



**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA – UniCEUB
FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS –
FATECS
PROGRAMA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA**

**RODRIGO DE OLIVEIRA RODRIGUES
CEZAR AUGUSTO CAMILO SILVA**

**A COMUNICAÇÃO NO “MERCADO SUL VIVE!”, TAGUATINGA – DF:
OBSERVAÇÃO E ANÁLISE DA ESTÉTICA DE COMUNICAÇÃO
VISUAL LOCAL E PRODUÇÃO DE DOCUMENTÁRIO SOBRE O
MOVIMENTO DE REVITALIZAÇÃO CULTURAL COMUNITÁRIO.**

**BRASÍLIA
2018**



**RODRIGO DE OLIVEIRA RODRIGUES
CEZAR AUGUSTO CAMILO SILVA**

**A COMUNICAÇÃO NO “MERCADO SUL VIVE!”, TAGUATINGA – DF:
OBSERVAÇÃO E ANÁLISE DA ESTÉTICA DE COMUNICAÇÃO
VISUAL LOCAL E PRODUÇÃO DE DOCUMENTÁRIO SOBRE O
MOVIMENTO DE REVITALIZAÇÃO CULTURAL COMUNITÁRIO.**

Relatório final de pesquisa de Iniciação Científica
apresentado à Assessoria de Pós-Graduação e
Pesquisa pela Faculdade de Tecnologia e
Ciências Sociais Aplicadas – FATECS.

Orientação: Profa. Úrsula Betina Diesel

**BRASÍLIA
2018**

AGRADECIMENTOS

A execução desta pesquisa só foi possível graças a colaboração de cada integrante do projeto Mercado Sul Vive. Um agradecimento especial à comunidade do Mercado Sul, bem como todos os envolvidos no movimento. Imensa gratidão ao carinho do Artur, do Abder e da Sônia. Agradecemos ao apoio prestado pelas colegas de pesquisa Laura Furtado e Juliana Alvim e principalmente à maravilhosa orientação da professora Ursula Diesel, desde a primeira proposta de pesquisa realizada. Toda atenção prestada ao trabalho e reformulações pontuais para entrega dos resultados apresentados concretizaram o aprendizado durante o processo. Agradecemos aos familiares e amigos pela paciência durante o período dedicado ao projeto; o auxílio de vocês foi indispensável.

-

Eu sou planta para botar semente, para semear em todo lugar daqui pra frente.
(Thabata Lorena)

-

A COMUNICAÇÃO NO “MERCADO SUL VIVE!”, TAGUATINGA – DF: OBSERVAÇÃO E ANÁLISE DA ESTÉTICA DE COMUNICAÇÃO VISUAL LOCAL E PRODUÇÃO DE DOCUMENTÁRIO SOBRE O MOVIMENTO DE REVITALIZAÇÃO CULTURAL COMUNITÁRIO.

Rodrigo de Oliveira Rodrigues – UniCEUB, PIC Institucional, aluno bolsista
ror.1403@gmail.com

Cezar Augusto Camilo Silva – UniCEUB, PIC institucional, aluno voluntário
cezar.a.camilo@gmail.com

Ursula Betina Diesel – UniCEUB, professora orientadora
ursula.diesel@ceub.edu.br

Esta pesquisa trata da compreensão dos elementos comunicacionais dentro da estética visual urbana no processo de ressignificação da cidade, vivenciando a ação do projeto composto por coletivos populares, conhecido como “Mercado Sul Vive”, no Mercado Sul, Taguatinga-DF. Em 2013, o grupo realizou ocupações estratégicas nas construções do complexo, estruturas abandonadas na época, sem nenhuma razão social. Desde então, empenham-se em revigorar o espaço, além de ressignificar a região no intuito de fortalecer a cultura popular de Taguatinga. Nas vivências com a comunidade do Mercado Sul, foi perceptível o desenvolvimento de técnicas e estratégias comunicacionais no contexto urbano, como rádio livre, feiras de artesanato mensais, composteiras e hortas urbanas, além de intervenções urbanas gráficas ou performáticas que configuram a estruturação de viés comunicacional em função da conectividade entre o espaço vivenciado e a população. Foi objetivo geral deste trabalho identificar as intervenções artísticas visuais e performáticas, bem como a rádio comunitária e o processo de “revivação” realizadas no espaço do Mercado Sul, como elementos comunicacionais integrados à espacialidade do cenário urbano. É importante salientar que não é propício o uso da expressão “revitalização”, pois este processo é facilmente atrelado a um processo de gentrificação, ou seja, ignorar por completo a atuação da comunidade no processo de revivamento, expulsando-a aos poucos com mudanças na lógica de funcionamento do espaço, além de um aumento na especulação imobiliária. O que o movimento propõe é a renovação de sentidos do espaço comunitário. Um dos objetivos desta pesquisa foi registrar os componentes desse diálogo urbano para retornar o material em forma de documentário à comunidade. O material audiovisual usado para a edição do minidocumentário foi entregue a representantes do grupo, bem como o curta já finalizado. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, uma vez que procuramos entender melhor a comunicação de um movimento urbano em prol da cidade analisando elementos comunicacionais distintos, resultado das vivências no espaço e junto à comunidade. Dentre outros, foram destacados os elementos visuais. São de grande importância para entender a quebra de paradigmas que o movimento nos traz: stencils, lambe-lambes, composteiras e outras formas que os moradores encontraram de tornar o ambiente mais pessoal e sustentável. O grupo focal também foi importantíssimo como método para apreensão do que pensam alguns representantes da comunidade e do movimento de ressignificação desse

-

ambiente. Destaca-se o aprendizado utilizando a pesquisa-ação, através do encontro e da imersão dos pesquisadores dentro da realidade estudada. Assim, conclui-se ser possível produzir uma relação propícia à produção de conhecimento e informação realmente efetivos para sociedade; mudar a perspectiva de uma hierarquia do conhecimento, onde a academia é colocada como detentora do saber, e deixar que as vozes dos transformadores sociais ecoem para dentro do cenário acadêmico. Observamos, na produção do documentário, uma refuta à semelhante conjuntura hierárquica presente nos elementos comunicacionais do grupo de “revivação” da urbe. Transmissões radiofônicas por softwares livre via internet e intervenções urbanas são componentes de comunicação que alimentam a cultura popular no sentido inverso à especulação e triagem dos agentes sociais que realmente fazem a diferença.

Palavras-Chave: Mercado Sul Vive. Comunicação. Documentário.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
1.1 OBJETIVO GERAL	10
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	10
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	11
3. METODOLOGIA	18
3.1 DESCRIÇÃO DAS OPÇÕES METODOLÓGICAS UTILIZADAS	
3.1.1 PESQUISA-AÇÃO:	18
3.1.2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA:	18
3.1.3 PESQUISA DE CAMPO:	19
3.1.3.1 Grupo Focal:	19
3.1.3.2 Entrevista não estruturada:	20
3.1.3.3 Produção de documentário:	20
3.2 OPERACIONALIZAÇÃO DA METODOLOGIA	21
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO	27
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	28
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	29
APÊNDICES	31

1. INTRODUÇÃO

Não somente morar, mas habitar. Habitar uma cidade é interagir, conviver, atuar. Perceber-se como parte da cidade e sentir-se parte dessa grande célula faz parte do habitar. O simples morar é vazio de significado, e em plena capital do Brasil o afeto e o pertencimento à cidade estão morrendo com o clima seco da comunicação do planalto. Porém ainda assim é possível encontrar quem se dedique a plantar novas ideias e sonhos neste solo árido. O movimento “Mercado Sul Vive!” brotou em Taguatinga no ano de 2013 e cinco anos depois já colhe os frutos desta árvore regada muito suor, jogo de cintura e resistência. É adubado por mãos que acreditam que a cidade pertence a todos e que os espaços não só merecem como devem ser ocupados.

