

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

BRUNO GARCIA VINHOLA

MAÇONARIA, DO SECRETO AO DISCRETO:
COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E GESTÃO DA (IN)VISIBILIDADE

PORTO ALEGRE

2021

BRUNO GARCIA VINHOLA

MAÇONARIA, DO SECRETO AO DISCRETO:
COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E GESTÃO DA (IN)VISIBILIDADE

Tese defendida junto ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – PPGCOM/UFRGS como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Comunicação e Informação.

Orientador: Prof. Dr. Rudimar Baldissera

PORTO ALEGRE

2021

CIP - Catalogação na Publicação

Vinhola, Bruno Garcia

Maçonaria, do secreto ao discreto: comunicação organizacional e gestão da (in)visibilidade / Bruno Garcia Vinhola. -- 2019.

296 f.

Orientador: Rudimar Baldissera.

Tese (Doutorado) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Porto Alegre, BR-RS, 2019.

1. Comunicação organizacional. 2. Invisibilidade. 3. Segredo. 4. Comunicação discreta. 5. Maçonaria. I. Baldissera, Rudimar, orient. II. Título.

BRUNO GARCIA VINHOLA

MAÇONARIA, DO SECRETO AO DISCRETO:
COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E GESTÃO DA (IN)VISIBILIDADE

Tese defendida junto ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – PPGCOM/UFRGS como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Comunicação e Informação.

Aprovado em:
BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Rudimar Baldissera – UFRGS/PPGCOM
Orientador

Prof. Dr. Márcio Simeone Henriques – UFMG/PPGCOM
Examinador

Profa. Dra. Ana Paula da Rosa – UNISINOS/PPGCC
Examinadora

Profa. Dra. Cleusa Maria Andrade Scroferneker – PUCRS/PPGCOM
Examinadora

Profa. Dra. Miriam de Souza Rossini – UFRGS/PPGCOM
Examinadora

AGRADECIMENTOS

Agradeço, em primeiro lugar, pela oportunidade de ter realizado o doutorado em uma instituição de ensino federal, particularmente na UFRGS, universidade de excelência. Em especial, agradeço à CAPES, que me concedeu bolsa ao longo de boa parte do curso, apoio fundamental para a conquista deste grande objetivo.

Aos professores e alunos do PPGCOM da Universidade Federal do Rio Grande do Sul com os quais tive contato – em disciplinas, palestras, projetos ou mesmo nas conversas pelos corredores –, agradeço por todo apoio, atenção e acolhida.

Em especial, sou extremamente grato ao Professor Rudimar. Afora a admiração por todo seu profissionalismo e reconhecimento acadêmico, agradeço pela generosidade com a qual me acolheu, pela enorme atenção que dedicou a este projeto, pelo companheirismo e ensinamentos durante toda a caminhada e por todo o carinho que ele entrega, não só a mim, mas a todos os seus orientandos e alunos. É admirável ver o brilho no seu olhar quando está junto do nosso grupo de pesquisa, o GCCOP. Além de grande professor e orientador, o tenho como um amigo.

Com relação ao GCCOP, grupo de pesquisa extraordinário, agradeço aos colegas pela convivência, pelos auxílios e pelas amizades que se formaram e que extrapolam a vida acadêmica. Em especial, minha gratidão aos que estiveram mais próximos, Jean, Nicole, Isaura, Cássia, Mônica, Bruno Cássio, Ângela e Sergio.

Agradeço aos professores Márcio, Miriam, Ana e Cleusa por aceitarem o convite para compor a banca final e colaborar com este processo. Aos professores Márcio e Miriam, meu agradecimento especial por acompanharem o projeto desde a banca de qualificação, bem como pelas contribuições que recebi e que influenciaram esta trajetória.

À potência maçônica do GORGS, agradeço pela anuência à realização desta pesquisa, assim como aos maçons que aceitaram o convite para participação nas entrevistas.

E, por fim, agradeço aos que estão ainda mais próximos, meus maiores suportes, sem os quais dificilmente teria chegado até aqui.

À Laura, pelo companheirismo, pela paciência, pelos diversos auxílios e, principalmente, pelo amor que impulsionou mais uma conquista que vivemos juntos.

À minha irmã, pelos auxílios e por nossa amizade que deixa tudo mais leve e me dá forças em momentos cruciais.

E aos meus pais, maiores incentivadores da minha escolha pela vida acadêmica. Obrigado por todo amor e amparo que sempre me deram e por esta herança tão importante que tanto lutaram para me deixar: a educação.

RESUMO

A proposta desta tese está inserida no (sub)campo da comunicação organizacional a partir de uma reflexão sobre estratégias e práticas comunicacionais de organizações em perspectiva de gestão dos seus níveis de (in)visibilidade no atual contexto sociotécnico. Nos interessamos, em específico, por processos comunicacionais em/de organizações que são reconhecidas por seu caráter secreto. Nessa perspectiva, o objetivo geral desta pesquisa é o de compreender como a maçonaria interpreta o atual regime hegemônico de visibilidade ampliada e gerencia a (in)visibilidade em seus processos de comunicação organizacionais. Para isso, o interacionismo simbólico (MEAD, 1982; BLUMER, 1982) é o principal fundamento epistêmico que empregamos. Dentre os aportes teóricos, destacamos alguns dos principais temas (e autores) que acionamos neste estudo: comunicação organizacional (BALDISSERA, 2004; 2009a; 2009b; 2009c); cultura e cultura organizacional (GEERTZ, 2008; MORIN, 2005; SCHEIN, 2009); teorias do imaginário (RUIZ, 2003; SILVA, J., 2003); visibilidade (THOMPSON, 2008; 2018; BRUNO, 2004; COULDRY; HEPP, 2017); e segredo (SIMMEL, 1999; 2008; DESPRET, 2011). Em termos de procedimento metodológicos, o percurso foi realizado em quatro fases: 1) análise de redes sociais online para examinarmos as redes constituídas no *Twitter* em torno do tema ‘maçonaria’; 2) análise de conteúdo dos sites oficiais da maçonaria para perscrutarmos o que é dado a ver (visibilizado) pela fala autorizada maçônica; 3) entrevistas com iniciados na maçonaria para compreendermos os olhares dos sujeitos que compõem a organização; e 4) análise transversal para articularmos os achados obtidos nas fases anteriores. Como resultados mais relevantes, primeiramente evidenciamos que não há pressão expressiva dos públicos para que a maçonaria amplie seus níveis de visibilidade, ao contrário, há uma produção de conteúdo considerável sobre a organização por parte de atores individuais que não procuram aproximações com as representações oficiais da maçonaria. Nos sites oficiais, identificamos que a maçonaria avança – ainda que de forma bem calculada – em um movimento de dar-se a ver, em virtude do maior controle sobre a representação que as lógicas dessas mídias possibilitam. Verificamos, também, que a organização não conta com uma política de comunicação formal e explícita, porém há uma orientação rígida que, mesmo não formalizada, revela um domínio tácito sobre um comportamento específico a ser seguido. Identificamos, ainda, que os maçons atentam para as afetações do atual regime de visibilidade ampliada, especialmente em função da preocupação com a continuidade da organização. E, principalmente, compreendemos que a gestão da (in)visibilidade na maçonaria está alicerçada em uma lógica básica, em que a comunicação discreta – da qual revelamos alguns fundamentos e estratégias – se destaca.

Palavras-chave: Comunicação organizacional. Invisibilidade. Segredo. Comunicação discreta. Maçonaria.

ABSTRACT

The proposal of this thesis is inserted in the (sub)field of organizational communication. It comes from a reflection about organization's communicational strategies and practices in a perspective of managing their (in)visibility levels in the current socio-technical context. We are specifically interested in communicational processes in/of organizations that are recognized for their secrecy. From this perspective, the general objective of this research is to understand how Freemasonry interprets the current hegemonic regime of expanded visibility and how it manages (in)visibility in its organizational communication processes. To achieve that, we employ symbolic interactionism (MEAD, 1982; BLUMER, 1982) as the main epistemic foundation. Among the theoretical contributions, we highlight some of the main subjects (and authors) that we use in this study: organizational communication (BALDISSERA, 2004; 2009a; 2009b; 2009c); culture and organizational culture (GEERTZ, 2008; MORIN, 2005; SCHEIN, 2009); theories of the imaginary (RUIZ, 2003; SILVA, J., 2003); visibility (THOMPSON, 2008; 2018; BRUNO, 2004; COULDRY; HEPP, 2017); and secrecy (SIMMEL, 1999; 2008; DESPRET, 2011). In terms of methodological procedure, the path was made in four phases: 1) analysis of online social networks to examine the networks constituted on Twitter around the theme 'Freemasonry'; 2) content analysis of official Freemasonry websites to examine what is given to see (visible) by the authorized Masonic speech; 3) interviews with people initiate in Freemasonry to understand the points of view of the individuals that make up the organization; and 4) cross-sectional analysis to articulate the findings obtained in the previous phases. As the most relevant results, we first show that there is no significant pressure from the publics for Freemasonry to expand its levels of visibility, on the contrary, there is a great content production that embraces the organization, made by individuals who do not seek approximations with Freemasonry's official representations. On official websites, we identified that Freemasonry advances - though in a well-judged way - in the movement of making itself visible, due to the greater control over representation that the logics of these media makes possible. We also verified that the organization does not have a formal and explicit communication policy, but there is a rigid orientation that, even if not formalized, reveals a tacit domain over a specific behavior to be followed. We also identified that freemasons pay attention to the effects of the current regime of increased visibility, especially due to the concern with the continuity of the organization. And mainly, we understand that the management of (in)visibility in Freemasonry is founded on a basic logic, in which discreet communication – from which we reveal some fundamentals and strategies – stands out.

Keywords: Organizational communication. Masonry. Secrecy. Invisibility. Discreet communication.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
2	OBJETO EMPÍRICO E PRESSUPOSTOS METODOLÓGICOS: A MAÇONARIA E OS FUNDAMENTOS DO INTERACIONISMO SIMBÓLICO	23
2.1	A ordem maçônica	23
2.1.1	Gênese e evolução da maçonaria	23
2.1.2	Aspectos históricos da maçonaria no Brasil	27
2.1.3	Principiologia maçônica	31
2.1.4	Simbólica e ritualística maçônica	37
2.1.5	O Grande Oriente do Rio Grande do Sul	41
2.2	O interacionismo simbólico como referencial norteador	42
3	SOBRE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL	55
3.1	Reflexões sobre o fenômeno comunicacional	55
3.2	Uma noção de comunicação organizacional	61
3.2.1	Pensamento sistêmico e cultura organizacional	62
3.2.2	A dimensão institucional	74
4	IMAGINÁRIO, SIMBOLISMO E SEGREDO	83
4.1	Notas sobre a noção de imaginário	83
4.2	O simbólico	87
4.3	Tecnologias do imaginário	90
5	(IN)VISIBILIDADE E SEGREDO	93
5.1	O atual regime hegemônico de visibilidade ampliada	93
5.2	O segredo: a regulação do par dialógico visibilidade-invisibilidade	102
6	MAÇONARIA E CONEXÕES EM REDES DIGITAIS	114
7	DESEJOS DE VISIBILIDADE DA FALA AUTORIZADA MAÇÔNICA	142
8	O REGIME DE VISIBILIDADE AMPLIADA SEGUNDO OS MAÇONS	172
8.1	Comunicação organizacional e políticas orientadoras	181
8.2	A maçonaria no atual regime de visibilidade ampliada	193

9	A GESTÃO DA (IN)VISIBILIDADE NA MAÇONARIA	217
9.1	A gestão da (in)visibilidade: dimensões da comunicação organizacional em estratégias de palco e bastidores	217
9.2	A comunicação discreta	240
10	CONSIDERAÇÕES	257
	REFERÊNCIAS	265
	APÊNDICE A – A PESQUISA DA PESQUISA	275
	APÊNDICE B – NÚCLEOS DE SENTIDOS DO SITE DO GOB	282
	APÊNDICE C – NÚCLEOS DE SENTIDOS DO SITE DA COMAB	284
	APÊNDICE D – NÚCLEOS DE SENTIDOS DO SITE DA CMSB	286
	APÊNDICE E – ROTEIRO DE PERGUNTAS PARA ENTREVISTAS (PARTICIPANTES NÍVEL GRÃO-MESTRADO)	287
	APÊNDICE F – ROTEIRO DE PERGUNTAS PARA ENTREVISTAS (NÍVEL COMUNICAÇÃO)	289
	APÊNDICE G – ROTEIRO DE PERGUNTAS PARA ENTREVISTAS (NÍVEL LOJAS)	291
	APÊNDICE H – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO	293

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho está inserido no (sub)campo da comunicação organizacional a partir de uma reflexão sobre estratégias e práticas comunicacionais de organizações em perspectiva de gestão dos seus níveis de (in)visibilidade no atual contexto sociotécnico. Nessa temática ampla, que poderia acolher diferentes objetos de pesquisa e, a partir deles, diversos aportes teóricos e metodológicos, nosso interesse específico é pelos processos comunicacionais em/de organizações que são reconhecidas por seu caráter secreto, isto é, que exercem certas barreiras para com o social e, conseqüentemente, revelam aos públicos poucos elementos de sua concretude.

