

33 RBA de 28/8 a 3/9

GT68: Reflexões e práticas sobre a restituição de dados da pesquisa antropológica

Jaqueline Ferreira (IESC/UFRJ), Soraya Fleischer (UnB)

Devolver, se (envolver) e construir: divulgação científica de campo islâmico nem sempre fácil, mas sempre necessária¹

Francirosy Campos Barbosa²

Introdução

Gostaria de iniciar esse texto ressaltando a importância e a obrigação de nós cientistas na divulgação científica. Não se trata apenas de construir páginas em redes sociais, mas de construir pontes de diálogo com a sociedade que não acessa à universidade e que não tem ideia do nosso investimento em Ciência e na produção do conhecimento. Recentemente me deparei com um *post* no Twitter que uma pessoa dizia saber o que a USP e os seus docentes faziam, em resumo, são todos marxistas, maconheiros, fazem sexo, etc. Essa desinformação é resultado do desgoverno que ainda está aí, mas também, é fruto das nossas formas de comunicação pouco eficazes, ou pouco abrangentes, como se a divulgação fosse algo menor e não essencial. Ficou claro após a eleição do presidente Bolsonaro e da pandemia do Covid-19 a necessidade emergencial de uma comunicação/divulgação científica mais eficaz entre nós e outros.

Nesse sentido, proponho nessa comunicação falar dos desafios que é tratar de um campo islâmico há mais de duas décadas e como a divulgação de conhecimento pode gerar confrontos, reações adversas, dentro e fora do campo. O quanto tem sido promissor a

¹ O texto ainda está em elaboração, mas considero importante compartilhar parte dele para que possa ser de conhecimento desse grupo de trabalho.

² Antropóloga, docente associada ao departamento de psicologia da FFCLRP/USP, pós-doutora pela universidade de Oxford. Coordenadora do GRACIAS – GRUPO DE ANTROPOLOGIA EM CONTEXTOS ISLÂMICOS E ÁRABES.

divulgação, mas também desafiante nos tempos em que a mídia (TV, Jornais, etc) constroem homens muçulmano como terroristas e mulheres muçulmanas como oprimidas. Dentro do campo as reações são positivas, mas também trazem dúvida do papel que uma antropóloga-muçulmana executa. O lugar de diálogo é sempre tenso, mas traz ganhos, como o reconhecimento da pesquisa atual sobre Islamofobia como uma das mais importantes do departamento de psicologia/USP em 2021/22 e agora 2023, e pela possibilidade de ter garantido uma bolsista de extensão PUB³ para administrar as redes sociais do GRACIAS (Grupo de Antropologia em Contextos Islâmicos e Árabes) no Instagram e Twitter, a divulgação do que produzimos ficou mais dinâmico e não centralizada na coordenadora do grupo. A participação de Maíra Venâncio e Paula, uma estudante de graduação da Biologia, que aceitou o desafio de coordenar a divulgação via redes sociais é uma das responsáveis pela reflexão que trago aqui.

Maíra é o termômetro que me ajuda a perceber o quanto estamos ou não comunicando, sendo uma menina negra, que não conhecia nada de islam, mulheres muçulmanas, ela vai me trazendo o seu olhar, e as interações que recebe pela rede. Em seu relatório para renovação da bolsa, Venâncio e Paula (2022) coloca:

No que tange a informação acadêmica, a fluidez da comunicação científica abrange a publicação formal de resultados de pesquisa, a recuperação de informação, o acesso à literatura publicada e a comunicação informal entre pesquisadores. É habitual a comunicação científica se dar por meio de vias impressas, no entanto, atualmente, a Internet mudou, não apenas a dinâmica desse fluxo de comunicação, mas também o modo de fazer ciência. Essa comunicação passou a ser não-linear, com a participação dos interessados: desde a concepção da pesquisa, até a aplicação de seus resultados (Castro, 2019).

Em conversa por áudio no WhatsApp Maíra relata o quanto se emocionou durante o Hijab Day⁴, pois muitas seguidoras enviavam seus relatos inbox. Ela me conta que compreendeu muito sobre islam, mulheres e islamofobia e me agradecia por isso, pois se não fosse bolsista desse projeto, talvez nunca chegasse a essas reflexões.

