECA-USP

9 às 12h - VIII FÓRUM EPTIC (Atividade integrante do GP Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura)

A Importância das Políticas Públicas: quais são nossos direitos?

Coordenação: Anita Simis.

Expositor: Francisco Humberto Cunha Filho (Unifor)

Debatedores: Alexandre Almeida Barbalho (UECE) e Ruy Sardinha Lopes (USP)

Local: Bloco B, Sala 6, 2o andar do CDI-USP

9 às 12h - XI INTERCOM JUNIOR

Coordenação: Ariane Pereira (UNICENTRO)

Coordenação Local: Irene Machado (ECA/USP)

Local: Prédios 3, 6 e 7 da ECA-USP

- IJ01 – Jornalismo
- IJ02 – Publicidade e Propaganda
- IJ03 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional
- IJ04 – Comunicação Audiovisual
- IJ05 – Comunicação Multimídia
- IJ06 – Interfaces Comunicacionais
- IJ07 – Comunicação, Espaço e Cidadania
- IJ08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação

9 às 12 h e das 14 às 18 h - XXIII EXPOCOM

Coordenação: Renata Rezende (UFF); Tassira Camatti (Intercom)

Coordenação Local: Luciano Guimarães (ECA/USP)

Local: Prédios 2, 4, 5 e 6 da ECA-USP e Bloco A do CDI-USP

10 às 12h - MESA JORNALISMO E LITERATURA

Mediação: Felipe Pena (UFF)

Participantes:

Antonio Torres - escritor, jornalista e membro da Academia Brasileira de Letras

Paulo Werneck - curador da Flip

Beatriz Resende - crítica literária

Afonso Borges - gestor cultural, jornalista e escritor

Local: Prédio 2, Auditório Freitas Nobre, (CJE) ECA-USP

8 às 18h - PUBLICOM (Feira permanente)

Local: Auditório CDI-USP Butantã

14 às 18h - XVI ENCONTRO DOS GRUPOS DE PESQUISA DA INTERCOM

Coordenação: Iluska Coutinho (UFJF)

Local: Blocos A e B do CDI-USP e Prédios 1 e 2 da ECA-USP

14 às 18h - XI INTERCOM JUNIOR

Coordenação: Ariane Pereira (UNICENTRO)

Local: Prédios 3, 6 e 7 da ECA-USP

15 às 17h - MESA JORNALISMO E O FUTURO DA TV ABERTA

Mediação: Felipe Pena (UFF)

Participantes:

Franz Vaceck - superintendente de jornalismo da REDE TV

Emanuel Jacobina - roteirista da Rede Globo, autor de "Malhação, seu lugar no mundo"

Sidney Garamboni - diretor da TV Globo e comentarista da GloboNews e do SporTV

Gustavo Borba - professor da Unisinos e especialista em inovação

Local: Prédio 2, Auditório Freitas Nobre, (CJE) ECA-USP

16h às 18h – II Fórum Socicom-Intercom: O PAPEL DA INFORMAÇÃO NA DEMOCRACIA E OS OLIGOPÓLIOS DE MÍDIA

Coordenação Ruy Lopes Sardinha (USP)

Profa. Dra. Claudia Lago (ECA-USP/SBPjor)

Ana Flavia Marx - Centro de Mídia Barão de Itararé

Prof. Dr. Venício Lima (UnB)

Prof. Dr. Gilberto Maringoni (UFABC)

Local: Prédio 1, 2o andar, Auditório Paulo Emílio, ECA-USP

19h30 – ASSEMBLEIA DOS SÓCIOS

Coordenação: Fernando Ferreira de Almeida (UMESP/INTERCOM)

Local: Auditório do CDI-USP

08 de setembro

9 às 12h - XVI ENCONTRO DOS GRUPOS DE PESQUISA DA INTERCOM

Coordenação: Iluska Coutinho (UFJF), Richard Romancini (ECA/USP)