O interesse por processos comunicacionais no âmbito dessas organizações que procuram evitar ou reduzir a própria visibilidade é oriundo de inquietações que nos movem em relação aos imperativos de conduta comunicacional que circulam nas lógicas – especialmente as de mercado – de um mundo cada vez mais pautado pela busca contínua por visibilidade. Afinal, somos – enquanto sujeitos e/ou organizações – orientados, de forma quase automática, a desejar a máxima visibilidade, geralmente sem questionamentos e/ou esforço crítico acerca do valor de dar-se a ver.

A partir de diferentes autores, Baldissera (2017) disserta acerca de algumas das características da sociedade atual que afetam quaisquer atores sociais. Entre a incerteza, a fluidez, a convergência tecnológica, o alto nível de circulação simbólica e de capitais, a instantaneidade, os sentidos de urgência, os vínculos superficiais, a polarização e o enfraquecimento das identidades, elencadas pelo autor como características “conformadas pela” e “conformadoras da” sociedade contemporânea, está a visibilidade ampliada, aspecto que nos interessa em particular.

Essa característica do mundo atual, segundo Thompson (2008), foi impulsionada principalmente pela evolução das tecnologias de informação e comunicação no processo de transformação dos regimes de visibilidade. Para ele, a mudança mais significativa no que se refere à visibilidade contemporânea, proporcionada pela sofisticação da comunicação mediática, foi a libertação da visibilidade em relação aos vínculos espaço-temporais do aqui/agora. Princípios como o da visibilidade situada (está visível quem compartilha a mesma situação espaço-temporal) e da visibilidade recíproca (quem está em meu campo de visão também

pode me ver), propriedades do que o autor denomina como “visibilidade de copresença”, são ressignificados pelas inovações tecnológicas transformadas em meios. O campo da visão foi dilatado e, não mais preso às competências físicas do sentido humano da visão, passou a respeitar outros limites, peculiares aos fatores sociotécnicos de cada (nova) mídia. Esse regime de visibilidade, segundo o autor, permitiu o despontar de uma “sociedade da autopromoção” (THOMPSON, 2008), em que o hábito de revelar aspectos íntimos a públicos distantes se tornou algo comum.

No entanto, Baldissera (2017) adverte que a análise da influência dos fatores tecnológicos sobre os regimes de visibilidade implica um pensamento que ultrapasse o simples uso de dispositivos. Ele chama a atenção para o fato de que “A sociedade se realiza ‘em’ e ‘com’ essas tecnologias [...] E, indo além, pode-se dizer que conformam e redimensionam valores, crenças, padrões culturais e imaginários” (BALDISSERA, 2017, p. 76). Dessa forma, reconhece o papel de destaque do desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação para a conformação do cenário atual, ao contribuir para a alteração das tradicionais práticas comunicativas, das lógicas de presença e dos regimes de visibilidade.

Também reforçando a influência das tecnologias, Bruno (2004, p. 110) salienta a necessidade exacerbada de visibilização da imagem própria que os indivíduos têm hoje em dia, apontando uma “[...] transformação no modo como os indivíduos constituem a si mesmos e modulam sua identidade a partir da relação com o outro, mais especificamente, com o olhar do outro”. Para a autora, esse “olhar do outro” não é mais simplesmente dado pelo público, mas é algo a ser conquistado pelos indivíduos, a partir de refinadas práticas de exposição de si. Nesse cenário, o chamado foro íntimo, segundo Bruno (2014, p. 118), “[...] deixa de ser experimentado como o refúgio mais autêntico e secreto para se tornar uma matéria artificialmente assistida e produzida na presença explícita do olhar do outro”.

Ainda assim, não podemos afirmar, de forma generalizante, que todos os atores sociais estão, a todo momento, comportando-se de acordo com as lógicas de dar-se a ver que as mídias orientam. Nesse sentido, reconhecemos que existem diversas dinâmicas de desejos de visibilidade e invisibilidade que se atravessam na sociedade. Por conseguinte, tomamos o regime de visibilidade ampliada, em virtude das características da atual matriz societária (em especial as afetações do desenvolvimento tecnológico), como um contexto hegemônico. E, inseridas nesse regime, estão as organizações, constituídas por indivíduos que estão em avançado

processo de naturalização das lógicas do “estar conectado”, do “estar visível” e do “dizer de si” (BALDISSERA, 2017). Dessa forma, quando assumimos as organizações como construções sociais entre sujeitos, conseqüentemente reconhecemos que as lógicas de intimidade mediada e autopromoção (THOMPSON, 2008) são provavelmente conduzidas às realidades organizacionais e a seus processos comunicativos.

Nesse cenário, Thompson (2008) defende que fazer parte da sociedade da autopromoção, em virtude da crescente pressão dos públicos por abertura e transparência, não é uma escolha. Afinal, não só as lutas diárias se constroem sob a gestão da visibilidade (THOMPSON, 2008), mas as coisas mais simples do dia-a-dia parecem necessitar da legitimação midiática para existirem. O autor também entende que o regime de visibilidade ampliada não só criou novas oportunidades, mas apresentou novos riscos. Para ele, indivíduos e organizações estão submetidos aos perigos que acompanham o incalculável fluxo de informações, a descentralização e a vigilância contínua. Nesse contexto, entendemos que uma análise crítica sobre o valor da visibilidade se faz oportuna (mesmo que abafada pela intensificação das práticas), tendo em vista os impactos que a sobrevalorização e naturalização do estar visível e do dizer de si podem causar em sociedade, seja em relação a indivíduos ou organizações.

No que diz respeito às organizações, em específico, Baldissera (2017, p. 84) afirma que, por um lado, “[...] ‘estar visível’ e ‘dizer de si’ consiste em aspecto básico da comunicação organizacional estratégica, isto é, precisa ser cumprido pelas organizações” e, por outro, essa necessidade (quase obrigação) de “estar à luz” para revelar aspectos de suas identidades e realizar associações simbólicas no intuito de alcançar reconhecimento é, segundo o autor, uma situação nada cômoda para elas, visto que a visibilidade ampliada também as insere em um quadro de vulnerabilidade.

Cabe observarmos, aqui, que esse contexto de pressão por dar-se a ver continuamente se dá, conforme Thompson (2008), em virtude da importância substancial que as disputas por visibilidade assumiram nos dias de hoje, travadas em um ambiente de informação mais intenso (maior quantidade de fluxos de informação), mais extensivo (maior número de indivíduos incluídos nas redes de comunicação) e menos controlável (dificuldades em encobrir atividades, prever conseqüências, regular imagens e informações). Para o autor, não é mais possível conseguir reconhecimento sem seguir os protocolos da visibilidade mediada. Da mesma forma,

a inabilidade em conquistar visibilidade pode levar à obscuridade. Com enfoque maior no âmbito organizacional, Baldissera (2017, p. 83) adverte que

não se pode esquecer que essas ofertas de sentidos de si adentram espaços de visibilidade pública, para os quais convergem ofertas de outras organizações. Assim, nessa arena de visibilidade atualizam-se intenções, jogos narcísicos, desejos e ufânias, gerando, dentre outras coisas, tensionamento/atritos, ofuscamentos, sobreposições, articulações, ações de colaboração ou de má-fé e exclusão [...].

Essas dinâmicas que caracterizam a arena de visibilidade, de acordo com Baldissera (2017), indicam que a ocupação do “centro da cena” não remete à conquista automática de reconhecimento. O autor explica que, mesmo para as organizações que amadurecem rapidamente as lógicas e gramáticas midiáticas, em virtude do regime de visibilidade ampliada, que exige “[...] das organizações mais agilidade, competência de interpretação e prognóstico [...]” (BALDISSERA, 2017, p. 84), uma boa ocupação do espaço público não depende apenas da organização, tendo em vista a complexidade de um cenário repleto de disputantes.

Ainda assim, vivendo sob a constante necessidade de visibilizar, as organizações parecem reforçar certos imperativos de comportamento comunicacional – especialmente no que se refere à dimensão da fala planejada, auto-orientada e autorizada (BALDISSERA, 2009b) – prioritariamente focados na busca pela máxima visibilidade e raramente preocupados com os riscos de estar sob o olhar do outro. Nessa perspectiva, Silva, D. (2018) traz à tona que as pesquisas do (sub)campo da comunicação organizacional costumam evidenciar a visibilidade como o único desejo das organizações. Em seu recorte de investigação, que é o ambiente digital, o autor revela que estratégias de invisibilidade “[...] também se apresentam como (possíveis) caminhos adotados pelas organizações em situações de risco ou diante do (aparente) avanço de pautas que possam ir de encontro ao modo como esperam ser (re)conhecidas.” (SILVA, D., 2018, p. 9). Ao expor os caminhos adotados pelas agências de comunicação e organizações perante situações em que necessitam “[...] diagnosticar a visibilidade a invisibilidade, direcionar a visibilidade e tornar algo invisível no âmbito digital” (SILVA, D., 2018, p. 9), o autor aponta contextos em que não há somente desejo de dar-se a ver, mesmo em ambientes de predomínio das lógicas hegemônicas de visibilidade ampliada. A investigação de Silva, D. (2018) reforça que diferentes regimes de visibilidade convivem entre si e, conseqüentemente, outros comportamentos podem ser adotados por indivíduos e organizações.

Se não nos prendermos ao cenário atual, veremos que o desejo de invisibilidade – indicado por Silva, D. (2018) em relação ao ambiente digital – é algo que há muito tempo acompanha os processos de comunicação organizacional. Bobbio (2015) apresenta alguns exemplos dessas práticas organizacionais de ocultamento, como o segredo comercial (relacionado à superioridade de um saber especializado inacessível à concorrência) e o segredo oficial (invenção específica da organização burocrática). Tais exemplos elencados pelo autor, e outros que podemos convocar, como as tentativas de invisibilizar atos e organizações ilícitas, os segredos incontestáveis de ordem jurídica, as operações sigilosas de forças de segurança e mesmo os segredos que existem em determinados ambientes por força de tradição, expõem a dimensão estratégica da invisibilidade e sustentam a afirmação de Silva, D. (2018) de que existem organizações que, em determinadas situações e por razões diversas, desejam estar invisíveis ou desejam não estar tão visíveis.