³ Edital PUB - EDITAL 2021-2022: GRACIAS online: divulgando conhecimento em redes sociais

⁴ <https://www.instagram.com/p/CZb4os7LUJi/acesso> 21.08.22

Comparo a divulgação científica ao uso do som em produção audiovisual, todos se especializam em produzir imagens, mas poucos se detêm na importância da captação do som. Produzir um livro, uma tese etc, são coisas que temos orgulho e nos dedicamos, mas pouco sabemos como divulgar. A divulgação é sempre a última coisa a ser pensada, mas deveria caminhar junto com a produção, pois ela é também capaz de mobilizar outros, não apenas o público alvo, mas quem está na mediação como é o caso de Maíra Venâncio e Paula.

Por isso, considero as redes sociais eficazes. Foi por meio do Orkut que conheci, por exemplo, Soraya Fleischer, e os trabalhos de outros colegas da rede de antropologia que lá existia. Essa rede possibilitou uma ampliação do meu universo acadêmico, me aproximou de pessoas, pesquisas, demonstrando que até entre nós, sem as redes, isso seria muito mais difícil. Lembro-me quando comecei a pesquisar comunidades islâmicas em São Paulo o quanto era difícil ter acesso aos pesquisadores do mesmo tempo, por muito tempo fiquei “isolada”, posso dizer que de 1998 a 2003 só tive acesso a uma pesquisadora de Islam.

A divulgação científica viveu em 2002 um ano de avanços significativos no Brasil. A celebração dos vinte anos de *Ciência Hoje* e o lançamento de novas revistas científicas para o público leigo foram alguns dos eventos que marcaram uma nítida intensificação das atividades de popularização da ciência. Hoje temos também outras revistas como a Revista da FAPESP que mensalmente vem divulgando materiais sobre a produção científica que ela financia. Podemos dizer que são muitos os canais de divulgação, mas cabe a nossa reflexão sobre o tema, como destaco a seguir o congresso que acompanhei online.

1º Congresso Brasileiro de Divulgação Científica

Durante a pandemia aconteceu o segundo dia do 1º. Congresso Brasileiro de Divulgação Científica uma das mesas contou com a participação do sociólogo Yuri Castelfranchi, pesquisador e professor da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) em comunicação pública de ciência e da relação entre ciência, tecnologia e democracia, a mediadora era a jornalista Fabíola de Oliveira, doutora em jornalismo científico pela Universidade de São Paulo (USP). Nesta apresentação Castelfranchi aponta três

dimensões da divulgação científica no mundo. A primeira é a **política**, pois a desinformação e a desconfiança na ciência não são frutos da ignorância, mas são construídos conscientemente por grupos interessados.

“Não adianta o cientista querer se colocar numa posição isenta quando a simples comunicação da ciência, hoje em dia, já assume conotações políticas”.

Segundo seria a **teórica**, o sociólogo reforçou a necessidade do conhecimento transdisciplinar.

“O público não está interessado em assuntos separados, mas em temáticas mais abrangentes. Não é sobre descrever o que é uma enzima, um anticorpo, mas contextualizar como isso afeta a vida das pessoas. É impossível ser bom divulgador sem ser multidisciplinar”.

Quanto à terceira dimensão, que seria a parte **prática**, Castelfranchi disse que a pandemia trouxe uma profusão de novos divulgadores qualificados, mas que ainda sofrem para expandir seu público, sobretudo em parcelas marginalizadas da população. Nesse sentido, valorizou iniciativas de divulgação que atuam dentro das comunidades, fornecendo o suporte necessário para pessoas inseridas nesse contexto levem a informação para seus vizinhos.

A partir da contribuição de Castelfranchi posso iniciar meu diálogo com meu campo de pesquisa, que realizo há quase 25 anos, mas que ganhou contornos diversos a partir da minha reversão ao Islam há 9 anos, e posteriormente ao uso que faço do lenço islâmico, que constrói assim uma persona diferente do que antropólogos estão acostumados, ou melhor dizer familiarizados.