Os seres que vivem na cidade transitam e se comunicam, fazem parte desta grande célula em uma relação de mutualismo, onde todos são afetados em âmbito pessoal e coletivo. Brasília é uma cidade criada e a criar-se. Sua história foi comunicada desde seu planejamento, destacado no Centro-Oeste brasileiro. A comunicação perpassa a dinâmica do Distrito Federal, compreendido como Plano Piloto (Brasília) e Regiões Administrativas (RA). Toda a região dialoga com símbolos e ressignificações do espaço, a produzir um discurso afetivo com a cidade, desenvolvendo novas técnicas e estratégias comunicacionais no contexto urbano, objeto de estudo desta pesquisa. Desde os anos 50, antes da inauguração da capital, Taguatinga, uma das Regiões Administrativas, avançou nos índices de desenvolvimento devido sua intensa atividade econômica. Porém, a comunicação entre o Plano Piloto e Taguatinga já enfrentava uma distância muito maior que os 24km que os separavam. O Mercado Sul (QSB 12 - Taguatinga Sul-DF), polo comercial da região, foi agente primordial na afetividade taguatinguense à cidade, com cultivo de técnicas e estratégias integradoras da cultura regional, predominantemente nordestina. Havia lutheria de violas caipiras, feira, bares e instalações de convívio em geral. Porém, esse espaço sofreu com a ditadura militar (1964-1985) e seu plano econômico, que mitigou qualquer iniciativa popular e atuou a favor dos grandes conglomerados.

Em 2013, o Mercado Sul voltou a comunicar-se em âmbito mundial. Ocupações populares estratégicas nas construções do complexo, estruturas abandonadas, sem

nenhuma razão social, feitas por coletivos empenhados em revitalizar o espaço tradicional de Taguatinga, proporcionaram a construção de novos significados à cidade. A construção de uma cidade inteligente, com novos sentidos ao habitar um lugar e uma estética única atribuída ao espaço urbano. A ocupação “Mercado Sul Vive!”, desde então, tem a proposta de retomar o fazer cultural da região e assim revitalizar a urbe. Alinhado aos conceitos de comunidade sustentável, o projeto conta com a colaboração dos moradores.

A equipe pesquisadora realizou uma imersão nas rodas de conversas promovidas pela ocupação. O objetivo foi compreender a comunicação utilizada pelo movimento, seja como intervenções urbanas (grafites, lixeiras, composteiras, hortas) e até mesmo a rádio livre usada pela comunidade, e retornar a eles um documentário em curta-metragem. Coleta de dados em formato de fotografias, filmagens, arquivos disponibilizados online são os recursos usados nessa interação e para o alcance do objetivo do estudo. A teoria comunicacional de Guattari (1981), à luz da produção antropológica quanto às práticas e estratégias urbanas de Certeau (1998), em comparação aos relatos de Jacobs (2000) na cidade de Nova York e da pesquisa semiótica de Armando Silva (2006) acerca do imaginário urbano, no escopo latino-americano, ainda dentro da semiótica, a análise conjuntural dos espaços relacionados às intervenções urbanas feita por Pedro Russi (2013) são bases essenciais de raciocínio no estudo. A comunicação é fundamental nesse processo de ressignificação urbana. A participação de agentes externos à ocupação, com a mesma proposta de revitalizar o mercado, tem sua iniciativa frutificada pela eficiência da comunicação exercida pelos cidadãos.

1.1 OBJETIVO GERAL

Entender o funcionamento do movimento “Mercado Sul Vive!”, que se demonstra bastante disruptivo¹, além de observar como intervenções artísticas visuais e performáticas, rádio comunitária, revitalização cromática do espaço interferem no funcionamento da comunidade. Através desta observação, participação e inserção em meio à comunidade estabeleceu-se como objetivo retornar para o movimento um material em forma de documentário que retrate a vivência que experimentamos e o aprendizado em relação ao que é a atuação comunicativa do Mercado Sul.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Caracterizar o espaço Mercado Sul.
- Identificar os elementos que levaram à estruturação e atividade do Mercado Sul Vive!.
- Registrar as opções estéticas que caracterizam o espaço, sejam elas cromáticas, figurativas, verbais, sonoras, de tipos de atividades.
- Analisar a linha semiodiscursiva dessas opções estéticas e sua coerência com a proposta do grupo/projeto.
- Compreender como são usados recursos de comunicação na promoção da revitalização do espaço e da cultura local.
- Entrevistar participantes ativos do grupo e frequentadores de diferentes faixas-etárias, inclusive na dinâmica de grupo focal.
- Produzir um documentário que represente o projeto Mercado Sul Vive!

¹ Pedro Russi em “Grafitis: Trazos De Imaginacion Y Espacios De Encuentros” (2015) define como “ruptura” de hábitos a quebra de expectativa pela “voz” daqueles que estavam dentro do “sistema” predominante e agora não mais estão.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A comunicação é inerente à vida (BORDENAVE, 1982). Segundo o autor, “a comunicação evoluiu de uma pequena semente – a associação inicial entre um signo e um objeto – para formar linguagens e inventar meios que vencessem o tempo e a distância.” (1982, p. 14). Ela garante a interação social. Pode também ser caracterizada como um processo de atuação recíproca entre os envolvidos no acontecimento comunicativo, como aponta Santaella em “o comportamento de um serve como estímulo para o comportamento complementar do outro”. (2001, p. 22).

E a comunicação? Será que o modo de nossa sociedade usar sua comunicação “social” responde às necessidades das pessoas reais? Os meios de comunicação ajudam na tomada de decisões importantes? Oferecem oportunidades de expressão a todos os setores da população? Fornecem ocasiões de diálogo e encontro? Estimulam o crescimento da consciência crítica e da capacidade de participação? Questionam os regimes políticos e as estruturas sociais que não respondem aos anseios da liberdade, convívio, beleza, além de não satisfazer as necessidades básicas da população? (BORDENAVE, 1982, p. 9.)

É inegável que a comunicação tem aberto uma série de novas possibilidades, mas neste ponto Bordenave nos intriga ao questionar se a comunicação é democrática e se ela realmente atende a demandas reais da sociedade. Será que temos usado de forma sábia e útil esses recursos que estão literalmente em nossas mãos ou temos nos apoiado em ideias que falseiam a sensação de que nossas mensagens possuem um grande alcance e grande audiência? Estaríamos realmente usufruindo da comunicação da melhor forma possível? Seria então necessário procurar formas alternativas de comunicar que não funcionam nessa lógica massificada para conseguir dialogar de modo realmente efetivo?

Mensagens, de diferentes naturezas, têm o potencial de marcar, expressar e redefinir o cenário atuando significativamente nos eixos de produção e reconhecimento (RUSSI, 2013). Contemplam, por essência, o desejo da ação coletiva. Um movimento como o que caracteriza o Mercado Sul Vive! explicita isso.

Desse modo, a noção de mundo concretiza-se na construção coletiva, o que deveria caracterizar a dinâmica urbana, já que “falar de cidade é falar de espaço

-

público” (LOPES, 2015). Para Habermas (1987), o espaço público configura um ambiente democrático para a comunicação, de uso comum e posse de todas as pessoas.

As mudanças que as cidades sofreram cronologicamente, de acordo com as formas de produção e funções sociais, levaram a uma nova percepção do que é público e privado. (...) as cidades eram espaços públicos, de vida pública e serviços públicos. Atualmente essa dinâmica está mudando para a esfera privada. Bauman (2001) explica como essa mudança ocorreu na esfera social. A sociedade classificada por ele como líquida, fluida, é considerada instável, onde o indivíduo produtor passa pela transformação para o papel de consumidor, que é hostil em relação à crítica e extremamente agitado, não aceitando a solidez, o “ficar parado”. (AGAPITO, 2013)

“O fenômeno humano é dinâmico e uma das formas de revelação desse dinamismo está, exatamente, na transformação qualitativa e quantitativa do espaço habitado.” (SANTOS, 1988, p. 14). Assim, cidade seria uma definição que deveria abrigar a pluralidade. Então, a perspectiva do comunitário aparece como congregante de indivíduos com algum fim comum; segundo Gomes (1999), pode “até abarcar os indivíduos que interagem numa cidade inteira”, já que “as definições de comunidade tem sido cada vez mais abrangentes pois se destinam a cobrir toda esta gama de habitats sociais” (GOMES, 1999).