Local: Blocos A e B do CDI-USP e Prédios 1 e 2 da ECA-USP

9 às 12h - XI INTERCOM JUNIOR

Coordenação: Ariane Pereira (UNICENTRO), Irene Machado (ECA/USP)

Local: Prédios 3, 6 e 7 da ECA-USP

8 às 18h - PUBLICOM (Feira permanente)

Coordenação: Sandra Reimão (EACH-USP)

Local: USP Espaço CDI-USP Butantã

14 às 18h - XVI ENCONTRO DOS GRUPOS DE PESQUISA DA INTERCOM

Coordenação: Iluska Coutinho (UFJF), Richard Romancini (ECA/USP)

Local: Blocos A e B do CDI-USP e Prédios 1 e 2 da ECA-USP

14 às 18h - XI INTERCOM JUNIOR

Coordenação: Ariane Pereira (UNICENTRO), Coordenação Local: Irene Machado (ECA/USP)

Local: Prédios 3, 6 e 8 da ECA-USP

18 h - ASSEMBLEIA ABPEDUCOM

Coordenador: Claudemir Viana (ECA/USP)

Local: Prédio 1, 2o andar, Auditório Paulo Emílio, ECA-USP

18h30- MESA: PROFISSÃO REPÓRTER 10 ANOS/TV GLOBO

Expositor: Caco Barcellos, jornalista, repórter de televisão e escritor

Mediadora: Iluska Coutinho (UFJF), diretora científica da Intercom

Local: Auditório CDI-USP

09 de setembro

9 às 13h - XVI ENCONTRO DOS GRUPOS DE PESQUISA DA INTERCOM

Coordenação: Iluska Coutinho (UFJF), Richard Romancini (ECA/USP).

Local: Blocos A e B do CDI-USP e Prédios 1 e 2 da ECA-USP

9 às 13h - XI INTERCOM JUNIOR

Coordenação: Ariane Pereira (UNICENTRO) Coordenação Local: Irene Machado (ECA/USP)

Local: Prédios 3, 6 e 7 da ECA-USP

10 às 14 h - ENCONTRO ESTUDANTES SOBRE EDUCOMUNICAÇÃO

Coordenação: Maurício Silva (Educom- ECA/USP) e Andressa Caprecci (Educom-ECA/USP)

Local: Prédio 1, 2o andar, Auditório Paulo Emílio, ECA-USP

14h – ENCERRAMENTO DO CONGRESSO – PREMIAÇÃO EXPOCOM

Coordenação: Renata Rezende (UFF); Tassiara Camatti (Intercom)

Local: Auditório CDI-USP

Anexo B - Abertura solene e festiva do congresso 2016

18h30 – ABERTURA SOLENE E FESTIVA DO CONGRESSO 2016

Coordenação: Marialva Barbosa (Intercom) e Roseli Figaro (ECA-USP)

Local: USP – Auditório do CDI

EDUARDO MONTEIRO

Considerado um dos maiores expoentes do cenário pianístico brasileiro, foi solista das principais orquestras do Brasil e de renomadas orquestras do exterior. Após conquistar 10 primeiros prêmios em concursos nacionais, sua carreira pianística tomou impulso decisivo ao vencer por unanimidade o Concurso Internacional de Piano de Colônia, Alemanha, em 1989, recebendo também o prêmio de "Melhor Intérprete de Beethoven" por sua versão do Concerto n° 4. Foi laureado ainda, em 1991, no II Concurso Internacional de piano de Dublin e, em 1992, no IX Concurso Internacional de Piano de Santander, Espanha. De sua discografia destaca-se o CD Piano Music of Brazil, gravado pelo selo inglês Meridian Records e lançado em recital no Wigmore Hall de Londres, em 2007.