1. **A política** – em linhas gerais a pesquisa que realizo hoje sobre Islamofobia no Brasil e que resultou em artigos e no *Primeiro Relatório sobre Islamofobia no Brasil (no prelo)* é fruto de uma carga política de atuação contra a discriminação religiosa, e violência que principalmente mulheres muçulmanas que usam lenço são vítimas no país.
2. **A teórica** – a pesquisa levou não só a leitura sobre temáticas da religião, mas leituras de Relações Internacionais, Psicologia, Sociologia, Direito conversas com muçulmanos e muçulmanas e aplicação de uma pesquisa quantitativa.

3. *A prática* – isso resultou em uma atuação da própria comunidade, quando divulgamos o nosso questionário online para responder sobre islamofobia.

Se posso dimensionar a pesquisa atual da maneira acima, tenho que dizer que os ruídos já existiram dentro da comunidade quando se tratava da pesquisa que realizo, como relato do artigo *Antropologia e Misticismo: diálogos com uma nativa na rede* (Barbosa-Ferreira, 2013, p 146) a respeito de um blog que eu tinha na época que postava minhas fotografias de uma viagem à Turquia, a interlocutora muçulmana escreve:

Habibati: gostaria muito de falar com a senhora, Francirosy... o que acontece em seu blog merece um título "antropologia e misticismo", o que os turcos apresentam como Islam é algo caricato, deturpado e totalmente fora dos ensinamentos do Profeta, saws. Se há alguma tese em andamento, por favor, entre em contato comigo para certos ajustes, a menos que você prefira continuar na visão equivocada da religião - o que acontece com a maioria absoluta da sociedade (não haveria problema em relação ao mestrado/doutorado, pois os examinadores também ignoram em que consiste a religião). Comento com propriedade por haver morado na Turquia e na Síria... se quiser, entre em contato comigo: email...

Não pretendo expor todo o diálogo aqui novamente, mas apenas ressaltar que esse questionamento de uma nativa, me fez pensar em como a comunicação era importante, e que essa forma de comunicar nem sempre será compreendida como desejamos, mas nos leva a pensar sobre o fazer e sobre o comunicar. Há muitos estudos hoje sobre divulgação, redes sociais, etc, mas essas respostas divergem quando cai na rede do próprio campo, a recepção deles ainda é pouco explorado em textos acadêmicos, por isso, tentei no artigo citado expor esse desconforto de ambas: pesquisadora-pesquisada. Nos últimos dez anos venho refletindo sobre esse fazer (Barbosa-Ferreira, 2012), do mesmo modo que venho refletindo junto com alunas de graduação o modo como muçulmanas vem usando o Instagram, isso resultou no artigo recém publicado *Influenciadora Muçulmanas no Instagram* (Batista *et al*, 2022), compreender como os sujeitos da pesquisa também fazem uso de suas redes é uma forma também de adentrar o universo deles, suas questões e prioridades.

Cabe ressaltar que o propósito da ciência da informação é conhecer e fazer acontecer o sutil fenômeno de percepção da informação pela consciência. A mensagem que a informação carrega deve ser intencional e arbitrária e contingente ao atingir seu destinatário: a criação do conhecimento no indivíduo e em sua realidade. Uma vez que a

informação atinge o público alvo, uma alteração deverá acontecer; os que recebem e podem elaborar a informação, são reféns de um processo de desenvolvimento qualitativamente superior. Este desenvolvimento pode ser repassado ao seu mundo de convivência (Barreto, 1998).

Desse modo, é possível afirmar que a Internet se originou de um movimento necessário à época em que foi criada como uma busca de maneiras mais eficazes de comunicação. Atualmente, ampliada a números extraordinários de acessos e de usuários, a internet possibilitou a resignificação dos papéis e colocou em evidência as influências dos produtores de conhecimento, conteúdos culturais, além dos midiáticos (Aguiar, 2019). Para Robert Kozinets (2014, p. 11), os mundos sociais estão se tornando cada vez mais digitais. Robert ainda constata que os cientistas sociais, até então, resistem em associar a pesquisa online em seus estudos, no entanto, estão cada vez mais perto da conclusão de que “não podem mais compreender adequadamente muitas das facetas mais importantes da vida social e cultural sem incorporar a internet e as comunicações mediadas por computador em seus estudos”.