Essas e outras práticas de invisibilidade, para Bobbio (2015), sempre têm a ver com um poder invisível, que pode assumir várias formas e diferentes relações com o poder que é público e visível. De acordo com o autor, o poder invisível contempla técnicas, como procurar a invisibilidade para tomar decisões de interesse público, mascarar-se quando obrigado a uma apresentação pública e ocultar-se usando de linguagem incompreensível. Algumas flertam com a ilicitude, outras não, dependendo de como esse poder se relaciona com o poder visível. Mas todas as técnicas, segundo o autor, estão ligadas a uma questão maior e estratégica: a prudência nas relações políticas. Para as organizações que habitam espaços de invisibilidade, pertence à regra da prudência “o dizer e o não dizer, o não dizer tudo, mas somente uma parte, o silenciar, o omitir, a reticência” (BOBBIO, 2015, p. 54).

No entanto, ao nos concentrarmos novamente no atual regime hegemônico de visibilidade, recorreremos à afirmação de Sodré (2015) de que vivemos um tempo de confronta o do secreto com os imperativos da visibilidade de uma ordem social que se define transparente. Próximo a essa concep o, Bobbio (2015) nos lembra que a publicidade   princípio fundamental de um Estado democrático, o que auxilia o enraizamento do ideal da transparência e da interpreta o do segredo como algo muito próximo do  lcito. Porém ele adverte que “[...] o que vale nos assuntos públicos de um regime democrático em que a publicidade   a regra e o segredo   a exce o não vale nos assuntos privados” (BOBBIO, 2015, p. 74). Dessa forma, para os interesses privados, o autor sustenta que o segredo deveria ser a regra, contra a

invasão do público: “precisamente porque a democracia pressupõe a máxima liberdade dos indivíduos singularmente considerados, estes devem ser protegidos de um excessivo controle [...] (BOBBIO, 2015, p. 74). Sabemos que essa é uma questão complexa, tendo em vista que as organizações de caráter privado têm seus limites éticos, jurídicos, dentre outros, pois suas ações – de alguma forma – sempre interferem no que é público. O que nos interessa em relação à questão levantada pelo autor é o fato de que o segredo, que em algumas situações deveria até mesmo ser encarado como um direito, é costumeiramente desqualificado a reboque da principiologia democrática e dos interesses político-econômicos.

À vista disso, entendemos que um caminho fecundo de contribuição para o conhecimento comunicacional encontra-se nessa visada pouco comum que procura observar oportunidades de pesquisa que emergem do que não é dominante, no caso a valorização da invisibilidade. Nesse sentido, e com o foco em organizações que têm seus modos de vida intensamente pautados pela ideia de segredo, elegemos como objeto de estudo a *maçonaria* ou *ordem maçônica* e sua relação com o atual regime hegemônico de visibilidade ampliada.

Cabe destacar que, ao realizamos o levantamento inicial acerca da temática, nos deparamos com uma lacuna na produção científica no que diz respeito à comunicação organizacional relacionada à invisibilidade e ao segredo. Para comprovarmos esse vazio teórico e constatarmos que o que difere nossa proposta é o interesse por processos comunicacionais em organizações que, mesmo tradicionalmente reconhecidas por seu caráter secreto, são forçadas ao convívio com as lógicas de visibilidade ampliada, realizamos uma busca por possíveis trabalhos que, no mínimo, se aproximassem dessa temática. No Apêndice A, apresentamos a chamada ‘Pesquisa da Pesquisa’, em que procedemos a um levantamento nas seguintes bases de dados: do Banco de Teses e Dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES); da Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Organicom), editada pela Universidade de São Paulo (USP) e referência na (sub)área de comunicação organizacional; e nos anais da Divisão Temática 3 (Relações Públicas e Comunicação Organizacional) do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM) e do Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Abrapcorp), eventos de referência da mesma (sub)área.

Expliquemos o porquê da escolha do nosso objeto de pesquisa. Em primeiro lugar, com o objetivo de refletirmos sobre a gestão da (in)visibilidade, optamos por abordar uma das organizações de maior representatividade no que diz respeito ao segredo e à invisibilidade. Conforme discutiremos adiante, o imaginário que circula sobre a maçonaria inspira as mais diversas construções de sentidos que, no geral, reforçam essa dimensão de ocultismo e instigam boa parte do senso comum. Essa tensão, entre o histórico ligado ao secreto e uma espécie de pressão por abertura por parte do atual regime hegemônico de visibilidade, é o que justifica olhar para uma organização como a maçonaria. Soma-se ainda o fato de que não há registros de estudos de ordem comunicacional no Brasil que tenham eleito a ordem maçônica como objeto.

No âmbito pessoal, a escolha desse tema de pesquisa tem a ver com certa continuidade de reflexões que examinem esses lugares em que a comunicação encontra lógicas de invisibilidade. Desde a experiência profissional como gestor de comunicação nas Forças Armadas e o estudo de mestrado que versou sobre a circulação da imagem do Exército durante a operação de pacificação do Complexo da Maré (VINHOLA, 2016), acreditamos que a tese dê seguimento (e aprofundamento) à exploração desses espaços e atores sociais que (ainda) resistem à visibilidade exponencial e preservam espécies de barreiras interacionais. Embora não sejam a maioria (ou justamente por esse motivo), tais realidades também precisam ser compreendidas.

Salientamos também que, em relação ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, acreditamos que a pesquisa contribui para o fortalecimento da sua afirmação como um espaço de referência em pesquisa em comunicação organizacional, muito em função do trabalho desenvolvido pelo Grupo de Pesquisa em Comunicação Organizacional, Cultura e Relações de Poder (GCCOP). Em relação ao GCCOP, a tese contribui na continuidade da exploração desse eixo temático relacionado à (in)visibilidade, aprofundando algumas questões e criando novas hipóteses heurísticas.

Isso posto, façamos uma primeira abordagem sobre essa organização de caráter mundial que é a maçonaria. Ainda que haja diferenças importantes entre o que praticam os maçons de diversos países – especialmente no tocante à ritualística praticada – existem postulados (princípios, símbolos e estruturação) da chamada *maçonaria regular* que são seguidos mundialmente. Entre tais postulados, estão os

gestos específicos que permitem que (apenas) os maçons de diferentes origens possam se reconhecer em qualquer lugar do mundo.

A maçonaria é uma organização iniciática, isto é, seus membros devem passar por um ritual específico de entrada, bem como seguem fases de formação contínua para galgarem os chamados *graus* dentro da ordem (os três graus fundamentais são os de Aprendiz, Companheiro e Mestre). A formação maçônica está intimamente ligada à busca pelo aperfeiçoamento moral e intelectual do indivíduo, o que revela o caráter educativo da organização. Nesse contexto, os maçons praticam uma ritualística específica, que pode variar conforme a região ou país. Cabe destacar que os “iniciados são chamados de maçons aceitos, em oposição ao termo profano, que seriam aqueles não-iniciados, apresentando uma dualidade entre uma espécie de ‘sagrado’ na vida maçônica; e o ‘profano’ na vida secular” (ASSIS, 2010, p. 29), o que indica a forte simbologia que caracteriza a organização. Além dos aspectos simbólico, educativo e filosófico, outra característica historicamente conhecida da maçonaria é a filantropia, uma das poucas realizações ‘externas’ para a qual a organização costuma direcionar visibilidade.

Os maçons estruturam-se nas chamadas *lojas* ou *lojas simbólicas*. A loja é uma comunidade de encontros regulares (com rito específico, hierarquias e projetos) e que possui certa autonomia (inclusive administrativa). As chamadas *potências* ou *obediências* são os órgãos reguladores, que agrupam certo número de lojas e fiscalizam se os seus trabalhos estão em conformidade com a principiologia de base da ordem. As potências são conhecidas pela denominação de *Grande Oriente* ou *Grande Loja*. Cabe ressaltar aqui que, por questões de ordem metodológica, optamos por trabalhar com o recorte da maçonaria no Brasil, conforme explicaremos em detalhe adiante, a fim de explorarmos da maneira mais adequada o objeto, em virtude da dimensão da organização e de suas peculiaridades nas diferentes regiões do mundo.

Tendo em vista o raro conhecimento sobre o que se passa no contexto de uma loja ou potência, no senso comum os maçons são tradicionalmente conhecidos por ocultarem o pertencimento à ordem, por comportamentos e sinais dominados apenas por seus membros, por suas reuniões em locais restritos, entre outras características que vinculam a organização a um caráter secreto. Ao longo do tempo, sem revelar muitos aspectos de sua concretude, a maçonaria provocou as mais diferentes reações nos públicos e, conseqüentemente, diferentes sentidos construídos sobre a

organização, que vão desde a ideia de um poder invisível extremamente influente e atuante até a noção de algo nefasto que precisa estar à margem da sociedade.

Ao mesmo tempo em que a falta de materialidade oferecida – em virtude da barreira para com o social – pode diminuir o interesse pela organização, ela também pode potencializar o estímulo à curiosidade. O invólucro protetor do segredo favorece a constituição de uma espécie de ‘aura’ que envolve a organização e, de certa forma, provoca o mundo externo. Concebemos essa ‘aura’ a partir da noção de Benjamin (1985), como a manifestação de uma “lonjura”, algo que ao mesmo tempo está perto e longe, pois é inacessível a quem está fora desse invólucro, ainda que se saiba de sua existência.

Nesse sentido, o interesse externo pela maçonaria não é uma novidade. Estimulados por essa aura fomentada pelo segredo, historicamente muitos atores produziram conteúdo acerca da maçonaria sem nunca ocuparem de fato esse domínio de experiência. Poderíamos citar exemplos que vêm desde as tentativas de vinculação da organização a condutas heréticas por parte da Igreja Católica (MALDONADO, 1999) até as inúmeras publicações literárias não oficiais sobre os ‘segredos’ da Maçonaria. Isso parece revelar indícios de uma espécie de pressão por abertura, exercida ao longo do tempo pela sociedade, que hoje é potencializada pelo regime hegemônico de visibilidade ampliada, como podemos ver nas figuras 1, 2 e 3, todos materiais produzidos sobre a maçonaria por atores sociais sem ligação oficial com a ordem.

Figura 1 – Capa da edição n. 272 da Revista Superinteressante



Fonte: Superinteressante (2009)

Figura 2 – Página da Maçonaria Mista Universal no *Facebook*



Fonte: Maçonaria Mista Universal (2016)

Figura 3 – Página “Anti-Maçonaria” no *Facebook*



Fonte: Anti-Maçonaria (2013)

A figura 1 é uma edição da Revista Superinteressante, de dezembro de 2009, cuja matéria principal é “Decifrando a Maçonaria”, que propõe esclarecer verdades e mentiras sobre a ordem. A figura 2 é uma publicação da página no *Facebook* da Maçonaria Mista Universal do Brasil, uma ordem não reconhecida como regular pelos maçons que, de acordo com a descrição da própria página, foi criada por não-iniciados

e dissidentes da maçonaria que desejavam resgatar valores e práticas maçônicas em um novo contexto, que diverge de alguns dogmas tradicionais. E, por último, a figura 3 é uma postagem de outra página no *Facebook*, denominada “Anti-Maçonaria”, que concentra uma série de ataques à organização, especialmente de viés religioso. São apenas três exemplos em um extenso universo de produções que versam sobre a maçonaria, realizadas por indivíduos ou grupos que não são iniciados na ordem e/ou não se fundamentam em seus valores. Frente à heterogeneidade produtiva, aqui representada pela curiosidade acerca do esoterismo/misticismo/ocultismo que envolve a organização (figura 1), pelo interesse por uma reinterpretação dos valores maçônicos (figura 2) e pelo evidente antagonismo em relação à existência da ordem (figura 3), revela-se a disputa por atribuição de sentido à organização, que é travada entre diferentes domínios de saber/experiência que, a todo momento, se cruzam e se misturam em interações face a face ou mediadas. Como dissemos, a ‘pressão’ por desvelar o segredo maçônico sempre existiu, mas hoje parece potencializada pela ambiência do atual regime hegemônico de visibilidade ampliada, cujas lógicas, não só concedem mais condições de dar-se a ver, como também estimulam a vigilância e a cobrança por visibilidade.