A cidade entendida como um espaço a ser vivenciado torna fundamental rever a noção de espaço público. Para Santos, o espaço público deve ser compreendido “como um conjunto indissociável de sistemas de objetos e de sistemas de ações.” (2006, p. 12) O que em Habermas (1987) ganha traços mais discursivos quando o conceitua como lugar de desenvolvimento de opiniões e, por isso, um lugar democrático para a comunicação, de uso comum e de posse de todas as pessoas.

Assim, pode-se inferir, inicialmente, que as intervenções visuais urbanas representam gritos de presença e habitação, e podem ser percebidas como expressão poética ou militante já que possuem no seu âmago a provocação, o despertar nos passantes à reflexão sobre sua atuação no círculo social em que vivem. Como afirma Baitello²,

a distribuição de símbolos e imagens, seja ela feita pelos códigos da visualidade ou por outros códigos, cria grandes complexos de vínculos comunicativos – grupos, tribos, seitas, crenças, sociedades, culturas – e, com isso, cria realidade que não apenas podem interferir na vida das pessoas, como de fato determinam seus destinos, moldam sua percepção, impõem-lhes restrições, definem recortes e janelas para o seu mundo.

²Ainda que aqui Baitello esteja alertando sobre a tipologia da violência.

(BAITELLO JR., 2005, p. 42)

Os discursos existentes no ambiente do Mercado Sul, elementos visuais ou discurso oral, por meio do grupo focal, foram acompanhados dentro do espaço no qual eram proferidos, assim, a percepção dos elementos que estimulavam ou depreciavam o discurso e sua relação com o espaço ficavam em destaque; as consequências de cada variável também. Ou seja, os discursos foram analisados com base no que foi possível ser falado e também no que não foi, já que, segundo a análise do discurso de Foucault, “o novo não está no que é dito, mas no acontecimento à sua volta” (1999, p. 26). A construção desse discurso se baseia em tecnologias sociais no sentido de satisfazer uma necessidade comunicacional dentro de um ambiente não-profissional, conforme reflexões de Michel de Certeau (1998) acerca do cotidiano, conceito próximo à convivência.

Elas colocam questões análogas e contrárias às abordagens de Foucault: análogas, porque se trata de distinguir as operações quase microbianas que proliferam no seio das estruturas tecnocráticas e alteram o seu funcionamento por uma multiplicidade de ‘táticas’ articuladas sobre os ‘detalhes’ do cotidiano; contrárias, por não se tratar mais de precisar como a violência da ordem se transforma em tecnologia disciplinar, mas de exumar as formas sub-reptícias que são assumidas pela criatividade dispersa, tática e bricoladora dos grupos ou dos indivíduos (CERTEAU, 1998, p. 41).

O autor define essa ação como uma espécie de bricolagem (CERTEAU, 1998) e caracteriza a ação tática dos discursos proferidos em um ambiente de comunidade como novas tecnologias sociais.

A relação desses discursos com a estética proposta através das intervenções visuais (pinturas, colagens, reutilização de garrafas pets e pneus) parece revelar a reverberação dos elementos dispostos no Mercado Sul para outras regiões com a mesma proposta de revitalização, ou não.

Marc Augè (1994) faz uma crítica os espaços urbanos que são constantemente descaracterizados e desligados de seus sentidos identitários tornando-se espaços vazios de significado e de afeto, sendo assim não agregadores. Usa, para tanto, o conceito de não-lugar. Uma cidade que contempla a diversidade e valoriza o hibridismo cultural de seus habitantes deveria, portanto, caracterizar um lugar, isto é, “[...] se definir como identitário, relacional e histórico [...]” (AUGÈ, 1994, p. 73-74)

Complementar a isso, Lefebvre (2004) lembra que a vida na cidade, hoje, se resume a trabalhar para consumir e que todo esse processo ocorre, predominantemente, em áreas privadas. Porém, a cidade caracterizaria um espaço público. Ou seja, há uma problemática de fundo aí, que talvez possa ser expressa

-

nas palavras de Hannah Arendt:

A contradição óbvia deste moderno conceito de governo, onde a única coisa que as pessoas têm em comum são seus interesses privados (...) foi um fenômeno temporário que trouxe a completa extinção da própria diferença entre as esferas privada e pública, a submersão de ambas na esfera do social. (2004, p. 79)

Pode-se agregar a essa constatação sobre a esfera do social, a importância dos meios a partir da clássica afirmação de McLuhan (2007), de que o meio é a mensagem. Aqui, a cidade configura o meio que comunica a necessidade de constituir novos espaços, de contornos agregadores, que contemplem a diversidade cultural e manifestem a inteligência coletiva da comunidade. “A cidade é a mensagem, agora alterada graças a intervenções de seus habitantes, intencionais, inseridas no meio em que os outros transitam, vivem. O cidadão conecta-se à cidade, um passa a ser extensão do outro.” (LOPES, 2015)

Por outro lado, é preciso atentar ao conceito de cultura, já que se trata de um movimento de revitalização cultural da comunidade. Assim, parece adequado utilizar as noções de Bourdieu (1972), que fala de capital cultural, capital social e capital simbólico. Tais definições mostram-se muito condizentes com o objeto de estudo em questão. O capital cultural contempla o repertório familiar, da tradição comunitária, e está associado ao corpo, às performances – elementos bastante evidentes no Mercado Sul Vive!. O capital social estrutura-se nas relações e compartilhamentos, portanto poderia ser detectado inclusive na estratégias estéticas de caracterização do beco. Já o capital simbólico compreende as representações que definem o Mercado Sul Vive! e podem estar marcadas tanto na caracterização do lugar quanto nos acontecimentos que o caracterizam.

Para estruturar essa observação das características estéticas e comunicacionais que marcam o espaço em estudo, utilizou-se como orientação o dispositivo teórico-metodológico a Semiótica, de vertente peirceana, compreendida como “forma de pensar, de compreender e de projetar novos caminhos de entendimento em comunicação” (RUSSI, 2013, p. 40), já que “cada signo é também um fragmento material da realidade (um som, uma massa física, cor, movimento de corpo, etc.) e [...] “a própria consciência só pode surgir e se afirmar como realidade mediante a encarnação material em signos” (BAKHTIN, 2004, p. 33).” (HORTA, 2013, p. 115)

Julga-se, também, importante agregar a noção de acontecimento discursivo

-

vista em Foucault (1996) e demarcadora da Análise do Discurso de vertente francesa. O aspecto ideológico constituinte de espaço cultural foi assim analisado enquanto fruto de procedimentos de controle dos discursos ali manifestos e a manifestar. Importante ressaltar que Foucault prevê espaços de ruptura, o que se suspeita ser detectável no presente estudo. Também a noção de biopoder explorada por Foucault no primeiro volume de “História da sexualidade” mostra-se relevante para o presente projeto. O movimento Mercado Sul Vive! parece poder ser compreendido como a evidenciação do ser político que deveria caracterizar cada cidadão, na própria dinâmica não só de sobreviver, mas de viver – esfera aqui ativada pela noção de espaço cultural. Para Foucault (1999, p.134), “o homem, durante milênios, permaneceu o que era para Aristóteles: um animal vivo e, além disso, capaz de existência política; o homem moderno é um animal, em cuja política, sua vida de ser vivo está em questão”.

Por fim, a produção do documentário exige que se defina qual a compreensão a ser utilizada. Ramos (2001, p. 192^a 193) questiona:

Seria o documentário um gênero como outros, ou teria o documentário características imagéticas (e sonoras) estruturais que o singularizariam deste outro vasto continente da representação com imagens-câmera que é a ficção narrativa (em seus formatos diversos de 'filme' - longa ou curta -, 'mini-série', 'novela')?

Ainda segundo Ramos, “no Brasil, reina de um modo difuso, mas uniforme, o discurso que reivindica a não especificidade do campo não ficcional” (2001, p. 193) e se observa, inclusive a atitude de desafiar as regras estabelecidas. Portanto, cabe a criatividade dentro do documentário. Essa visão é compatível com a definição encontrada em Nichols (2001), que trata a questão do narrar nos documentários explorando recursos retóricos para dar voz aos personagens retratados, porém valorizando a dinâmica expositiva.