No que tange a informação acadêmica, a fluidez da comunicação científica abrange a publicação formal de resultados de pesquisa, a recuperação de informação, o acesso à literatura publicada e a comunicação informal entre pesquisadores. É habitual a comunicação científica se dar por meio de vias impressas, no entanto, atualmente, a Internet mudou, não apenas a dinâmica desse fluxo de comunicação, mas também o modo de fazer ciência. Essa comunicação passou a ser não-linear, com a participação dos interessados: desde a concepção da pesquisa, até a aplicação de seus resultados (Castro, 2019).

Entretanto, vivemos em uma época na qual as pesquisas científicas, sociais e humanas encontram-se desvalorizadas. Isso pois, ao não adotarem estratégias de preservação de monopólio relativo ao conhecimento produzido, tornam-se distinguíveis de outras ciências e por sua vez, desvalorizadas (Afonso, 2015).

GRACIAS – ONLINE



A princípio, foram criadas duas contas de perfil social e divulgacional para o GRACIAS em duas redes sociais: Twitter e Instagram. A ideia é que as divulgações dos eventos do grupo coordenado por mim desde 2011 não ficasse restrito à minha página pessoal, mas que ganhasse vida própria e que o grupo de pesquisa fosse (re)conhecido. Durante 2021 e 22 ambas contas foram atualizadas semanalmente durante o período vigente da bolsa, que felizmente foi renovada para 2023, possuindo como conteúdo as produções científicas dos integrantes do GRACIAS, além de suas participações em eventos.

Em relação às produções de conteúdo, textos foram redigidos para as legendas que acompanham as publicações. Nessas adaptações do conteúdo científico dos pesquisadores eram feitas de modo que o repertório científico fosse mais acessível à população frequentadora dessas páginas de comunicação. É importante salientar que em diversos momentos, o planejamento dos assuntos tratados nas publicações era feito em junção aos membros do GRACIAS, com a minha supervisão. As produções gráficas para as redes sociais eram, anteriormente, elaboradas em um documento de texto e enviado para minha aprovação. Em seguida, essas publicações eram modificadas para a interface de cada uma das redes sociais e enfim publicadas, obtendo certo retorno dos espectadores virtuais.

Após horas de produção de conteúdo oriundos dos trabalhos publicados e em andamento dos pesquisadores do GRACIAS, além da ampla divulgação, o interesse da comunidade em geral foi extremamente satisfatório e surpreendente. As páginas criadas nas redes sociais do Twitter e Instagram atingiram o número de 129 e 590 de seguidores, respectivamente. Era bastante comum os seguidores desses perfis sociais interagirem de forma positiva e curiosa, demonstrando interesse e carinho pelo trabalho realizado. Tal interação, foi bastante proveitosa, à medida que era uma resposta direta de como a comunidade não acadêmica, consome conhecimento elaborado através de pesquisas. Em relação aos estereótipos ao objeto de pesquisa: Islam, muçulmanos, etc., foi notório que, ao passo que as páginas cresciam, os seguidores se sentiam mais confortáveis em interagir com a página. Tais interações resumiam-se em deixar comentários positivos, mandar perguntas em forma de mensagens diretas, recomendações de outros perfis relacionados ao objeto de pesquisa.

Quanto ao conteúdo de postagens, estas eram e ainda continuam sendo bem dinâmicas. No início dos perfis, meados de setembro de 2021, houve uma apresentação de todos os membros do Gracias aos ainda, poucos seguidores. Ao decorrer dos meses, as publicações dos perfis abrangiam tanto eventos organizados pelo GRACIAS, como o “Ciclo de Debates sobre Processos Psicológicos e Culturais em Temas Emergentes”, ocorrido em novembro de 2021, sorteios de livros, quanto a exposição de linhas de pesquisa dos pesquisadores que compõem o GRACIAS. Além disso, era bastante comum algumas publicações abordarem diretamente o Islam: datas comemorativas, como o Ramadã, costumes como o “World Hijab Day”, homenagens a personalidades de grande relevância, como mulheres estudiosas que marcaram a história, referente ao dia internacional da mulher, em março e à profetas como Muhammad e Abraão.