Programa:

Heitor Villa-Lobos – Hommage à Chopin

Claude Debussy – Ce qu'á vu le vent d'ouest

Francisco Mignone – Sonata n. 1 (1.º movimento)

Saudação das Autoridades

OCAM & EMMANUELE BALDINI

Regência: GIL JARDIM

A OCAM – Orquestra de Câmara da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo recebe o solista italiano Emmanuele Baldini, o conhecido e respeitado violinista Spalla da OSESP, para um programa muito especial: o belíssimo concerto de Samuel Barber, finalizado em 1939. O programa traz também uma das sinfonias mais apreciadas de Ludwig van Beethoven, a de número 7, Op. 92, escrita entre 1811 e 1812.

Programa:

Samuel BARBER (1910 – 1981) - Concerto para violino e orquestra, Op. 14 - EMANUELE BALDINI, violino

L. v. BEETHOVEN (1770 – 1827) - Sinfonia n° 7 em La Maior, Op. 92 - GIL JARDIM, regência

EMMANUELE BALDINI, violino

Emmanuelle Baldini violinista italiano radicado no Brasil, é spalla da Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo e membro fundador do Quarteto de Cordas OSESP e regente da Camerata Heliópolis. Gravou as sonatas de Franck e Magnard, os Duetos para dois Violinos e Sonatas para Violino e Violoncelo de Viotti e um CD com obras virtuosísticas de Paganini, além das obras de Martucci e os Caprichos para Violino solo de Locatelli. Em 2007, lançou o CD Virtuoso com obras para violino e piano de Sarasate, Kreisler, Tartini, Mignone entre outras. Foi spalla da Orquestra do Teatro Comunale de Bolonha e no Teatro Giuseppe Verdi de Trieste, atuando também como concertino na Orquestra do Teatro alla Scala, de Milão. Como solista, tocou com a Rundfunk Sinfonieorchester Berlin, a Orchestre de la Suisse Romande, a Wiener Kammerorchester, a Flanders Youth Philharmonic Orchestra, a Orquestra Estatal da Moldávia e a Orquestra do Teatro Giuseppe Verdi de Trieste.

GIL JARDIM

É Diretor Artístico e Regente Titular da Orquestra de Câmara da ECA/USP – OCAM desde 2001. É professor livre docente do Departamento de Música da ECA/USP, lecionando Regência Orquestral.

Entre 2006 e 2009, foi Chefe do Departamento de Música. Criou e dirigiu festivais internacionais de grande repercussão no Brasil e no exterior: ‘Festival Ex Toto Corde’, ‘Percussivo USP 2008 - Festival Internacional de Percussão Contemporânea’ e ‘Festival Internacional de Violão Leo Brouwer (I, II, III e IV)’. É autor de ‘O estilo Antropofágico de Heitor Villa-Lobos’. Entre as suas gravações está o CD ‘Villa-Lobos em Paris’, contemplado com o ‘Diapason d’Or’ e o ‘Prime de Cultura’ da revista Bravo. Entre os grupos brasileiros que já dirigiu estão a Orquestra Sinfônica Municipal de São Paulo (OSM), Orquestra de Câmara da OSESP, Orquestra Experimental de Repertório (OER), Orquestra Sinfônica Petrobras, Orquestra Sinfônica do Teatro Cláudio Santoro (Brasília), entre outras. No exterior, podemos citar Brooklyn Academy of Music Symphony Orchestra (New York, USA), Royal Philarmonic Concert Orchestra (Londres), Camerata Mexicana, Orquestra Regionale del Lazio i Roma, Orquestra de Câmara Mayo (Buenos Aires/Argentina), Indianapolis Chamber Orchestra (USA), Orquestra Sinfônica Nacional Juvenil do Peru, Orchestra Haydn de Bolzano Y Trento (Itália), etc. Além de trabalhar com inúmeros solistas de renome da música erudita, realizou também concertos com personalidades da música popular como Egberto Gismonti, César Camargo Mariano, Milton Nascimento, Gilberto Gil, Ivan Lins, João Bosco, Naná Vasconcelos, Gianluca Littera, Measha Bruegggosman, entre outros. Desde 2012, é membro correspondente da Academia Chilena de Belas Artes no Brasil.