Valoriza-se, aqui, portanto, o documentário como registro e fala sobre e do próprio projeto Mercado Sul Vive!, constituído a partir da vivência via observação e interação junto a atividades do beco e aprendizado no contato com seus atores socioculturais.

Por conta de uma forte necessidade que percebemos, durante a pesquisa, de evitar que ocorra um processo de gentrificação, propomos o termos “revivação”, pois desta maneira parece possível nos afastar do processo de gentrificação que

-

costuma vir atrelado ao conceito de revitalização.

Assim, símbolos que se desgastam não apenas desmoronam, como também podem abrir caminho para falsas saídas. Quando por exemplo o estado falha e a religião não mais congrega, imagens vazias podem se oferecer a assumir o vácuo deixado pela perda da capacidade agregadora de seus símbolos. (BAITELLO, 2005, p.16)

Em nossa pesquisa acabamos por propor este novo conceito - de “revivação” - que inclusive não foi visto anteriormente neste mesmo sentido que estamos propondo.

O movimento cultural Mercado Sul Vive! é um organismo vivo, portanto está em constante mutação. Funciona como uma simbiose produtiva assim como foi citado por Thabata Lorena³ durante o grupo focal realizado. A estagnação sujeita o movimento aos processos naturais de expulsamento da cidade e esta acaba por expelir aquilo que é diferente ou que se encontra estagnado.

Trazendo para o contexto da pesquisa, podemos claramente fazer uma associação com a fala de Baitello (2005). Quando pensamos no que o movimento representa e nos símbolos que ele carrega consigo. Seja a resistência, a militância ou a nova proposta de comunicação e comunidade, acabamos por notar que não se pode deixar estagnar. A inércia de um movimento acaba levando-o às ruínas e não somente isso. Deixa um vácuo que abre espaço para o aparecimento de ideias dissonantes do que aquele movimento representava. Desta forma comparamos aqui o movimento Mercado Sul Vive! com um organismo vivo e que se encontra em constante modificação e adaptação. Citando o que Arthur, um dos militantes do movimento, disse em uma das várias conversas com os pesquisadores: “não estamos nadando contra a correnteza.” Percebemos que é muito mais fácil andar em paralelo, propor um novo funcionamento para o que temos em nossos contextos sociais e somente assim ir mudando nossa realidade. E desta forma o movimento tem se mantido firme e proposto novas formas de pensar e de se relacionar enquanto comunidade. O Mercado Sul Vive! tem se mantido firme durante cinco anos desta forma e parece ter bastante fôlego para continuar por muitos anos mais.

³ Freqüentadora e envolvida com o Mercado Sul, cantora e participante do grupo focal que realizamos.

Para captarmos os conceitos que circulam no espaço do Beco⁴, a metodologia da pesquisa foi bastante discutida e os métodos escolhidos se mostraram coerentes com os conceitos achados.

4 Nomenclatura usada pelos membros do movimento para referir-se ao Mercado Sul.

3. METODOLOGIA

3.1 DESCRIÇÃO DAS OPÇÕES METODOLÓGICAS UTILIZADAS

Na intenção de organizar e tornar os processos metodológicos mais didáticos ao leitor, a seguir, separamos os conceitos metodológicos dos objetivos alcançados usando os mesmos. Acreditamos que desta forma seria de melhor entendimento.

Ressalta-se que, em primeiro lugar, a presente pesquisa é de cunho exploratório, pois “tem como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores” (GIL, 1999, p. 46). Portanto, pretendeu-se perceber melhor a realidade estético-comunicacional que caracteriza o movimento de revitalização cultural Mercado Sul Vive!, via estudo, a fim de contribuir com a estruturação acadêmica do observado e, por fim, produzir um documentário que represente o movimento em questão. Trata-se de uma pesquisa de viés qualitativo, uma vez que procuramos entender melhor a comunicação de um movimento urbano em prol da cidade analisando elementos comunicacionais distintos, resultado das vivências no espaço e junto à comunidade.

3.1.1 PESQUISA-AÇÃO:

A metodologia pesquisa-ação consiste em buscar os resultados da pesquisa através do encontro e da imersão dos pesquisadores dentro da realidade estudada. Assim, conclui-se ser possível produzir uma relação propícia à produção de conhecimento e informação realmente efetivos para sociedade. Mudar a perspectiva de uma hierarquia do conhecimento, onde a academia é colocada como detentora do saber, e deixar que as vozes dos transformadores sociais ecoem para dentro do cenário acadêmico (FREIRE, 1987).

3.1.2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA:

Momento de se fazer uma análise ampla e também meticulosa de publicações que foram pertinentes e compatíveis com o assunto abordado. Aqui foram feitas leituras, pesquisas, fichamentos e análises de textos (GIL, 1999) que pareciam coerentes com o que nós pesquisadores pretendíamos apresentar. Tudo isso com a intenção de trazer

-

uma base teórica e uma fundamentação mais forte para pesquisa, fortalecendo a necessidade de se trazer um embasamento teórico consistente. Tudo o que se absorveu nessa fase do projeto teve grande peso no resultado final apresentado.

3.1.3 PESQUISA DE CAMPO:

A pesquisa de campo costuma focar-se em um grupo específico de pessoas e a partir daí encontrar interações entre elas. Importante dizer que aqui a pesquisa de campo não foca em resultados e dados estatísticos, foca-se mais na observação e coleta dados através do que se consegue observar. Compromete-se com a coleta, avaliação e interpretação de fatos e acontecimentos em seus respectivos cenários, segmentos e ambientes naturais (GIL, 1999). Demonstra-se como tipo de pesquisa menos mecanizada e mais humanizado. Esse tipo de pesquisa nos permite recolher dados muito mais orgânicos e espontâneos. Importante também citar a observação participante, onde o pesquisador pode, a partir da convivência e da inserção em meio ao grupo pesquisado, criar um ambiente propício para trocas de informações e produção de resultados mais autênticos. O pesquisador deixa de observar de forma passiva e passa a observar do lado de dentro, de um ângulo mais próximo e íntimo. Abaixo listamos alguns instrumentos que reforçam este método em questão:

3.1.3.1 Grupo Focal:

O grupo focal (GIL, 1999) foi importantíssimo como técnica para apreensão do que pensam alguns representantes da comunidade e do movimento de resignificação desse ambiente. Destacou-se a comunicação no cenário urbano em prol da cidade analisando elementos comunicacionais distintos, resultado das vivências no espaço e junto à comunidade. Dentre outros, foram destacados os elementos visuais. São de grande importância para entender a quebra de paradigmas que o movimento nos traz: *stencils*, lambe-lambes, composteiras e outras formas que os moradores encontraram de tornar o ambiente mais pessoal e sustentável. O grupo focal foi organizado pela equipe pesquisadora com o apoio do espaço “Invenção Brasileira”, no Mercado Sul. Os convidados foram selecionados com base no vínculo ao assunto, comunicação e estética urbana, além do critério geográfico, relacionado à proximidade dos participantes à região que serve de corte para esta pesquisa, a maioria sendo de moradores da ocupação Mercado Sul. Foram 9 pessoas convidadas, 8 compareceram ao grupo focal no dia 23 de junho de 2018, realizado na “Invenção Brasileira” com apoio da equipe de filmagem do

UniCEUB.

3.1.3.2 Entrevista não estruturada:

Caracteriza-se pela alta informalidade e pela descontração. O entrevistado quase não nota que está em uma entrevista, pois esta assemelha-se bastante a uma conversa ordinária. Conforme Gil (1999), esse tipo de pesquisa não exige que seja feito um planejamento prévio rigoroso, as questões vão surgindo de forma espontânea durante uma conversa entre entrevistado e entrevistador. O entrevistador deixa-se guiar por assuntos que vão sendo apresentados e partilhados pela entrevistado. Possui um caráter de grande subjetividade, porém pode-se encarar como uma grande vantagem. O candidato sente-se mais à vontade e talvez por esse motivo oferece dados mais espontâneos e legítimos.