Dessa forma, entendemos esse objeto de estudo – a maçonaria e sua relação com o atual regime hegemônico de visibilidade ampliada – como um bom ponto de partida para adentrarmos na problemática que delimita o tema da pesquisa: comunicação, segredo e (in)visibilidade. De modo mais aprofundado, na perspectiva da comunicação organizacional, nos interessam as interpretações e reações de uma organização historicamente caracterizada pelo segredo e pela invisibilidade em relação às afetações do atual contexto sociotécnico.

Para além da singularidade do objeto de estudo, as questões da invisibilidade e do segredo permeiam – em níveis diferentes – quaisquer contextos organizacionais e, por isso, nossas contribuições podem ser problematizadas à luz de outras realidades e casos de pesquisa. Afinal, qualquer organização convive com o segredo e, da mesma forma, a todo momento as organizações estão fazendo escolhas em relação a visibilizar ou invisibilizar. Ocorre que essas importantes questões não recebem a mesma atenção – por parte de pesquisadores e profissionais de mercado – que as práticas de dar-se a ver e dizer de si. Nesse sentido, a análise de processos comunicacionais que envolvem restrições de informação e regulação da (in)visibilidade tem potência para questionar, por exemplo, estratégias e políticas de

mercado enraizadas, bem como revelar possibilidades outras para o fazer profissional. Atentar para a maçonaria e sua relação com o atual regime hegemônico de visibilidade ampliada como objeto de estudo, como ponto de partida, significa atentar para as possíveis demais realidades organizacionais que tangenciam de alguma forma essa temática. Ou seja, estamos lançando luzes para contextos férteis e pouco explorados.

Dessarte, estabelecidos nessa temática, assim constituímos nosso **problema de pesquisa**: *como a maçonaria, uma organização historicamente constituída pelo segredo, gerencia a (in)visibilidade em seus processos de comunicação, no contexto de um regime societário hegemônico de visibilidade ampliada?*

Para explorá-lo, definimos o seguinte **objetivo geral**: *compreender como a maçonaria interpreta o atual regime hegemônico de visibilidade ampliada e gerencia a (in)visibilidade em seus processos de comunicação organizacionais.*

E, para a consecução do objetivo principal, entendemos necessário o cumprimento dos seguintes objetivos específicos:

Objetivo específico A: *examinar a ocorrência de pressão dos públicos sobre a maçonaria no que diz respeito à abertura e visibilidade, bem como averiguar as conexões da organização em/a partir de dispositivos interacionais por ela endossados;*

Objetivo específico B: *examinar o que é visibilizado pela maçonaria em dispositivos interacionais por ela endossados;*

Objetivo específico C: *verificar a existência de políticas de comunicação que orientem a maçonaria para um contexto de visibilidade ampliada; e*

Objetivo específico D: *compreender como a própria organização contempla as questões do segredo e da invisibilidade tensionadas por um regime societário de alta exposição e circulação de informações.*

No que diz respeito ao caminho para a investigação do problema constituído, destacamos que o interacionismo simbólico é o nosso referencial metodológico norteador. Essa espécie de 'lente' não apenas interfere nas escolhas procedimentais para a exploração de materialidades, mas orienta nossa concepção de comunicação e do próprio processo social. Isso porque o interacionismo simbólico é uma fundamentação de caráter paradigmático e, por isso, tem viés metodológico e teórico. O exame do objeto de estudo a partir dessa lente, ao mesmo tempo em que estimula ângulos de entrada específicos para a escolha de caminhos de pesquisa, impõe critérios de rigor e coerência para a convocação de outros referenciais. Entre os princípios interacionistas que nos guiam nesse percurso, sobre os quais

discorreremos em detalhe no capítulo 2 – a partir de autores como Mead (1982), Blumer (1980), França (2008) e Goffman (2002) – junto de uma apresentação mais aprofundada do objeto empírico, estão o reconhecimento da dimensão prática do fenômeno comunicacional, a valorização do contextual/situacional e o olhar para a comunicação como movimento (circularidade e articulações).

Orientados pelas bases interacionistas, nos capítulos 3, 4 e 5 discorreremos acerca dos aportes e reflexões que constituem nosso referencial teórico. No capítulo 3, apresentamos a concepção de comunicação organizacional que tomamos como base. Para isso, primeiramente procuramos expor nossa concepção sobre o próprio fenômeno comunicacional, especialmente a partir França (2008, 2013), Braga (2013) e Baldissera (2017, 2008, 2004), a fim de alicerçarmos as bases para a apresentação dos aportes especificamente convocados à compreensão da comunicação organizacional, dentre eles Baldissera (2009a, 2009b, 2009c), Múnera Uribe (2007), Capra (2002), Geertz (2008), Morin (2005) e Berger e Luckmann (2004).

No capítulo 4, avançamos em direção às noções de imaginário, simbólico e tecnologias do imaginário, as quais julgamos necessárias para um melhor entendimento acerca da ‘aura’ que envolve o segredo maçônico. Nesse momento, recorreremos principalmente às obras de Ruiz (2003), Durand (2001, 2002), Cassirer (2001) e Silva, J. (2003).

E, encerrando o referencial teórico, o capítulo 5 aborda o atual regime hegemônico de visibilidade e a noção de (in)visibilidade que adotamos. Primeiramente, percorremos brevemente o histórico da construção da noção de visibilidade, até chegarmos nas bases do atual regime hegemônico de visibilidade ampliada (THOMPSON, 2008, 2018; BRUNO, 2004), intensamente atravessado pelo fenômeno da midiatização acelerada (VERÓN, 2014; BRAGA, 2018; COULDRY; HEPP, 2017). Após, apresentamos a noção que adotamos para a compreensão da (in)visibilidade (BALDISSERA, 2008; MORIN, 2000), que confere centralidade à ideia de segredo como dinâmica comunicativa (SIMMEL, 1999, 2009; DESPRET, 2011).

Expostos os fundamentos que orientam nosso olhar para o objeto de estudo, nos capítulos 5, 6 e 7, nos dedicamos à apresentação dos procedimentos metodológicos que realizamos, juntamente com as respectivas análises e resultados obtidos. Importa destacar que optamos por não construir um capítulo que apresentasse ‘todo’ o percurso metodológico, visto que realizamos três fases de coleta e análise – desde uma abordagem (macro)contextual acerca do objeto empírico, até

sua exploração mais singular. Nesse sentido, a intenção foi evitar que excessiva distância entre a apresentação do procedimento e os resultados obtidos da coleta, bem como repetições desnecessárias no texto.

Sendo assim, no capítulo 5, expomos nossa primeira movimentação empírica, a Análise de Redes Sociais Online, realizada a partir do software *Netlytic*, a fim de obtermos um olhar mais amplo sobre o objeto empírico (a maçonaria como um todo no Brasil). Nessa fase, buscamos observar as redes que se constituem na ambiência digital acerca do tema 'maçonaria', bem como a participação da organização nesse processo. Como dissemos, o intuito dessa primeira abordagem foi, prioritariamente, contextual; isto é, observar a organização e alguns de seus públicos em relação, para então, a partir desses achados, avançarmos em direção às suas especificidades.

No capítulo 6, apresentamos a Análise de Conteúdo acerca das informações postas a circular nas mídias oficiais da organização. Nesse momento, optamos por um novo recorte, dessa vez concentrando a análise nas falas oficiais das chamadas potências ou obediências maçônicas. Sem a possibilidade da apreensão em detalhe do que é visibilizado pela organização de forma integral, devido à sua dimensão, optamos pela análise – de viés temático – do conteúdo visibilizado pelas suas células mais representativas da organização.

No capítulo 7, exibimos os dados coletados da última técnica de pesquisa, a Entrevista Semiestruturada, combinada à Análise de Conteúdo – também de viés temático – para interpretação dos dados. Para a execução dessa etapa, realizamos mais um recorte, dessa vez buscando apreender dinâmicas do interior da organização: optamos por entrevistar maçons pertencentes à mesma potência, no caso o Grande Oriente do Rio Grande do Sul (GORGS), a fim de contemplarmos a heterogeneidade de olhares dentro de um mesmo contexto organizacional.

Frente aos achados dos capítulos 5, 6 e 7, foi necessário colocá-los em contato, em uma análise de caráter transversal. Então, no capítulo 8, realizamos essa articulação das análises fragmentadas, primordial para a manutenção do rigor paradigmático interacionista. Após, expomos nossas considerações finais, seguidas das referências utilizadas e dos apêndices que indicamos no decorrer do texto.

2 OBJETO EMPÍRICO E PRESSUPOSTOS METODOLÓGICOS: A MAÇONARIA E OS FUNDAMENTOS DO INTERACIONISMO SIMBÓLICO

2.1 A ordem maçônica

Ao realizarmos nossa busca por referências acerca da ordem maçônica, encontramos escassa produção científica acerca do tema. Nesse contexto, destacam-se os trabalhos na área da história. Da mesma forma, no âmbito da literatura não ligada diretamente à academia, também sobressaem obras que enfocam a história da ordem, junto das produções acerca da ritualística maçônica. Vale destacar que há uma produção considerável oriunda dos próprios membros, que faz circular conteúdos geralmente voltados a esses dois temas (história e ritualística).

Cabe ressaltar, ainda, que há muitas obras disponíveis que ‘prometem’ desvendar o(s) segredo(s) da maçonaria – inclusive com títulos bem próximos a isso. Algumas delas são também assinadas por maçons. De forma geral, o que é ‘revelado’ nesses materiais é parte da ritualística, em especial símbolos e gestos.

Importa dizer que nosso foco na descrição do objeto empírico não é o aprofundamento acerca da história ou ritualística maçônica. Muito menos temos a pretensão de ‘desvendar’ qualquer segredo. Dessa forma, nos próximos subitens, apresentaremos alguns aspectos de base que caracterizam a organização, os quais acreditamos serem suficientes para a aproximação necessária desse contexto organizacional. Salientamos ainda que, para a apresentação do objeto, além de recorrermos a produções científicas e a obras de especialistas maçons, mencionaremos algumas informações coletadas nas entrevistas que realizamos com iniciados e que aprofundaremos nas análises adiante.

2.1.1 Gênese e evolução da maçonaria

No que diz respeito à gênese da organização, encontramos um ponto comum entre os autores¹ que se dedicam à exploração da história maçônica, que é a

¹ No subcapítulo 2.1, optamos por realizar uma breve apresentação dos autores que referenciamos, diferentemente do restante do trabalho, pois julgamos que importa ao leitor receber informações sobre quem são os autores que acionamos, evidenciando o lugar a partir de onde realizam suas afirmações, especialmente em relação a se são autores ligados ao contexto científico e/ou se são especialistas ligados ao contexto maçônico (iniciados ou ex-iniciados).

impossibilidade de determinação de uma forma ou data precisa da origem da organização. A Professora Doutora em História Célia Azevedo (1997) explica tal dificuldade em virtude de uma gênese que se perde em meio a mitos e lendas. E para o mestre maçom Elias Mansur Neto (2002), tal impossibilidade se dá porque há muitas organizações que se conformaram de modo similar à maçonaria, mas sob outras nomenclaturas. Entretanto, tanto Azevedo (1997) quanto Mansur Neto (2002) indicam que a versão da origem da ordem mais aceita entre os próprios maçons está ligada à construção do Templo do Rei Salomão, em que o mestre Hirão (ou Hiram) Abif, responsável pelo empreendimento, organizou os obreiros de maneira muito próxima à estrutura hierárquica da maçonaria que perdura até os dias atuais (alicerçada nos três graus principais: aprendiz, companheiro e mestre). Ainda assim, esses e muitos outros autores concordam que essa versão (ainda) não se sustenta sob critérios históricos.