Considerada um dos principais organismos artísticos da Universidade de São Paulo, a Orquestra de Câmara da Escola de Comunicações e Artes da USP – OCAM tem sido referência fundamental no âmbito das orquestras profissionalizantes do país. Seu trabalho é caracterizado pela marcante qualidade de performance musical e pela concepção arrojada com que desenvolve todas as ações de comunicação e relacionamento que sustentam sua proposta artística. Criada em 1995 pelo Maestro Olivier Toni, tem como propósito dar suporte às atividades pedagógicas desenvolvidas no Departamento de Música da ECA/USP, bem como propiciar aos jovens músicos a prática instrumental necessária rumo a uma profissionalização competente. Possui um corpo sinfônico de 45 músicos, selecionado anualmente, e integrado por alunos do Departamento de Música da USP e jovens da comunidade ligados à universidade através de seus cursos de extensão universitária. É dirigida pelo Maestro Gil Jardim, que está à frente da OCAM desde 2001, tendo desenvolvido um plano de ação caracterizado por uma programação de alto nível artístico e com um trabalho pedagógico extremamente competente. Como resultado dessa arrojada administração, a OCAM é hoje plenamente reconhecida no mercado cultural nacional por seus méritos artísticos e educacionais. Dentro do espírito acadêmico, os músicos são levados a interagir com os estilos dos vários períodos da história da música, nacional e internacional, estimulando uma profissionalização compromissada com a qualidade técnica e com saudável dimensão do que seja a conduta ética nesse campo de trabalho. Com essa proposta de aperfeiçoamento, os músicos da OCAM estão sempre em contato com solistas e maestros convidados. São personalidades consagradas no Brasil e no exterior como Leo Brouwer (Cuba), Tim Fain (EUA), Catalin Rotaru (Romênia), Kirk Trevor (Inglaterra), Pablo Mainetti (Argentina), Peter Zazofsky (EUA), Evgenia Popova (Bulgária), Benjamin Zander (EUA), Boris Giltburg (Rússia), Gilberto Tinetti, Olivier Toni, Cláudia Riccitelli, Cláudio Cruz, Eduardo Monteiro, Céline Imbert, Alex Klein, Duo Assad, entre outros. Em sua temporada anual, a OCAM desenvolve entre oito e dez programas, apresentando duas récitas mensais de cada um deles em teatros consagrados da cidade de São Paulo como o Auditório Ibirapuera e Grande Auditório do MASP. Tem realizado também apresentações em SESCs, além de concertos em festivais como Festival Internacional de Violão Leo Brouwer, Virada Cultural de São Paulo, Festival de Inverno de Campos de Jordão, Festival de Música Nova, entre outros.

Disponível em: <<http://intercom2016site.wixsite.com/2016/ocam>>. Acesso em: 05 set. 2016.

Anexo C – Informações no site Intercom 2016 sobre alimentação: *food trucks*, lanchonetes e restaurantes do campus



CONFIRA TAMBÉM AS OPÇÕES DE RESTAURANTES E LANCHONETES:

LANCHONETES

Panificadora Cruspão
Av. Prof. Mello Moraes, travessa 8 - Bloco F - Butantã - São Paulo - SP

Lanchonete da História e Geografia
Av Professor Lineu Prestes , 338 , Butantã - São Paulo.

Lanchonete da Letras
Av. Prof. Luciano Gualberto, 403, Butantã- São Paulo.

Lanchonete da Filosofia, Sociologia e Ciência Política
Av. Prof. Luciano Gualberto, 315, Butantã- São Paulo.

RESTAURANTES

Restaurante Central (Coseas/Bandejão Central)
Praça do Relógio Solar, travessa 8, nº 300, Cidade Universitária, São Paulo - SP
Horário de Funcionamento de segundas as sextas-Feiras: Café da Manhã : 7:00 às 8:30;
Almoço: 11:15 às 14:15 e Jantar: 17:30 às 19:45.
Preço fixo: R\$ 12,00.