3.1.3.3 Produção de documentário:

A produção do documentário contempla o produto final do estudo, da observação e percepções que foram apreendidas através da convivência junto aos frequentadores do Beco. Trata-se de uma produção expositiva com participação da equipe pesquisadora, bem como da equipe de filmagem do Curso de Comunicação do UniCEUB, no decorrer da captação de material para fechamento do vídeo. Um documentário expositivo conta principalmente com a defesa de argumentos, porém não exclui a questão estética e subjetiva do assunto abordado (NICHOLS, 2001), útil à proposta de representatividade do documentário quanto aos aspectos destacados por esta pesquisa junto à comunidade do Mercado Sul. Outra abordagem utilizada na montagem do vídeo foi o modo participativo da produção audiovisual (NICHOLS, 2001), produto deste trabalho, no qual o diálogo firmado no grupo focal e dentro de todo processo de pesquisa-ação (FREIRE, 1987) exigiram interferência dos realizadores no decorrer dos acontecimentos registrados para fins de edição. As filmagens foram executadas com o uso de câmeras emprestadas pelo UniCEUB, câmeras pessoais dos alunos e também com a equipe de filmagem e edição disponibilizada também pelo UniCEUB. A edição do documentário pode ser referida como montagem, uma vez que sua realização foi feita com base conceitual no sentido de atingir uma narrativa que contemplasse os elementos comunicacionais do movimento Mercado Sul Vive. Foram utilizadas referências dos primórdios do cinema russo, a criação de tese e antítese na função de contrastar sentidos opostos dos aspectos comunicacionais urbanos abordados pelo vídeo (EISENSTEIN, 2002).

-

Fez-se a composição de trilha sonora a partir de arquivos sonoros disponíveis na Rede Mocambos, com o consentimento dos proprietários que gerem a rede, vinculados ao movimento Mercado Sul Vive, para narração do sentido do filme.

3.2 OPERACIONALIZAÇÃO DA METODOLOGIA

Início das atividades: julho de 2017

Término das atividades: agosto de 2018

Conforme o foco do presente estudo, percebemos que a comunicação tem papel fundamental no processo de ressignificação. O primeiro indício dessa premissa adotada pelos pesquisadores vem da participação de agentes externos à ocupação, externos até mesmo à região, com a mesma proposta de revitalizar o mercado. Parte dessa iniciativa vem da eficiência da comunicação exercida pelo movimento.

A equipe pesquisadora realizou uma imersão nas rodas de conversas promovidos pela ocupação “Mercado Sul Vive!”, também conhecido como “Beco da Cultura” ou somente “Beco”. O objetivo foi compreender a comunicação utilizada pelo movimento. Foram coletados dados em formato de fotografias, filmagens e elementos disponibilizados online (Rede Mocambos⁵ e Facebook), fundamentais para análise dos elementos comunicacionais e do discurso existentes na região. Elementos como intervenções urbanas (grafites, lixeiras, composteiras, hortas), rádio livre e rede de computadores ligados pela plataforma Mocambos, utilizada para compartilhamento de informações entre diversos outros movimentos populares pela preservação da cultura popular, são relações estéticas rizomáticas (GUATTARI, 1981) no fomento cultural de regiões marginalizadas pela ação estatal. Esta pesquisa vislumbrou a possibilidade de relacionar as práticas comunicacionais encontradas no Mercado Sul com a teoria comunicacional de Félix Guattari, à luz da produção antropológica quanto às práticas e estratégias urbanas de Michel de Certeau (1998), ministro da cultura na França de 1968, em comparação aos relatórios de Jane Jacobs (2000) na cidade de Nova York e da pesquisa semiótica de Armando Silva (2006) acerca do imaginário urbano, no escopo latino-americano.

Alinhado aos conceitos de comunidade sustentável, o Projeto Mercado Sul Vive!

⁵ Rede independente usada para o compartilhamento de informações e para comunicação da comunidade com outras comunidades.

está sendo desenvolvido com a colaboração dos moradores. Música, pintura e festas foram os dispositivos encontrados para tal finalidade. De acordo com Jane Jacobs (2000), “Música (inclusive a gravada) e peças de teatro também servem como artigo de primeira necessidade [...] a inserção espontânea da vida cultural faz parte da missão histórica das cidades” (2000, p.119).

Assim, aqui neste estudo, o trabalho de coleta e análise de dados baseou-se em extensa pesquisa bibliográfica na literatura urbanística e semiótica da linguagem visual, além de textos acerca da análise do discurso de matriz francesa. Os autores versam sobre o cotidiano das urbes, com suas táticas e estratégias (CERTEAU, 1998) em diálogo com o imaginário urbano (SILVA, 2006). Com a finalidade de captar a vivência dentro do Mercado Sul, incluindo os discursos proferidos em debates acompanhados presencialmente pela equipe pesquisadora, para construir uma narrativa documental, em formato de vídeo, voltou-se a atenção para não descontextualizar nenhum momento, com base na premissa da importância do acontecimento a sua volta (FOUCAULT, 1999). Os temas dos debates promovidos pelo movimento, com a participação dos pesquisadores, giraram em torno dos tópicos “educação” e “intervenção pública” e foram:

- Educação e Cultura, Invenção Brasileira, 18 de agosto de 2017;
- 47ª Eco-Feira do Mercado Sul, “Diálogos Urbanos: comunicação como ferramenta de revitalização”, roda de conversa promovida pela equipe de pesquisadores e professores convidados (Flor Marlene e Ana Paula Pedestre - do Projeto Jane’s Walk), em 09/12/2017.
- “A cidade que temos, a cidade que queremos”, roda de conversa realizada por Max Maciel, 27/01/2018;
- 50ª Eco-Feira do Mercado Sul, “Aniversário da Ocupação”, 10/02/2018;
- Útera, curso de medicina ayurvédica promovido pelo coletivo BECOmposto, 17 de março de 2018.
- Grupo Focal, gravação da roda de conversa com a equipe de filmagem do UniCEUB, 23 de junho de 2018.
- “Arraiá Mercado Sul Vive”, evento organizado pelo coletivo Mercado Sul Vive, 13 de agosto de 2018.

Participar desses encontros nos inseriu na convivência do local, salientando aqui o conceito de pesquisa-ação, onde se faz de extrema importância a inserção da

-

equipe pesquisadora no ambiente pesquisado e a vivência no local para a produção de resultados mais reais em que aqueles que foram estudados na pesquisa passam a ser sujeitos constituidores de saberes.

O caráter geográfico e econômico do Beco colaboram para o entendimento da comunicação do grupo. Os residentes do complexo Mercado Sul são variados: há quem resida há 30 anos no Mercado, como também, novos comerciantes. A região tem interação entre seus ocupantes e habitantes próximos. A vizinhança é composta por oficinas, padarias, ateliês, residências e a ocupação em si.

Entrevistas periódicas com representantes do movimento ajudaram na compreensão das intervenções urbanas e comunicacionais. Atuando conjuntamente ao “Mercado Sul Vive!”, trabalham organizações que buscam alternativas para o fomento cultural na região do Distrito Federal, são eles:

- Tempo eco arte
- Platinelas
- Becomposto
- Rede Mocambos
- Gunga
- Eu livre
- Invenção brasileira
- Casa mãe
- NPPD (Núcleo de Pesquisa e Desenvolvimento Digital)

Infere-se destes dados uma relação forte de revitalização pautada em pontos estratégicos e trabalho conjunto para alcançar a finalidade do grupo. A partir disto, a equipe pesquisadora definiu como palavra chave dos debates “convivência”, ou seja, uma vivência compartilhada.

Essa convivência defendida pelo movimento incentiva a participação de agentes externos ao complexo residencial/comercial e do próprio “Mercado Sul Vive!”.

Estes termos de simbiose entre pontos referenciais atuando com similaridades nos elementos comunicacionais podem ser percebidos ao tratarmos de revitalização urbana. Uma praça em Taguatinga Norte, com coreto, palmeiras e bancos, foi revitalizada em 2017 pela atuação conjunta da iniciativa privada (Taguatinga Shopping) e da administração regional. Os pontos significativos desse processo de revitalização, pinturas nos bancos da praça interagindo com os transeuntes, grafites

-

no coreto localizado no centro da praça, mensagens espalhadas pelos muros que rodeiam o espaço de convivência, demonstram as semelhanças com os elementos propostos pela ocupação do “Mercado Sul Vive!”, que, aliás, localiza-se nas proximidades. De certa forma, são rizomas encontrados no seio da urbe de Taguatinga. Segundo Deleuze e Félix Guatarri, “Qualquer ponto de um rizoma pode ser conectado a qualquer outro e deve sê-lo” (DELEUZE, 2010, p. 15).