Durante o mês de maio de 2022, as publicações em ambos perfis deram bastante destaque à mais recente pesquisa do GRACIAS “Islamofobia no Brasil”. Esta trata-se de um questionário direcionado a comunidade muçulmana brasileira, comumente vítima de ataques de intolerância religiosa para com seus membros. Dessa forma, a divulgação dos resultados desta pesquisa é de extrema importância, visto que os perfis sociais do GRACIAS são meios de comunicação diretos e acessíveis aos seguidores sobre o conhecimento produzido na academia. Logo em seguida, durante o mês de junho uma sequência de postagens referentes ao livro que celebra os 10 anos do GRACIAS foi feita para que os capítulos dos integrantes do grupo recebessem notoriedade do público.

Era recorrente os seguidores demonstrarem suas gratificações por terem entrado em contato com o conteúdo esclarecedor e os próprios divulgarem estes conteúdos em suas próprias redes. A postagem que teve maior repercussão, ou seja, grande apreço do público, foi a publicação sobre o “World Hijab Day”. Várias mulheres de lugares diferentes do Brasil encaminharam ao perfil do Instagram, fotografias suas usando seus hijabs, compartilhando e celebrando o dia e a vestimenta muçulmana para outras pessoas.

Considerações Finais: Devolver, se (envolver) e construir

A construção de canais de comunicação seja por redes sociais, podcast, documentários tem sido um meio de facilitar a comunicação com um público mais amplo e não necessariamente acadêmico. É uma forma de devolver aos sujeitos interlocutores-as da pesquisa nem sempre familiarizados-as com os textos acadêmicos, e também de envolve-los-las nas reflexões que advém das conversas e trocas de campo, do mesmo modo outros sujeitos que desconhecem aquela realidade e ficam curiosos em conhecer mais. É uma construção diária de saberes no qual aprendemos todos: pesquisadores-pesquisados; divulgadores-receptores.

Se nossas teses pedem uma elaboração textual, e ainda pouco visual, as redes, em certa medida, pedem um visual que chame atenção, do mesmo modo que o texto traduza de forma mais simples um conteúdo acadêmico que possa desta maneira chegar mais rápido e acessível ao público que o segue. A divulgação científica ganha muito quando consegue planejar o seu alcance e para quem deseja comunicar.

REFERÊNCIAS

- AFONSO, Almerindo J. A educação superior na economia do conhecimento, a subalternização das ciências sociais e humanas e a formação de professores. n. 2, p. 269–291, 2015. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/aval/a/vrG75gLqkvVcHJvdWsFDmwp/?format=pdf&lang=pt>>
- AGUIAR, J. G. DE. A pesquisa etnográfica online em tempos de cultura da convergência. *Revista Observatório*, v. 5, n. 6, p. 109-131, 1 out. 2019.
- BARBOSA-FERREIRA, Francirosy, C. ANTROPOLOGIA E MISTICISMO: DIÁLOGOS COM UMA NATIVA NA REDE. In: *Illuminuras*, Porto Alegre, v.14, n.32, p. 146-159, jan./jun. 2013
- BARBOSA-FERREIRA, Francirosy, C. Construindo um Website: dilemas e desafios deste fazer etnográfico com pesquisadores de comunidades mulçumanas. In: *Revista Pensata*, V.2, N.1. São Paulo: Unifesp, 2012.
- BARRETO, A. de A. (1998). Mudança estrutural no fluxo do conhecimento: a comunicação eletrônica. *Ciência Da Informação*, 27(2), 122–127. doi:10.1590/s0100-19651998000200003
- CASTRO, Thalía B; GAJARDO, Gonzalo; CASTRO, Jorge M; *et al.* Saline Systems, v. 2, n. 1, p. 13, 2006. Disponível em: <<http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/14781/00798220.pdf;jsessionid=BC7BB1AAF1FCEA3FC15B9F4420D0A5A7?sequence=1>>.
- KOZINETS, Robert. V. *Netnografia: Realizando pesquisa etnográfica online*. Porto Alegre: Penso, 2014. 203p.
- PESQUISADORES de ciências humanas se tornaram “inimigos da nação” no Brasil, diz antropóloga. *Global Voices em Português*. Disponível em: <https://pt.globalvoices.org/2021/06/08/pesquisadores-de-ciencias-humanas-se-tornaram-inimigos-da-nacao-no-brasil-diz-antropologa/?fbclid=IwAR2ZAqh7_IIBEewF4wFofTDKYs115EaySY3tnYTffHKUVW>

zEzBqsbPJNbt8>.

Acesso

em:

16

jul.

2022.