Tendo isso como pressuposto, Azevedo (1997) evidencia o ponto de concordância entre os estudiosos da origem maçônica: a chamada antiga *maçonaria de ofício*. Segundo a autora, na Idade Média, existiam confrarias de pedreiros e artesãos que, sob proteção da Igreja, recebiam privilégios (franquias) como a livre circulação e a desobrigação de algumas responsabilidades. Esses artesãos agregados eram conhecidos como *francs-mestiers* – termo que deu origem à denominação atual ‘franco-maçonaria’ (*freemasonry*). De acordo com Mansur Neto (2002), as primeiras referências históricas da ordem são encontradas em atas de reuniões de artesãos ingleses associados, no ano 856 d.C.

Chama-se de *fase operativa* esse momento histórico da maçonaria medieval porque, nesses tempos sob a tutela da Igreja, a ordem era composta principalmente por pedreiros e artesãos e estava vinculada diretamente ao ofício da construção (essencialmente obras e outras atividades da Igreja). Segundo o historiador Luís M. Costa (2014), a própria palavra ‘maçom’ (*mason*) se referia a um pedreiro, a um profissional ligado à arte da construção². Conformada então pelos chamados *pedreiros livres*, estreitamente ligados à Igreja, a maçonaria operativa pode ser considerada uma irmandade ou confraria religiosa e explicitamente cristã.

² Costa (2014) explica que o ‘maçom’ (*mason*) medieval era um artesão com habilidade específica de trabalhar a pedra de cantaria, qualificação diferenciada em relação aos pedreiros comuns.

Na fase operativa, conforme Mansur Neto (2002), começaram a se formar as primeiras 'lojas' maçônicas³, espaços autônomos que reuniam os iniciados e que são as unidades fundamentais da estrutura da organização até hoje. Costa (2014) explica que a loja maçônica originalmente remetia apenas a uma construção temporária onde os 'pedreiros livres' realizavam alguma obra. Mais tarde, elas se transformaram em locais de reunião para descanso e/ou alimentação entre deslocamentos ou trabalhos mais longos. Com o tempo, a loja passou a ser "o centro da convivência temporária entre maçons" (COSTA, 2014, p. 67).

Azevedo (1997) argumenta que, desde o início, a preocupação com a transmissão dos saberes foi aspecto relevante da cultura maçônica. Entre as temáticas mais relevantes passadas aos iniciados, ela cita tanto as questões religiosas, como a solidariedade de culto e os deveres filantrópicos, quanto os temas ligados ao ofício, como a geometria e a arte. Para a autora, os privilégios gozados pelos maçons forneciam condições para o desenvolvimento intelectual, o que aprofundou o chamado caráter especulativo da organização, que cada vez mais se impunha às rotinas operativas.

Com o passar do tempo, os privilégios maçônicos começaram a chamar a atenção de outros indivíduos, para além dos pedreiros e artesãos. De acordo com Azevedo (1997, p. 181), "a franco-maçonaria, com suas franquias, seus mestres ilustrados e contando ainda com a proteção de poderosos, exercia especial atração sobre os espíritos estudiosos". Costa (2014) complementa o argumento, afirmando que membros de diferentes segmentos da sociedade passaram a se interessar pelos 'segredos' dos maçons, o que contribuiu para que a ordem atingisse um patamar intelectual elevado na sociedade. Esses outros homens fascinados com a ordem desejavam não apenas desenvolver seus conhecimentos, mas gozar dos privilégios de livre circulação da maçonaria para expor seus pensamentos de forma livre, sem que isso gerasse perseguições (AZEVEDO, 1997).

Os maçons passaram a aceitar membros que não se dedicavam ao ofício da construção e, conseqüentemente, o processo de transformação da *maçonaria operativa* para a chamada *maçonaria especulativa* se acelerou. Nesse contexto, o

³ A 'loja' ou 'loja simbólica' é o conjunto de maçons que, na qualidade de célula autônoma, define um espaço (templo maçônico) para que seus membros se reúnam periodicamente para trabalhos ritualísticos e demais atividades. As lojas são administradas por um maçom que ocupa o cargo denominado 'Venerável', eleito pelo voto direto dos demais integrantes.

pioneirismo inglês se destaca (COSTA, 2014), de modo que tal transformação se consolida na Grã-Bretanha do início do século XVII, quando o número de maçons “[...] estranhos ao ofício passa a ser tão considerável que os antigos critérios operativos de ingresso nas lojas perdem sua razão de existir” (AZEVEDO, 1997, p. 181). Segundo Mansur Neto (2002), o primeiro regulamento e a primeira constituição (denominada *Constituição de Anderson*) da maçonaria especulativa surgem, respectivamente, nos anos de 1721 e 1723, na Grande Loja de Londres.

No início da fase especulativa, conforme Azevedo (1997), os novos membros eram aceitos na ordem não por seu *status* ou ocupação, mas por seu modo de ser. Entre as exigências de ingresso, destacavam-se a alfabetização e o bom caráter, mas também condições de contribuição com as cotizações mínimas. No entanto, Costa (2014) indica que, aos poucos, a ordem se torna aristocrática e suas mais altas posições passam a ser ocupadas por membros da nobreza.

Ao mesmo tempo em que se desenvolvia em sua fase especulativa e se expandia rapidamente pelo continente europeu, a maçonaria se distanciava da Igreja e de sua proteção. De acordo com José Ramalho (2016), Doutor em Ciências Sociais e Professor na área de Ciências da Religião, a relação entre maçonaria e Igreja passa a alternar momentos de tranquilidade e tensão. Ele destaca que, no ano de 1738, o Papa Clemente XII aplicou as primeiras condenações de perseguição aos iniciados na ordem maçônica. Ainda segundo o autor, circulam até hoje críticas à ordem oriundas do catolicismo. Mesmo assim, “apesar das suspeitas que essa nova forma de sociabilidade despertava, sobretudo em países católicos [...] em meados do século XVIII havia lojas maçônicas na maioria dos países da Europa ocidental, sobretudo na França.” (AZEVEDO, 1997, p. 181). Ainda no século XVIII, a ordem já atingia as Américas e a Rússia.

A rápida expansão da maçonaria era acompanhada da utopia da fraternidade maçônica universal. A organização, por meio de suas lojas, construiu uma “rede de caridade sistemática, prevendo auxílio direto aos irmãos necessitados, abrigo aos viajantes maçons de outras paragens, escolas para crianças pobres e orfanatos para filhos e viúvas desamparadas” (AZEVEDO, 1997, p. 189). Todavia, a autora salienta que o ideal da fraternidade nunca foi o bastante para barrar as distinções sociais no convívio das lojas.

Entre os tipos de auxílio aos irmãos pobres, havia em lojas holandesas do século XVIII a prática de se distribuir dinheiro na passagem de ano entre os maçons-servos, isto é, servos em lares de afiliados, admitidos nas lojas com irmãos, porém com a atribuição de servir aos outros irmãos durante os seus rituais. (AZEVEDO, 1997, p. 189).

Para a autora, esse e outros exemplos mostram como a transformação da maçonaria – de operativa a especulativa – foi afetada pelas mudanças sociais da passagem da Idade Média para a Idade Moderna. A cultura patriarcal – das relações de suserania e vassalagem, da caridade das guildas medievais – se encontrava com o constitucionalismo emergente e se misturava às organizações voluntárias de apoio mútuo (AZEVEDO, 1997). Ainda sobre as distinções entre seus variados membros, Costa (2014) afirma que a ordem jamais atingiu a utopia da homogeneidade. Ao longo de sua evolução, entre inúmeras divergências, consolidou-se a tendência de formação de obediências maçônicas distintas, inclusive dentro dos próprios países, como no caso do Brasil.

2.1.2 Aspectos históricos da maçonaria no Brasil

Acreditamos que não seria possível dar conta do objeto 'maçonaria' em nível mundial, em face do tamanho do *corpus* que se formaria e das peculiaridades existentes em cada país. Por isso, ainda que abordemos aspectos da maçonaria no geral – visto que a ordem apresenta padrões de reconhecimento mundiais –, a partir de agora encaminharemos nosso recorte metodológico, que inicia com a consideração do contexto brasileiro da organização. Sendo assim, seguiremos com um breve esclarecimento da estruturação da maçonaria no país.

Em terras brasileiras, a maçonaria adentra por influência europeia, ainda nos tempos coloniais, especialmente em função dos estudantes brasileiros que regressavam das universidades europeias (RAMALHO, 2016). A primeira loja é fundada no país no ano de 1801, no Rio de Janeiro, com o nome de Reunião (AZEVEDO, 1997; COSTA, 2014; CARVALHO, 2010). Em seguida, ainda nos primeiros anos do século XIX, a ordem se espalhou por outras províncias, a começar por Bahia e Pernambuco. Entretanto, chama a atenção o fato apontado por Azevedo (1997), Costa (2014) e Carvalho (2010), de que, em seus primeiros anos de consolidação no Brasil, a maçonaria teve um relacionamento conturbado com o governo, tendo que conviver com instruções, pedidos e até mesmo decretos para a

proibição do estabelecimento da ordem em território nacional. Costa (2014, p. 70) exemplifica ressaltando que “[...] em 30 de março de 1818, D. João VI emitiu um Alvará Régio proibindo quaisquer sociedades secretas, de qualquer denominação, no território luso-brasileiro”.

Entre os últimos anos de Brasil colonial e os primeiros após a independência, a relação da organização com o governo alternou momentos de perseguição e tolerância (AZEVEDO, 1997). No início da década de 1820, na esteira do movimento de independência, a ordem passa a se articular de maneira mais intensa com os acontecimentos políticos do país. Segundo o Doutor em Ciências Políticas, historiador e mestre maçom William Carvalho (2010), na ausência de partidos políticos no contexto do desejo pela independência, abriu-se espaço para que uma organização – no caso, a maçonaria – engendrasses de alguma forma o descontentamento político e assumisse esse lugar de superintendência das mobilizações. Ainda segundo o autor, visando ao objetivo principal da independência do país, em 17 de junho de 1822, a maçonaria reúne um trio de lojas para formar a primeira ‘potência’⁴ nacional – embrião do atual Grande Oriente do Brasil: “a maçonaria brasileira deixava de ser um grupo heterogêneo de lojas esparsas [...] para se transformar em mais uma célula do sistema de obediência mundial” (CARVALHO, 2010, p. 34).

Após contar com D. Pedro I e José Bonifácio como iniciados – ambos inclusive como Grão-Mestres (líderes supremos) do Grande Oriente – a maçonaria seguiu para um período de grande influência política durante a Regência e o restante do Segundo Reinado, contando com muitos de seus membros em cargos do governo e se reaproximando da Igreja (COSTA, 2014). Outros ilustres personagens da história brasileira foram iniciados na ordem no período imperial, como Bento Gonçalves, Eusébio de Queirós, Duque de Caxias e o Visconde do Rio Branco (CARVALHO, 2010). Após o agitado período de esforços pela independência, as atenções políticas da maçonaria voltaram-se para a luta abolicionista e, mais tarde, para o movimento republicano, o que acirrou ainda as disputas entre maçons liberais e conservadores.