Em todos os eventos a que comparecemos, pudemos registrar imagens e vídeos. Temos cerca de 20 horas de filmagens em arquivos salvos no HD externo utilizado como backup. São vídeos feitos com câmeras digitais DSLR e microfonação para som ambiente, vezes utilizando a transmissão sem fio do microfone modelo lapela e o celular para gravar áudio ou vídeo. Esse material foi usado à construção do documentário e também serviu como dados para análise semiótica da estética comunicacional, argumento fundamental do curta-metragem. Este foi exibido para a comunidade do Mercado Sul Vive! no dia 25 de agosto, e a partir daí tivemos o retorno do ponto de vista da comunidade, que aprovou o material. Houve comentários positivos após a exibição do vídeo, projetado na parede branca do espaço cultural “Invenção Brasileira” utilizando equipamento dos pesquisadores. A organização da projeção foi beneficiada por um evento musical anterior ao horário marcado para exibição do vídeo. Pessoas que apareceram ou não nas filmagens assistiram até o final ressaltando algumas cenas de interação entre os frequentadores do Mercado Sul com comentários, cochichos e apontar de dedos para a tela. Aspectos técnicos e estéticos foram destacados, como cenas preferidas e questionamentos quanto a captação de áudio, vezes comprometida. O conteúdo do documentário foi elogiado pelos espectadores da exibição; alguns comentaram a possibilidade de continuar com o projeto para cobrir a falta de algumas pessoas, moradores da região ou não, no curta. Desta forma podemos entregar-lhes o documentário em formato padrão para publicação, já editado, além das imagens de cobertura, para usufruírem do material como bem desejarem.

Importante também salientar que todo o material do projeto foi produzido pelo grupo de pesquisadores, ou dirigido por eles, no caso da participação da equipe de filmagem do CEUB. Sobre esta, tivemos um contratempo, pois imaginamos que a atuação da equipe de filmagem garantiria um material de alta qualidade de imagem e som, porém o material entregue pela equipe pouco se diferenciou do que foi

-

captado pelos alunos de forma mais amadora.

Além das filmagens, utilizamos ainda registros fotográficos, com mais de 300 fotos de eventos em que a equipe pesquisadora esteve presente. Algumas delas encontram-se em apêndice no fim deste relatório.

Nosso olhar valorizou elementos característicos dos eventos promovidos pelo Mercado Sul. Os participantes, interagindo com o espaço, muitas vezes expressavam opiniões no microfone instalado em alguns eventos pela rádio livre. Mesmo que de forma observativa, como uma mosca pairando sobre o acontecimento (NICHOLS, 2001), a proposta de depuração deste material assemelha-se à cobertura jornalística no âmbito de registrar o local e o acontecimento.

Pela proposta inicial do projeto, a montagem do documentário seria relacionada às entrevistas realizadas com os agentes do movimento de “revivação” por meio de grupos focais. Para isso, foi enviado ao Comitê de Ética a relação de perguntas e procedimentos adotados pela equipe pesquisadora para realização desta etapa da pesquisa no dia 13/11/17, mas o parecer de aprovação foi liberado apenas no dia 8/03/18. Para sanar este atraso, alteramos o cronograma de atividades da pesquisa para encaixar as etapas que contavam com grupos focais para datas posteriores à previsão de resposta da solicitação. Por fim, foi possível realizar o grupo focal no dia 23 de junho de 2018, mas a demora no parecer acabou encurtando prazos e dificultando algumas questões relacionadas às gravações, uma vez que o grupo focal era peça fundamental na montagem do documentário. Além do pedido de uma realização de um grupo focal, também enviamos outros documentos como carta de apresentação e TCLEs, porém nos pareceres que recebemos eram adicionados novos detalhes não indicados anteriormente. Sentimos falta de cuidado nas análises feitas pelo CEP e uma inconstância no que era repassado para a equipe pesquisadora, o que acabou espremendo a realização do grupo focal e a real produção do documentário no final do período de pesquisa.

Captamos áudio em algumas filmagens, ou mesmo avulso no celular, para registrar discursos inseridos no contexto da ocupação e seu objetivo de revitalização do Beco. Esses foram analisados com base na proposta do grupo de revitalizar via técnicas e estratégias bricoladoras (CERTEAU, 1998), uma vez que estão na contramão das ações públicas no sentido de interação com os cidadão para proveito

-

de novas ideias e concepções de uma cidade viva. Uma clara diferenciação entre “usuários” e “fabricantes”, segundo Certeau (1998), diferença entre quem consome uma nova dinâmica ou estratégia formulada por terceiros para um “melhor” convívio e a fabricação de técnicas “bricoladoras” a fim de criar esse ambiente de convívio atuando conjuntamente no desenvolvimento de uma nova linguagem.

Além das atividades relacionadas diretamente ao projeto, tivemos também a oportunidade de executar atividades paralelas e que podem contribuir para um bom resultado final no projeto. Submetemos um resumo do projeto ao PLURIS 2018 - 8º CONGRESSO LUSO-BRASILEIRO para o Planejamento Urbano, Regional, Integrado e Sustentável (Coimbra - Pt, outubro) para o qual não preenchemos os requisitos, uma vez que a intenção do congresso se direcionava muito mais a aspectos de engenharia do que a questões de enfoques sociais. Comparecemos também ao I Seminário Latino-americano sobre Cidades, Território e Memória, realizado na UnB, nos dias 08 e 09 de março de 2018. Sempre com a intenção de fazer com que o projeto seja aproveitado não apenas dentro de nossa universidade, mas também em um âmbito mais amplo. Aplicamos, assim, o conceito de horizontalidade da propagação e distribuição de conhecimento que pudemos aprender com os integrantes da ocupação Mercado Sul.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O objetivo inicial, de caracterizar as intervenções urbanas feitas pelo coletivo “Mercado Sul Vive”, dentro da limitação geográfica do Mercado Sul, como elementos comunicacionais pertinentes à estruturação de um novo conceito de cidade foi alcançado e gerou um processo de aprendizagem muito além da revisão bibliográfica. Enriqueceu os métodos possíveis de atuação acadêmica diretamente ligada à sociedade, atingindo camadas que muitas vezes não têm acesso ao ambiente universitário e, mesmo assim, produzem procedimentos de análise efetivos. Em grupos, rodas de conversa, encontros diários ou eventos promovidos pelo coletivo, discutem os objetos de interesse para, então, produzir termos e tecnologias interessantes aos objetos destacados nas discussões. Operando sobre a comunicação estabelecida por intervenções no espaço público, o movimento resgata conceitos que tangenciam a literatura acadêmica, quando não acertam em cheio, como visto na dinâmica de Grupo Focal, criando novos significados para a utilização de seus mecanismos na atuação conjunta da população dentro do espaço comum da cidade e da comunicação. Essa característica ressaltou o caráter de “agentes” de conhecimento na pesquisa, ao invés de simples objetos de estudo como foram caracterizados a priori. Após a exibição do produto final, o documentário, à comunidade dentro da “Invenção Brasileira”, no dia 25 de agosto de 2018, pudemos debater critérios técnicos e subjetivos do vídeo, chegando à conclusão que os aspectos teóricos, o conteúdo do minidocumentário, estruturados pela equipe pesquisadora, estão de acordo com o que pensam os participantes da exibição. O caráter de comunidade, a solidariedade como prática dentro desse contexto urbano de ressignificação e a horizontalidade das decisões em conjunto foram retratadas no vídeo. Critérios técnicos também chamaram a atenção da platéia presente no dia da apresentação. Mesmo com legendas, houve ressalvas à qualidade do áudio na reprodução do vídeo, fator já discutido neste relatório e reportado à equipe de filmagem do UniCEUB para melhor proveito de iniciativas como essa no futuro. De maneira geral, a experiência desta pesquisa configura uma relação única dentro do ambiente acadêmico experienciado por esta equipe pesquisadora.