Restaurante CEPAM/ETEC (em frente a Faculdade de Química)
Av. Professor Lineu Prestes, 913, Cidade Universitária, São Paulo.
Telefone: (11) 3811-0300
Por quilo

Restaurante Sweden (Faculdade de Economia e Administração)
Av. Prof. Luciano Gualberto, 908) , Butantã - São Paulo.
Telefone:(11) 3483-9990
Por quilo

Disponível em: <<http://intercom2016site.wixsite.com/2016/informacoes>>. Acesso em: 05 set. 2016.

Anexo D – Programação do GP Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais na América Latina

GP Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais na América Latina

Coordenação: Profa. Dra. Maria Ataíde Malcher (Universidade Federal do Pará)

Vice-coordenação: Profa. Dra. Jane Aparecida Marques (Universidade de São Paulo)

07/09/2016 - 4ª feira

9h às 09h20

Boas-Vindas e Abertura do GP

Coordenação: Profa. Dra. Maria Ataíde Malcher (Universidade Federal do Pará – UFPA) e Profa. Dra. Jane Aparecida Marques (Universidade de São Paulo – USP)

Local: Centro de Difusão do Conhecimento/ CDI, Bloco B sala 03, 2º andar

9h20 às 11h10

Sessão 1: Empoderamento Feminino nas Redes Digitais

Coordenação: Profa. Dra. Jane Aparecida Marques (Universidade de São Paulo – USP)

Local: Centro de Difusão do Conhecimento/ CDI, Bloco B sala 03, 2º andar

1. Catarse e sororidade: o relato enquanto motor essencial da campanha Não Mereço Ser Estuprada no Facebook

Bianca Bortolon Gonçalves e Marianne Malini (Universidade Federal do Espírito Santo – UFES)

2. Redes Sociais e Feminismo Tecendo uma Experiência Acreana

Aleta Tereza Dreves e Ana Luiza de Lima Silva (Universidade Federal do Acre – UFAC)

3. Internet e Empoderamento Feminino: o movimento em rede do feminismo ao sul da América Laís Modelli Rodrigues (Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho – UNESP)

4. Hashtag Medo: uma análise das tensões experimentadas por meninas no uso da internet em Fortaleza, CE

Ana Cesaltina Barbosa Marques (Universidade Federal do Ceará – UFC)

07/09/2016 - 4ª feira

11h10 às 13h

Sessão 2: Tecnologia e Serviços de Informação: conveniências para a sociedade

Coordenação: Prof. Dr. Sandro Colferai (Universidade Federal de Rondônia – UNIR)

Local: Centro de Difusão do Conhecimento/ CDI, Bloco B sala 03, 2º andar

1. E-SIC: informação transparente e superação da cultura do segredo nos departamentos públicos Bruna Silvestre Innocenti Giorgi (Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho – UNESP)

2. Uso da Rede Social Facebook pelas Mídias Comunitárias e de Bairro

Luíza Giovancarli (Universidade de São Paulo – USP)

3. Indicadores Nacionais sobre TIC e Cultura: perspectiva qualitativa

Juliana Doretto (Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação – Cetic.br)

4. Operadoras de telefonia no Brasil e a caminhada na contramão da excelência em serviços

Gustavo Henrique Del Vechio (Universidade Metodista de São Paulo – UMESP)

07/09/2016 - 4ª feira

14h às 16h

Sessão 3: Interações Midiáticas: colaborações no cenário de convergências

Coordenação: Prof. Dr. Alexandre Barbosa (Universidade de São Paulo – USP)

Debatedor/ Relator: (se houver)

Local: Centro de Difusão do Conhecimento/ CDI, Bloco B sala 03, 2º andar

1. Não basta assistir, é preciso debater futebol: as interações do público do programa Bate-Bola no Twitter

Fernanda Chocron Miranda (Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS) e Antonio Edson Alcântara Bastos (Universidade Federal do Pará – UFPA)