⁴ Toda loja precisa ser reconhecida por uma potência ou obediência maçônica, que são outras entidades autônomas que congregam as lojas e exercem sobre elas atividade regulatória. Em toda potência maçônica, há os poderes executivo (exercido por um Grão-Mestre eleito), legislativo (assembleia composta por representantes das Lojas) e judiciário (cujos dirigentes são nomeados pelo Grão-Mestre), que são independentes entre si (MANSUR NETO, 2002). As lojas, mesmo consideradas subunidades autônomas, são regidas por uma constituição e regulamento geral definidos pela Potência.

Outros personagens ilustres, já no período republicano, também foram iniciados na ordem, tais como Deodoro da Fonseca e Nilo Peçanha. Contudo, a influência política da organização começa a perder força na República, especialmente em função das rivalidades internas. Já em 1835, a obediência nacional se dividia em quatro Supremos Conselhos e dois Grandes Orientes (AZEVEDO, 1997). Mas, segundo Carvalho (2010), foi na cisão do Grande Oriente do Brasil de 1927 que a organização deixa de ser um grupo estratégico no cenário político nacional, seguindo caminhos paralelos e ocasionais.

O historiador Lourivaldo Baçan (1999) explica que, em 1927, houve uma divergência política dentro do Grande Oriente do Brasil, da qual foram fundadas as Grandes Lojas da Bahia e do Rio de Janeiro, entidades que congregaram algumas lojas e se tornaram novas obediências independentes. Essas iniciativas foram seguidas por outros movimentos similares de separação ao Grande Oriente do Brasil, que resultaram em outras Grandes Lojas. Para que tais organizações fossem devidamente reconhecidas e assumissem “[...] um caráter nacional, foi criada uma entidade denominada Confederação da Maçonaria Simbólica do Brasil” (BAÇAN, 1999, p. 5), no ano de 1966.

Nas décadas seguintes, a organização ainda enfrentou algumas dificuldades, como a suspensão do funcionamento de lojas durante a Revolução de 1930 e, entre os anos de 1937 e 1941, durante o Estado Novo (CARVALHO, 2010); já, durante o período do Regime Militar, conforme afirma Carvalho (2010, p. 52), “a maioria dos maçons apoiou, inicialmente, o movimento [...]. Em nenhum momento, no período do regime militar, o Grande Oriente do Brasil, como instituição, foi molestado”.

Em 1973, houve outro movimento de separação em relação ao Grande Oriente do Brasil. Dessa nova cisão, causada por divergências eleitorais internas, formaram-se os Grandes Orientes Estaduais, também entidades independentes que congregam certo número de lojas e, por isso, foram reconhecidas como potências. E, da mesma forma, devido à necessidade de um caráter nacional, “[...] terminaram constituindo uma entidade denominada Colégio de Grão-Mestres que hoje em dia se chama Confederação Maçônica Brasileira, COMAB [...]” (BAÇAN, 1999, p. 5). Essa

configuração da maçonaria brasileira, estruturada a partir de três grandes potências/obediências⁵, perdura até hoje⁶.

Em relação à maçonaria nos dias atuais, Ramalho (2016, p. 191) entende que há uma considerável perda de força política no contexto brasileiro, pois, segundo o autor “[...] o adensamento da sociedade civil e a consequente emergência de novos atores no espaço público fez com que a maçonaria perdesse aquele protagonismo identificado no século XIX”. Carvalho (2010) aproxima-se dessa compreensão ao defender que, após a grande cisão de 1927, a maçonaria brasileira não se notabilizou por ações políticas de vulto. Em razão de seus conflitos internos de interesses, a organização “[...] entrou em processo de declínio, deixando de ser um grupo de elite estratégico para se tornar um grupo convencional de classe média” (CARVALHO, 2010, p. 49). E, ainda sobre os conflitos entre os próprios maçons, Azevedo (1997) explica que o histórico de rivalidades internas – que não estão limitadas ao território brasileiro – reforça a relação tensional entre a fraternidade utópica e as diferenças, sobretudo sociais, de origem entre os membros. Para ela, tanto as disputas internas por poder político quanto as divergências em torno do apoio a governantes perturbam constantemente o ideal de sociabilidade maçônica.

Além da dita perda de relevância política, outras questões relativas à maçonaria na atualidade provocam discussões dentro e fora da organização⁷. Vejamos, no excerto E1, um exemplo na fala de um de nossos entrevistados – no caso um recém iniciado (aprendiz maçom) –, que faz uma relação entre o risco de obsolescência e a necessidade de renovação da ordem.

E1: Acho que a partir do momento em que a maçonaria se viu, talvez, esquecida... A maçonaria de alguma forma deixou de ser tão ambicionada, deixou de ser tão procurada... Eu acho que ela como instituição se preocupou em buscar meios para renovação de seus quadros. (APRENDIZ L2⁸).

⁵ Reforçamos que as Grandes Lojas da CMSB e os Grandes Orientes da COMAB são reconhecidos como potências maçônicas independentes.

⁶ Mansur Neto (2002) explica que a maçonaria de cada país pode ter uma ou mais potências em seu território.

⁷ Salientamos que tais apontamentos dizem respeito ao contexto brasileiro da maçonaria contemporânea.

⁸ Respeitando o acordo de não revelar as identidades dos entrevistados, aplicaremos um código para identificação de cada um deles, que segue a seguinte lógica: grau na maçonaria; posição na estrutura administrativa do GORGS - Loja (L) ou Potência (P) -; e numeral diferenciador; exemplos MESTRE L1, COMPANHEIRO P2, APRENDIZ L3. No capítulo de análise das entrevistas, apresentamos dados do perfil de cada um dos entrevistados.

Além de circularem nas lojas, como percebemos na fala do entrevistado, algumas inquietações que a maçonaria enfrenta nos dias atuais cruzam as fronteiras da organização, até mesmo na forma de estudos realizados por maçons ou por não iniciados. Dentre eles, podemos referenciar trabalhos acerca das causas da baixa frequência nas lojas e dos pedidos de desligamento da ordem (MORAIS; ISMAIL, 2017), sobre a relação da mulher com a organização (GARCEZ, 2013), no que se refere a experimentação do ensino a distância como forma de transmissão do saber maçônico (MONTEIRO; ISMAIL, 2019), ou quanto às expectativas – entre o compromisso e a motivação – dos iniciados para com seus encontros em loja (MOTA; LANNES, 2018). Temáticas que expõem tensões de uma organização fechada e tradicional frente às necessidades de adaptação ao contexto atual.

2.1.3 Princiologia maçônica

Feita a exposição do histórico acerca da origem da maçonaria e de seu desenvolvimento no Brasil, discorreremos sobre os preceitos culturais e estruturais/organizativos fundamentais da organização. De modo geral, a maçonaria se autodefine como organização “[...] filosófica, filantrópica, educativa e progressista” (GRANDE ORIENTE DO BRASIL, 2020a, documento não paginado). Seus princípios basilares são “[...] a liberdade dos indivíduos e grupos humanos [...] a igualdade de direitos e obrigações dos seres e grupos [...] a fraternidade de todos os homens [...]” (GRANDE ORIENTE DO BRASIL, 2020a, documento não paginado). E seu objetivo expresso é “a investigação da verdade, o exame da moral e a prática das virtudes” (GRANDE ORIENTE DO BRASIL, 2020a, documento não paginado). Examinando essa autodefinição manifesta, compreendemos que os elementos de base da cultura maçônica, de acordo com a historiadora Françoise Souza (2012) e com o que vimos na seção anterior em relação à gênese da maçonaria, são influenciados pelo contexto de agitação sócio-política europeia dos séculos XVIII e XIX, época de efervescência de muitos ideais para a vida humana.

O primeiro preceito da vida maçônica citado no parágrafo anterior – *liberdade de consciência* – é, por exemplo, fruto da influência do liberalismo inglês, o que revela conexões da construção cultural da organização com a conjuntura política daquele país (lembremos que a primeira constituição da maçonaria especulativa surgiu na Inglaterra). Ainda sobre o princípio da liberdade de consciência para indivíduos e

grupos, podemos verificar sua influência sobre a história especulativa da organização, à medida que a maçonaria se consolidou como um lugar de acolhimento para diferentes pensadores, evitando as barreiras que eram impostas em sociedade, especialmente pela Igreja. Com o tempo e a intensificação dos debates em torno dos objetivos comuns da organização, essa característica conformou uma espécie de “[...] escola de formação política, na medida em que permitia e estimulava o livre debate e a deliberação” (SOUZA, 2012, p. 128). No entanto, a autora sinaliza que a liberdade de consciência também atingiu o relacionamento dos maçons com a política ‘fora’ da ordem. E, quanto mais crescia a organização em número de iniciados, mais visões políticas heterogêneas adentravam nas lojas. Em virtude dos tensionamentos e embates crescentes, a maçonaria – desde a Constituição de Anderson – proíbe discussões políticas no interior das lojas, com a intenção de preservar o relacionamento entre os irmãos. De acordo com o que abordamos na seção anterior, é sabido que esse ideal não se concretizou, como podemos constatar nas diversas cisões internas em/entre lojas e obediências/potências e nas articulações para intervenções políticas em governos no Brasil e no mundo.

A maçonaria é alvo de muita curiosidade no que diz respeito à sua relação com a religiosidade. Nesse sentido, o princípio da liberdade de consciência também exerce sua influência. No período de consolidação da fase especulativa, em que se distancia do ‘ofício’ e da proteção da Igreja, a organização passa a acolher novas ideias e opiniões também na área religiosa.

No contexto setecentista, a maçonaria constitui-se numa das primeiras instituições ecumênicas do mundo, criando um novo espaço de convívio social onde são suspensas as barreiras religiosas. [...] Lançavam-se, assim, os fundamentos das futuras organizações internacionais de caráter laico. (SOUZA, 2012, p. 129).

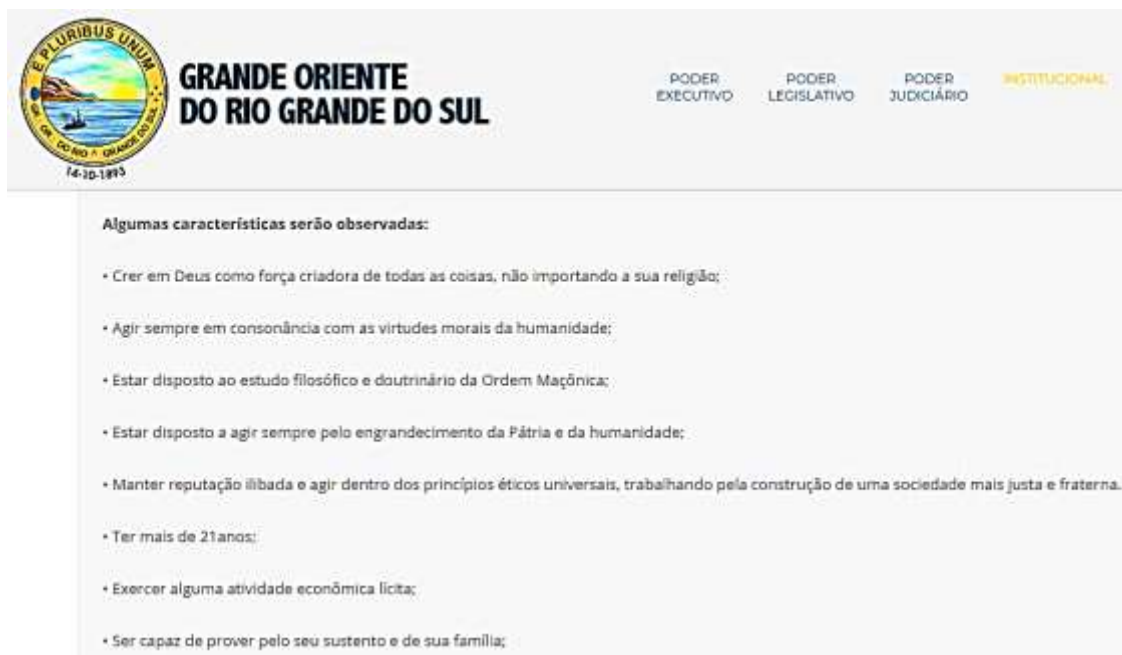
Assim como ocorreu em relação às questões políticas, o princípio moderno da liberdade também enfrentou percalços no que se refere à religião, pois, desde a Constituição de Anderson, há um problema de base: como estabelecer liberdade de culto dentro da organização ao mesmo tempo em que não se admite a iniciação de indivíduos ateus? Além disso, a maçonaria tem como preceito basilar a crença no Grande Arquiteto do Universo (G.A.D.U.), o que remete a um princípio criador monoteísta (RAMALHO, 2016). Em teoria, isso não deve impedir o envolvimento dos iniciados com quaisquer segmentos religiosos, mas Souza (2012) nos lembra que os maçons devem prestar juramento sobre um Livro Sagrado, que pode ser a Bíblia, o

Corão, a Torá, mas que geralmente está relacionado a uma das grandes religiões monoteístas. Em complemento, Ramalho (2016) salienta que historicamente a maior aproximação dos maçons é com o cristianismo.