-

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nas vivências com a comunidade do Mercado Sul, foi perceptível o desenvolvimento de técnicas e estratégias comunicacionais no contexto urbano, como rádio livre, feiras de artesanato mensais, composteiras e hortas urbanas, além de intervenções urbanas gráficas ou performáticas que configuram a estruturação de viés comunicacional em função da conectividade entre o espaço vivenciado e a população. Foi objetivo geral deste trabalho identificar as intervenções artísticas visuais e performáticas, bem como a rádio comunitária e o processo de “revivação” realizadas no espaço do Mercado Sul, como elementos comunicacionais integrados à espacialidade do cenário urbano. É importante salientar que não é propício o uso da expressão “revitalização”, pois este processo é facilmente atrelado a um processo de gentrificação, ou seja, ignorar por completo a atuação da comunidade no processo de revivamento, expulsando-a aos poucos com mudanças na lógica de funcionamento do espaço, além de um aumento na especulação imobiliária. O que o movimento Mercado Sul Vive! propõe é a renovação de sentidos do espaço comunitário. A condição de habitantes em uma cidade apresenta fazeres sociais contrários ao atomismo social, dentre eles, a comunicação. Essa ação parte de agentes que determinam seu termos, usufruem destes e produzem novos significados. A relação de fabricação de novos sentidos, o consumo e a poética da cidade alimentam a comunicação social. Produzem transmissões de rádio via internet, mensagens em muros, intervenções na própria urbe, no espaço físico da comunidade. Ações que atravessam obstáculos, dificuldades relacionadas à estrutura, conjuntura, além de eventos efêmeros que também carregam carga simbólica para comunidade e contribuem para a construção da cultura popular.

-

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGAPITO, Amanda. **Brasília para pessoas**. Revista eletrônica Universitas, vol. 10, nº 2, 2013. DOI: .10.5102/uc.v10i2.2133.
- ARENDETT, Hannah. **A condição humana**. 10ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.
- AUGÉ, Marc. **Não-lugares: Introdução a uma antropologia da supermodernidade**. Tradução: Maria Lúcia Pereira. Campinas, SP: Papyrus, 1994.
- BAITELLO Jr., Norval. **A era da iconofagia**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.
- BORDENAVE, Juan E. Díaz. **O que é comunicação**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1982.
- BOURDIEU, Pierre. **Esboço de uma teoria da prática**. Reproduzido de BOURDIEU, P. Esquisse d'une théorie de la pratique. Tradução das partes: "Les trois modes de connaissance" e "Structures, habitus et pratiques". In: - Esquisse d'une théorie de la pratique. Geneve, Lib. Droz, 1972. p. 162-89. Traduzido por Paula Montero.
- CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. Rio de Janeiro: Editora Vozes Ltda., 1998.
- DELEUZE, Gilles e GUATTARI, Felix. **Mil Platôs**. São Paulo: Editora 34, 2010.
- EISENSTEIN, Sergei. **O sentido do filme**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.
- FOUCAULT, Michel. **A Ordem do Discurso**. São Paulo: Loyola, 1996.
- FOUCAULT, M. **História da Sexualidade, vol. I A Vontade de Saber**. 13ªed. Rio de Janeiro: 1999.
- FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. 17ª. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.
- GUATTARI, Felix. **Revolução Molecular: Pulsões Políticas do Desejo**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1981.
- GIL, Antônio C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.
- GOMES, Antônio M. de A. Psicologia comunitária: uma abordagem conceitual. In: **Revista psicologia e prática**. 1999,1 (2).
- HABERMAS, Jurgen. **Teoria de La Acción comunicativa I - Racionalidad de La y racionalización social**. Madri: Taurus, 1987.
- HORTA, Natália B. A geração de sentido em socioletos da internet. In: RUSSI, Pedro (org.). **Processos Semióticos em Comunicação**. Brasília - DF: Editora UnB, 2013.
- JACOBS, Jane. **Morte e vida de grandes cidades**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- LEFEBVRE, Henri. **A revolução urbana**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2. ed. 2004.
- LOPES, Amanda. **Mensagens pela (e pela) cidade: a humanização de Brasília via intervenções visuais**. Relatório de PIC. Brasília, UniCEUB, 2015.
- MCLUHAN, Marshal. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 15ª reimpressão. São Paulo: Cultrix, 2007.
- NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário**. Campinas/SP: Papyrus, 2005.
- RAMOS, Fernão Pessoa. O que é documentário? In RAMOS, Fernão Pessoa & CATANI, Afrânio (orgs.). **Estudos de Cinema SOCINE 2000**. Porto Alegre/RS: Sulina, 2001 (p. 192ª207).
- RUSSI, Pedro. Provocações e ação do signo: "pichações". In: RUSSI, P. (org.) **Processos semióticos em comunicação**. Brasília: Editora UnB, 2013.
- RUSSI, Pedro. RUSSI, Pedro. **Grafitis: Trazos de imaginación y espacios de**

encuentros. Barcelona: Editorial UOC, 2015.

SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação e pesquisa**: projetos para mestrado e doutorado. São Paulo: Hackers, 2001.

SANTOS, Milton. **Metaformoses do espaço habitado**: fundamentos teóricos e metodológicos da geografia. São Paulo: Edusp, 1988.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**. Técnica e Tempo. Razão e emoção. São Paulo: EdUSP, 2006.

SILVA, Armando. **El grafiti como parte de los imaginarios urbanos**. In www.alonsogil.com/textos-articulos-3/Farmando-silva-el-graffiti-como-parte-de-los-imaginarios-urbanos, 2006.

APÊNDICES

A- Imagens da ocupação Mercado Sul





B - Imagens da exibição do documentário à comunidade do Mercado Sul, em 25/08/18.



C - TCLE para participantes, usado na gravação do Grupo Focal (Encaminhado ao CEP)



Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE

“A comunicação no ‘mercado sul vive!’, Taguatinga – DF: observação e análise da estética de comunicação visual local e produção de documentário sobre o movimento de revitalização cultural comunitário.”

Instituição dos pesquisadores: UniCEUB – Centro Universitário de Brasília

Pesquisadora responsável: Prof.^a Ms. Ursula Betina Diesel

Pesquisadores assistentes: Cezar Augusto Camilo Silva (21552133), Rodrigo de Oliveira Rodrigues ()

Você está sendo convidado(a) a participar do projeto de pesquisa acima citado. O texto abaixo apresenta todas as informações necessárias sobre o que estamos fazendo. Sua colaboração neste estudo será de muita importância para nós, mas se desistir a qualquer momento, isso não lhe causará prejuízo.

O nome deste documento que você está lendo é Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). Antes de decidir se deseja participar (de livre e espontânea vontade) você deverá ler e compreender todo o conteúdo. Ao final, caso decida participar, você será solicitado a assiná-lo e receberá uma cópia do mesmo.

Antes de assinar, faça perguntas sobre tudo o que não tiver entendido bem. A equipe deste estudo responderá às suas perguntas a qualquer momento (antes, durante e após o estudo).

Natureza e objetivos do estudo

- Propomos como intuito deste trabalho interdisciplinar o aprofundamento da compreensão de cidade acessível e revitalizada, por meio de intervenções urbanas ou culturais que são exercidas pelos que lutam pelo direito de expressão.
- Você está sendo convidado a participar exatamente por ter conhecimento sobre o tema e poder testemunhar à pesquisa fatores relevantes que contarão como material para o nosso projeto.

Procedimentos do estudo

- Sua participação consiste em documentar os resultados da pesquisa em linguagem audiovisual, visando todo o processo e práticas exercidas no período de pesquisa.
- Prevemos a confecção de um documentário visando todo o processo dos estudos, todo o material final será disponibilizado aos grupos que atuam no espaço cultural.
- Não haverá nenhuma outra forma de envolvimento ou comprometimento neste estudo.
- A pesquisa será realizada no Mercado Sul, Setor C Sul Qsc 23 Csc 9, 8, Taguatinga – DF.