2. Explorando as cenas interacionais de jovens no Círio de Nazaré, em Belém-Pará
Suzana Cunha Lopes (Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG) e Ana Luiza Azevedo Pires (Universidade Federal do Pará – UFPA)

3. A Minha Família Existe? Deliberação e Conversação Política na Internet
Elias Santos Serejo e Danila Cal (Universidade da Amazônia – UNAMA)

4. O futuro do jornalismo: como os estudantes da UFF consomem notícias
Carla Baiense Felix, Larissa de Moraes Ribeiro Mendes, Helen Pinto de Britto Fontes, Elisa Calmon e Patrícia Fernandes Viana Franco Castro (Universidade Federal Fluminense – UFF)

07/09/2016 - 4ª feira

16h às 18h

Sessão 4: Comunicação Local e/ou Global: representações em diferentes tempos e espaços

Coordenação: Profa. Dra. Carla Baiense (Universidade Federal Fluminense – UFF)

Local: Centro de Difusão do Conhecimento/ CDI, Bloco B sala 03, 2º andar

1. Se Essa Rua Fosse Minha? O Renascimento da Infância na Modernidade Tardia a Partir da Educomunicação

Elis Rejane Santana da Silva e Emanuel Andrade Freire (Universidade de São Paulo – USP)

2. A cultura latino-americana no Caderno 2 do Jornal Estado de São Paulo

Leandro Willian Pires Travassos (Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN)

3. O Audiovisual e a Produção de Resistência nos Territórios Periféricos aos Conglomerados Midiáticos

Patrik Camporez Mação (Universidade Federal do Espírito Santo – UFES)

4. Complexa Amazônia: por uma manifestação material-ideal da região

Sandro Colferai (Universidade Federal de Rondônia – UNIR)

08/09/2016 - 5ª feira

09h às 10h30

Sessão 5: Comunicação da Ciência: diálogos de conhecimentos

Coordenação: Prof. Dr. Osvando José de Moraes (Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho – UNESP)

Local: Centro de Difusão do Conhecimento/ CDI, Bloco B sala 03, 2º andar

1. Os Eventos Científicos e a Mediatização: novas possibilidades de interação e a disseminação do conhecimento

Elaine Cristina Gomes de Moraes e Murilo Cesar Soares (Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho – UNESP)

2. Comunicação científica na América Latina

Maria Ataíde Malcher e Felipe Jailson Souza Oliveira Florêncio (Universidade Federal do Pará – UFPA)

3. Diálogos entre jovens e recomendações publicitárias: leituras sobre a publicidade na TV aberta brasileira

Weverton Raiol Gomes de Souza e Julianna Garcia Leão (Universidade Federal do Pará – UFPA)

08/09/2016 - 5ª feira

10h30 às 12h

Sessão 6: Comunicação na(da) América Latina: compartilhando práticas

Coordenação: Profa. Dra. Maria Ataíde Malcher (Universidade Federal do Pará – UFPA)

Local: Centro de Difusão do Conhecimento/ CDI, Bloco B sala 03, 2º andar

1. O modo de produção jornalístico na imprensa das classes trabalhadoras na América Latina: o caso do MST

Alexandre Barbosa (Universidade de São Paulo – USP/ Universidade Nove de Julho - UNINOVE)

2. Servidão ou falsa teoria? Pensar a comunicação na América Latina
Osvando José de Moraes (Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho – UNESP)
3. Cinema & Música na América Latina para o cineasta Hector Babenco
Paulo Bráz Clemencio Schettino (Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN)

08/09/2016 - 5ª feira

12h às 13h

Reunião de Avaliação do GP com os Pesquisadores

Coordenação: Profa. Dra. Maria Ataíde Malcher (Universidade Federal do Pará – UFPA) e Profa. Dra. Jane Aparecida Marques (Universidade de São Paulo – USP)

Local: Centro de Difusão do Conhecimento/ CDI, Bloco B sala 03, 2º andar.