Dessa forma, a questão da liberdade religiosa na maçonaria se apresenta como algo nebuloso. O que podemos constatar é que, ao longo do tempo, a ligação da ordem com a religião se desenvolveu de diferentes modos, conforme o contexto espaço-temporal: “[...] mais teísta e conservadora em países britânicos, mais laica na França e, até mesmo, partidária de segmentos religiosos como o protestantismo, no caso de algumas lojas latino-americanas [...]” (SOUZA, 2012, p. 130).

O segundo princípio basilar da ordem maçônica é a *igualdade*, outra herança do século das luzes. O interior das lojas deve ser um espaço em que as diferenças do mundo profano (religiosas, sociais, políticas, étnicas) são anuladas. Nesse sentido, Souza (2012) esclarece que o único critério de diferenciação admitido em lojas pelos maçons é o mérito individual. Entretanto, mesmo que historicamente comprovado pela política de acolhimento de indivíduos de diferentes perfis e pensamentos, o princípio maçônico da igualdade também esbarra em alguns obstáculos. Primeiro, porque “[...] encontrou inúmeras oscilações ao longo da história, sendo que as hierarquias e distinções do mundo profano, por vezes, refletiram-se no interior das lojas” (SOUZA, 2012, p. 133). Em segundo lugar, ainda conforme Souza (2012), o fato de posicionar o iniciado como superior ao indivíduo profano – no sentido do aperfeiçoamento moral – também demonstra incoerência com uma lógica igualitária. E, por último, se analisarmos a atividade de seleção de novos membros da maçonaria hoje, constataremos que há uma busca por um perfil de indivíduo bem específico, como podemos verificar na figura 4, um fragmento de texto localizado na seção “Maçonaria” do site oficial da potência maçônica do Grande Oriente do Rio Grande do Sul, que cita algumas condições a serem analisadas nos candidatos ao ingresso na maçonaria.

Figura 4 – Critérios de seleção do GORGS



Fonte: GRANDE ORIENTE DO RIO GRANDE DO SUL (2020a)

O terceiro princípio fundamental da maçonaria é a *fraternidade*. Assim como os demais, é influência do contexto europeu setecentista. Para a realidade da vida maçônica, a fraternidade é entendida em dois eixos: auxílio mútuo, entre irmãos de ordem; e filantropia, para com o mundo profano. Especificamente em relação à ajuda mútua no convívio entre iniciados, a fraternidade é uma das características mais associadas à sociabilidade maçônica (SOUZA, 2012). Em termos históricos, no que diz respeito ao desenvolvimento da ordem, a concepção maçônica de fraternidade foi fundamentalmente responsável na estruturação da organização e coesão entre os membros. A ajuda entre irmãos permitiu a transposição de barreiras territoriais, sociais e religiosas para a conformação e consolidação da ordem no mundo. E, por outro lado, a filantropia sempre amparou a movimentação social da organização. Souza (2012, p. 131) faz um resumo sobre o como se dá a ‘ajuda mútua’, objeto de muita curiosidade e de inúmeras especulações fora desse domínio social:

Em caso de vários necessitados em igual situação, o ato de caridade deve ter como alvo prioritário o iniciado na maçonaria. De modo geral, a ajuda prestada aos irmãos corresponde ao auxílio material, em contexto de carestia, e ao socorro de viúvas e órfãos de maçons [...] a solidariedade maçônica reflete-se nas inúmeras outras relações estabelecidas entre obreiros em espaços profanos. Ao fecharem acordos comerciais, por exemplo, os pedreiros livres são orientados a darem preferência ao elemento maçônico.

Ainda conforme a autora, esse sistema estabelecido de solidariedade mútua tem sido, ao longo do tempo, um significativo fator de sedução para a captação de novos iniciados. O que provoca discussões – endógenas e exógenas – acerca dos propósitos da iniciação. No excerto E2, podemos observar a ideia de um dos entrevistados – um mestre maçom iniciado há mais de 20 anos – sobre como o princípio da fraternidade maçônica poderia ser melhor trabalhado no contexto da loja e da potência.

E2: Fazer com que a potência direcione seus esforços para determinados setores, auxiliando irmãos desempregados, comprando de irmãos que têm negócios. [...] Desenvolver um site que faça toda integração e que tu podes alimentar o site oferecendo currículo e oferecendo serviços. E os irmãos podem usar o serviço. (MESTRE L4).

Mesmo que a fraternidade maçônica seja abordada no senso comum mais em função de sua estrutura de auxílio entre irmãos, é no eixo da filantropia que a organização atua de forma ostensiva, ainda que em níveis moderados de visibilidade. A beneficência realizada pelas lojas e potências em asilos, creches, escolas, hospitais e outros espaços é conhecida por parte da sociedade e manifestada pela ordem. No próximo excerto, outro entrevistado – também mestre, iniciado em 2016 – explica como a questão da filantropia é trabalhada no contexto da sua loja.

E3: Sempre que tem as reuniões, que são semanais, a gente procura verificar entre todos os temas essa parte da assistência. Tem um momento lá que a gente fala: olha, vocês concordam que a gente apoie o lar ou vocês têm algum outro local que gostaria de apoiar? Muitas vezes aparece lá, o hospital tá com uma dificuldade lá no medicamento tal e tem alguém aqui que faz parte da ordem que tem um contato com a secretaria lá no município que pode conseguir. Ou tem um hospital, que é privado, que disse que tem um lote lá que vai vencer daqui a um tempo, mas que, como é uma situação pontual, que tão precisando, ele pode fazer uma doação. (MESTRE L1).

Cabe destacar ainda que a noção de fraternidade maçônica prevê a harmonia no convívio entre os irmãos. Em loja e nas relações que adentram o mundo ‘profano’, os maçons devem manter o respeito mútuo, a cordialidade e a conduta pacífica.

Assim como em relação à principiologia de base que acabamos de examinar (liberdade, igualdade e fraternidade), por ter seus alicerces consolidados no Iluminismo, o pensamento maçônico, segundo Souza (2012, p. 127), “[...] mostra-se herdeiro da crença escatológica do progresso”. Dessa forma, observamos habituais manifestações da organização em relação ao aperfeiçoamento moral e intelectual,

sempre exaltando a razão e a ciência como instrumentos necessários para tais fins⁹. Ao ser iniciado, Souza (2012) explica que o maçom é orientado sobre a 'moral universal', que se trata de um conjunto de virtudes que deve seguir e praticar.

Assim, o maçom virtuoso deve, por exemplo, santificar a família e o lar, sendo um bom pai, um bom filho e um bom esposo, condenando o vício e o álcool e insurgindo contra a imoralidade das modas e divertimentos noviços. A 'moral universal maçônica', além de pretender nortear a conduta dos maçons, é também apresentada como parâmetro para a humanidade profana. (SOUZA, 2012, p. 131, grifo do autor).

Ainda de acordo com Souza (2012), a maçonaria posiciona-se como a vanguarda da sociedade em direção ao progresso. Os maçons seriam, dessa forma, guias dos profanos para o aperfeiçoamento moral e intelectual, espécies de guardiões de uma verdade absoluta. Aliado à dimensão do secretismo, fortalecida desde que a organização passa a acolher pensadores em diferentes contextos de perseguição, esse posicionamento (auto)designa a ordem como 'o lugar' do saber. No excerto E4, podemos perceber, na fala de outro entrevistado, dessa vez um maçom iniciado em 1998 (mestre), o entendimento da organização como o 'lugar' que permite o aperfeiçoamento pessoal do indivíduo.

E4: Na verdade, o que prega a maçonaria? Diz que o maçom deve ser um homem justo e de bons costumes. Então o que que nós pregamos? Que a maçonaria tem o objetivo de transformar o outro, para que ele seja exatamente justo e de bons costumes. Quando uma pessoa entra na maçonaria ele é uma pedra bruta, então a gente está aqui para polir aquela pedra e o polimento é da própria pessoa, para que ele se torne uma pessoa justa. Então com isso a gente busca interferir na sociedade. (MESTRE P4).

Essa qualidade de uma organização conformada como o lugar do saber, guia do aperfeiçoamento moral para os maçons e para a sociedade, remete à última característica que consta na autodefinição da maçonaria com a qual introduzimos esta seção, o seu caráter educativo. Os pesquisadores e maçons iniciados Monteiro e Ismail (2019) explicam que o compartilhamento e a (re)construção do conhecimento maçônico se dão, essencialmente, nos trabalhos em loja, por meio das práticas rituais, instruções, apresentações e discussões. Conferências, seminários, treinamentos e até mesmo ensino a distância são também citados pelos autores como modos de ensinamento do saber maçônico. Contudo, como vem ocorrendo ao longo da história, a loja segue como o principal espaço de aperfeiçoamento intelectual dos maçons.

⁹ Todavia a autora salienta que os maçons aliam à crença moderna aspectos como a valorização da hierarquia e o culto ao passado, elementos que recuperam as origens medievais da ordem.

2.1.4 Simbólica e ritualística maçônica

Além da rede de solidariedade entre pares, o aspecto simbólico, em especial no que diz respeito aos elementos de caráter ritualístico e secreto, é outro fator da vida maçônica que instiga muitos dos que estão fora desse domínio de saber/experiência. Por isso, nesta seção, apresentaremos alguns dos fundamentos constituintes desse universo simbólico.

O corpo simbólico da maçonaria é uma construção que, ao longo do tempo, absorveu elementos de diversas culturas e épocas históricas. Entre essas diferentes fontes, podemos citar as culturas grega, egípcia, europeia medieval, renascentista, iluminista e judaico-cristã. Ramalho (2016) nos dá alguns exemplos, como o culto solar mesopotâmico, os deuses agrários egípcios, a arquitetura clássica grega, a estrela de seis pontas hebraica, os elementos oriundos da construção e da alquimia da Idade Média. Ainda assim, a maioria dos elementos do simbolismo maçônico está relacionada ao ofício da construção, em virtude de sua gênese operativa. Entre eles, Ramalho (2016) ressalta o avental (trabalho), o compasso (razão), o esquadro (justiça), o nível (igualdade) e o triângulo (sabedoria). Resultado dessa transversalidade, a organização construiu simbólica própria que embasou sua filosofia que, como vimos anteriormente, busca dar sentido à existência humana.