Riscos e benefícios

- Este estudo possui riscos baixos, se não mínimos, por se tratar de coleta de opiniões.
- Medidas preventivas serão tomadas durante as gravações, bem como debates após coleta do material para revisão dos participantes quanto às falas que entrarão para o relatório final, a fim de minimizar qualquer risco ou incômodo.
- Caso esse procedimento possa gerar algum tipo de constrangimento, você não precisa

-

realizá-lo.

- Com sua participação nesta pesquisa você terá participado de um registro precioso à cultura local da cidade além de contribuir para maior conhecimento sobre os processos de comunicação independente e revitalização urbana.

Participação, recusa e direito de se retirar do estudo

- Sua participação é voluntária. Você não terá nenhum prejuízo se não quiser participar.
- Você poderá se retirar desta pesquisa a qualquer momento, bastando para isso entrar em contato com um dos pesquisadores responsáveis.
- Conforme previsto pelas normas brasileiras de pesquisa com a participação de seres humanos, você não receberá nenhum tipo de compensação financeira pela sua participação neste estudo.

Confidencialidade

- Seus dados serão manuseados somente pelos pesquisadores e não será permitido o acesso a outras pessoas.
- Os dados e instrumentos utilizados, coletada via entrevistas, questionários, etc., ficarão guardados sob a responsabilidade de com a garantia de manutenção do sigilo e confidencialidade, e arquivados por um período de 5 anos; após esse tempo serão destruídos.
- Os resultados deste trabalho poderão ser apresentados em encontros ou revistas científicas. Entretanto, ele mostrará apenas os resultados obtidos como um todo, sem revelar seu nome, instituição a qual pertence ou qualquer informação que esteja relacionada com sua privacidade.

Se houver alguma consideração ou dúvida referente aos aspectos éticos da pesquisa, entre em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa do Centro Universitário de Brasília – CEP/UniCEUB, que aprovou esta pesquisa, pelo telefone 3966.1511 ou pelo e-mail Também entre em contato para informar ocorrências irregulares ou danosas durante a sua participação no estudo.

Eu, _____ RG _____, após receber a explicação completa dos objetivos do estudo e dos procedimentos envolvidos nesta pesquisa concordo voluntariamente em fazer parte deste estudo.

Este Termo de Consentimento encontra-se impresso em duas vias, sendo que uma cópia será arquivada pelo pesquisador responsável, e a outra será fornecida ao senhor(a).

Brasília, ____ de _____ de _____.

Participante

Prof.^a Ms. Ursula Betina Diesel, celular xxxxxxxx/telefone institucional xxxxxxxx

Cezar Augusto Camilo Silva, telefone/celular xxxxxxxx e/ou email

Endereço dos(as) responsável(eis) pela pesquisa (OBRIGATÓRIO):

Instituição: UniCEUB – Centro Universitário de Brasília
Endereço: SEPN 707/907 - Campus do UniCEUB - Asa Norte - Brasília - DF - CEP 70790-075
Bloco: /Nº: /Complemento: Bloco 12
Bairro: /CEP/Cidade: Asa Norte - Brasília - DF
Telefones p/contato: (61) 396 6-1200

D - Eixos temáticos definidos para o Grupo Focal (Encaminhado ao CEP)

ROTEIRO PARA O GRUPO FOCAL – no Mercado Sul Vive!

A atividade propõe reunir entre 6 e 10 pessoas que vivenciam o projeto Mercado Sul Vive!

A reunião deve ocorrer no próprio espaço comunitário no Beco da Cultura.

Os pesquisadores retomarão o objetivo da pesquisa e o interesse na riqueza humana que representa o projeto em questão, bem como o objetivo de compor o documentário talvez, inclusive, com trechos da própria dinâmica do grupo focal.

Saliente-se que o instrumento Grupo Focal demanda que, além e depois do TCLE compreendido e assinado, a atividade seja gravada e filmada.

O roteiro para guiar a conversa se compõe das seguintes temáticas:

- o que é o projeto mercado sul vive!
- o que é o Beco da Cultura
- como se sentem de fazer parte disso
- como é o cotidiano no beco
- o que pretendem ou por que fazem parte disso
- o que há de diferente no cotidiano do beco em relação à dinâmica geral e usual na sociedade
- como é o espaço do beco
- o que consideram importante para representar o projeto em termos de caracterização espacial ou de atividades
- como se comunicam entre si e com a sociedade
- qual é a relevância de dar visibilidade ao projeto e como imaginam que isso deva ser feito
- que recursos de comunicação costumam usar e como têm funcionado
- o que é a vida cotidiana em comunidade para eles
- qual é a visão de cultura que valorizam e almejam.

Ressalte-se que esses são os eixos temáticos a utilizar durante a dinâmica do Grupo Focal, mas em nenhuma medida tais pontos serão levantados de modo linear, da forma e na sequência que aqui estão. Tudo depende da dinâmica do grupo na atividade.

E - Carta de apresentação, assinada e entregue aos Integrantes do movimento Mercado Sul Vive! (Encaminhada ao CEP)



02, outubro de 2017

Prezados,

A equipe pesquisadora do programa de Iniciação Científica do UniCEUB vem por meio desta carta apresentar aos moradores do Mercado Sul e aos colaboradores do *Ponto de Cultura Invenção Brasileira*, juntamente ao movimento *Mercado Sul Vive!*, nossa **proposta** de estudo da expressão/semiótico da comunicação social exercida pelo espaço cultural.

*“A COMUNICAÇÃO NO ‘MERCADO SUL VIVE!’, TAGUATINGA – DF:
OBSERVAÇÃO E ANÁLISE DA ESTÉTICA DE COMUNICAÇÃO VISUAL LOCAL E
PRODUÇÃO DE DOCUMENTÁRIO SOBRE O MOVIMENTO DE REVITALIZAÇÃO
CULTURAL COMUNITÁRIO.”*

O grupo é composto por quatro estudantes, uma de Arquitetura, um de Jornalismo e dois de Publicidade e Propaganda. Orientados pela professora Ursula Diesel, mestre em semiótica e comunicação e atuante em pesquisas sobre intervenção urbana, gênero e mito.

Propomos como intuito deste trabalho interdisciplinar o aprofundamento da compreensão de cidade acessível e revitalizada, por meio de intervenções urbanas ou culturais que são exercidas pelos que lutam pelo direito de expressão.

Os conceitos de intervenção urbana e espaço público, ou espaço comum, ou espaço cultural, agem conjuntamente às práticas científicas/educacionais/artísticas de cada partícula do universo social. Essa vibração agita outras partículas sociais criando uma rede de trocas entre culturas e, conseqüentemente, enriquece a comunicação social.

O interesse deste grupo é pesquisar as formas dessa comunicação no Beco da Cultura, seu alcance e o relacionamento dos agentes comunicacionais na construção da mensagem e seus processos.

Temos como objetivo documentar os resultados da pesquisa em linguagem audiovisual, visando todo o processo e práticas exercidas no período de pesquisa (1 ano).

Dentre as práticas, a vivência necessária da experiência de pesquisa. Além de encontros periódicos para apresentação dos estudos e do material coletado, a fim de discussão junto à população quanto às intenções e os efeitos de cada dado obtido. Questionar em debates abertos a coleta de dados para entendimento das partes quanto aos objetivos da pesquisa, visando a produção de documentário sobre as ferramentas comunicacionais do movimento de revitalização e apresentação de relatórios parcial e final.

Ressaltamos o respeito que temos pela comunidade e pelo trabalho de todos em prol da revitalização do espaço do Mercado Sul, tão querido entre os moradores do Distrito Federal. Pretendemos trabalhar conjuntamente com os grupos que mantêm atividade na região e com total transparência quanto ao método e aos resultados.

Cezar Augusto Camilo Silva

Rodrigo de Oliveira Rodrigues

-

Jornalismo – 5º semestre

Juliana Leal Alvim
Arquitetura e Urbanismo – 9º semestre

Ursula Betina Diesel
Professora Orientadora (PIC)

Publicidade e Propaganda - 4º semestre

Laura Rodrigues Furtado
Publicidade e Propaganda – 4º semestre

Fernanda Vinhaes
Assessoria de Pós-graduação e Pesquisa do UniCEUB