Mesmo que sob critérios históricos não receba tanta relevância, o aspecto mítico assume relevo perante os maçons. O mito de origem da ordem, em torno da figura bíblica do mestre-construtor Hirão e de sua obra (o templo do Rei Salomão), é a base do ritual maçônico. Souza (2012) salienta que o mito de Hirão é rememorado toda vez em que é executado o ritual maçônico, de modo que os iniciados (re)encontram valores e virtudes que devem conservar nesse modelo de comportamento que é repetidamente contado. O modo de vida maçônico é, dessa forma, validado por uma narrativa bíblica sagrada.

Sobre o ritual maçônico, devemos destacar que, antes de tudo, trata-se de um ritual iniciático: “quando a legislação maçônica afirma a condição essencialmente iniciática da instituição está querendo reiterar, em outras palavras, que existe um corpo de conhecimentos e práticas que são transmitidos através de rituais iniciáticos” (RAMALHO, 2016, p. 191). Nesse sentido, o caráter secreto da organização se evidencia, na medida em que o conhecimento dos detalhes ritualísticos permanece resguardados aos irmãos.

No que se refere ao caráter secreto, Ramalho (2016) explica que, desde a fase operativa, a maçonaria conta com aspectos relativos ao segredo em seu modo de vida. O autor elucida que, nos primórdios da ordem (fase operativa), os segredos estavam ligados ao ofício da construção praticados pelos pedreiros livres, mas no decorrer da história, o segredo assumiu maior relevância na organização, principalmente em virtude dos momentos de proibição, perseguição e articulação política. Nos dias atuais, ainda que sua existência seja conhecida e suas lojas e potências obtenham inclusive personalidade jurídica nos diversos países, grande parte do conteúdo ritualístico e as articulações internas da ordem permanecem invisíveis, como podemos verificar na fala (excerto E5) do mesmo mestre maçom iniciado em 1998:

E5: Hoje, claro, que a questão é mais pública. Você abre um livro, você encontra na banca, você abriu um filme e se fala muito aberto sobre maçonaria, mas tem questões que não podem, porque ela tem uma questão que é secreta. (MESTRE P4).

Ainda em relação ao caráter secreto da ordem, Mansur Neto (2012) destaca alguns postulados basilares que o fundamentam:

os trabalhos de uma Loja somente podem começar depois de se certificar que a mesma está perfeitamente coberta [...] nenhum maçom desconhecido na Loja a ser visitada pode entrar sem antes ser examinado quanto às suas condições de maçom regular [...] A nenhum maçom é permitido revelar os segredos da instituição”. (MANSUR NETO, 2002, p. 45-47).

Entretanto, atualmente há diversos conteúdos postos a circular sobre a maçonaria – elaborados por iniciados ou não –, que revelam alguns de seus aspectos ritualísticos. Mesmo assim, parece haver um limite dessa revelação e as obras dificilmente expõem o processo ritualístico completo, especialmente no tocante à iniciação, bem como em relação aos temas abordados em reuniões nas lojas, que escapam à ritualística. Cabe destacar que o “Rito”, para os maçons, significa “[...] um corpo de normas que regem os trabalhos em uma Loja, quando em reunião regular” (BAÇAN, 1999, p. 6). Cada loja maçônica tem autonomia para escolher o rito que praticará, sendo que há, dentro da mesma potência, lojas que seguem ritos diferentes.

Importa dizer que a estruturação interna de uma loja maçônica dependerá do rito escolhido para ser praticado. Os cargos das lojas (além do Venerável, que existe em todos os ritos), por exemplo, são definidos de acordo com o rito escolhido. Para ser aceito em uma loja (pressuposto para fazer parte da ordem), o candidato a maçom deve passar por um processo de iniciação. Todavia, antes disso, os candidatos ao

ingresso na ordem, que geralmente são indicados por maçons mais antigos, são observados e analisados por um período, para que então realizem o processo seletivo que os torna aptos à iniciação. Nos excertos E6 e E7, destacamos as falas de dois entrevistados – que atingiram o grau de mestre – acerca do modo como são avaliados possíveis candidatos à iniciação.

E6: Essa captação, que é uma observação constante, ela demora mais de ano. Aí tu conversas, tu jogas alguma informação, aí tu convidas para almoçar, conversa com o cara e leva outro colega na conversa. Essa coisa demora mais de um ano até tu seres cooptado. [...] No meu grupo lá, que eu faço, a gente faz isso aí... Dá uma avaliada. Aí eu olho a vida do cara... O cara é avisado. O que que tu achas? Eu quero te indicar... Preenche essa ficha. Eu vou olhar a tua vida, pode ser? Aí a gente busca... Comércio, qual é a tua atitude, se tu tens processo. (MESTRE L4).

E7: Ele é apresentado na loja e então são diversas vezes que o nome dele é citado lá dentro. E todas as vezes é pedido para que, se tem alguma informação que seja empecilho, algum impeditivo para que ele entre, essa pessoa deve se manifestar antes. Também é publicado nos nossos murais internos, isso é publicado no informativo quinzenal sobre aquela pessoa que está pretendendo entrar em determinada loja. (MESTRE L3).

Segundo Mansur Neto (2002), a iniciação só se completa quando o maçom, após passar pelos graus de Aprendiz e Companheiro, atinge o terceiro grau, de Mestre. Após esses três graus fundamentais, existem os chamados graus filosóficos (aprofundamentos ao grau de mestre), que variam conforme o Rito de trabalho adotado pela Loja. Como exemplo, no *Rito Escocês Antigo e Aceito*, o mais adotado no Brasil (BAÇAN, 1999), os graus filosóficos vão do 4º (Mestre Secreto) ao 33º (Sublime Príncipe do Real Segredo).

Embora haja essa diferenciação de ritos praticados pela maçonaria no mundo, a congregação em lojas e os três graus fundamentais, bem como as palavras e sinais de reconhecimento correspondentes a cada um deles, são postulados da maçonaria regular, seguidos mundialmente. Dessa forma, há uma espécie de núcleo de princípios, símbolos e estruturação que fazem com que, mesmo em contexto global, os símbolos, sinais de reconhecimento e organização básica possam ser identificados por maçons de qualquer parte do mundo.

“[...] os símbolos de reconhecimento maçônico são sempre os mesmos, o que permite a uma loja maçônica ser identificada como tal em qualquer lugar do mundo. Do mesmo modo, a terminologia maçônica, os toques e os sinais empregados, dentro e fora das lojas, possibilitam aos obreiros, em qualquer lugar onde estejam, reconhecerem-se em meio aos profanos [...] possuem a capacidade de levar pessoas de diferentes nacionalidades, que jamais se encontraram e nem se encontrarão, a sentirem-se possuidoras de vínculos que as fazem iguais e comprometidas umas com as outras”. (SOUZA, 2012, p. 138).

Souza (2012) destaca que a linguagem simbólica foi de extrema importância para a perpetuação do conhecimento maçônico durante o passar dos séculos. Em momentos de perseguição e na impossibilidade de dar registro a esse saber, a ordem necessitou de outros dispositivos pedagógicos para dar continuidade a sua existência. Da mesma forma, esse núcleo simbólico reconhecível por maçons de diferentes origens permitiu que a organização se estruturasse de forma transnacional. No excerto a seguir, a fala do mestre maçom, iniciado em 2016, confirma o que defende a historiadora.

E8: Existe maneira de identificar, assim, pequenos objetos, figuras, sinais. Justamente porque você está na situação que quer ver se tem alguém que é da ordem para conversar, interagir... Às vezes é de outra loja, de outro estado, enfim, até de outro país, como acontece na fronteira do Rio Grande do Sul. Com sinais, você identifica quem é da ordem do Uruguai, quem é da Argentina. (MESTRE L1).

Ainda assim, a autora adverte que, se analisada de forma criteriosa, a aplicação dos preceitos maçônicos tende a ser pouco considerada como “[...] uma essência maçônica professada universalmente, e mais um conjunto de normas e valores passíveis de interpretações e apropriações múltiplas” (SOUZA, 2012, p. 136). Isto é, como em qualquer outra organização, deve-se reconhecer a dificuldade – ou impossibilidade – de uma formação totalmente coesa/harmônica. Nesse sentido, a autora sugere que a maçonaria nem deveria ser tratada com organização única, em virtude de sua quantidade de ritos, obediências e até finalidades tão heterogêneas. Ao contrário, o olhar para o objeto empírico ‘maçonaria’ deve contemplar tanto os elementos nucleares que dão consistência à identidade maçônica no geral quanto as diferentes conformações que a ordem assume, construídas sob a influência de contextos históricos, geográficos e sociais diversos. Souza (2012, p. 138) esclarece esse posicionamento afirmando que os maçons “[...] são unânimes em afirmarem-se como os maiores defensores da liberdade, igualdade e fraternidade, ainda que estas bandeiras, em diferentes contextos, assumam significados diversos”.

Finalizado esse olhar sobre o histórico, a principiologia e a simbólica/ritualística maçônica, seguimos com uma breve seção dedicada à potência maçônica do Grande Oriente do Rio Grande do Sul, de acordo com os procedimentos metodológicos que iremos aplicar para a sequência da investigação, conforme destacamos brevemente na introdução.

2.1.5 O Grande Oriente do Rio Grande do Sul

A fundação do Grande Oriente do Rio Grande do Sul (GORGS) é anterior à cisão de 1973 – a qual abordamos na seção sobre o histórico da maçonaria no Brasil –, que originou a maior parte dos Grandes Orientes estaduais. Em 1893, também em razão de descontentamentos políticos com o Grande Oriente do Brasil, foi criado o GORGS, potência maçônica autônoma que perdura até hoje. Sua primeira Constituição é do ano de 1985 (GRANDE ORIENTE DO RIO GRANDE DO SUL, 2020b). Como abordamos, em 1973, o GORGS e mais onze Grandes Orientes estaduais, após grande cisão com o GOB, formaram o Colégio de Grão-Mestres da Maçonaria Brasileira. As potências independentes que formavam esse grupo reconheciam-se mutuamente como legais e legítimos. Em 1991, o Colégio passou a se chamar Confederação Maçônica do Brasil (COMAB). Em 1998, o GORGS assinou o “Tratado de União, Recíproca Amizade, Fraternal Convivência, Estreita Colaboração e Mútuo Socorro”, juntamente com o GOB/RS e a Grande Loja Maçônica do Rio Grande do Sul (GLMERGS). Esse tratado, além de estimular a convivência fraterna entre os membros das três potências, prevê a intervisitação e a troca de informações administrativas (GRANDE ORIENTE DO RIO GRANDE DO SUL, 2020b).

Em 2007, o GORGS aprofundou seu processo de internacionalização, ao ingressar na Confederação Maçônica Interamericana. Desde então, possui relações de reconhecimento e tratados com 107 potências maçônicas, nacionais e internacionais. O GORGS, que é a segunda potência maçônica mais longeva do país, possui hoje 260 Lojas filiadas e conta com mais de dez mil membros (GRANDE ORIENTE DO RIO GRANDE DO SUL, 2020b). A seguir, um excerto da entrevista de um mestre maçom que faz parte da alta administração do GORGS, em que ele discorre sobre como é estruturada a potência.

E9: Aqui nós temos o Grande Oriente do Rio Grande do Sul. Ele é independente e temos vinculadas ao grande oriente as lojas. Elas não podem ser isoladas, são vinculadas à potência do Sul e a gente tem relação com elas. Assim... Relação de organização, de algumas orientações, inclusive de algumas questões de ordem determinativas. Por exemplo, nas eleições a gente tinha que dar a orientação para os novos veneráveis (que são chamados os presidentes das lojas), que precisam de um aval do grão-mestre. (MESTRE P4).

E, no excerto E10, a explicação de outro mestre maçom, que ocupa o cargo de venerável de uma loja pertencente ao GORGS, sobre como se dá a vinculação entre potência e loja.

E10: Vindo do Grande Oriente do Rio Grande do Sul, nós temos os decretos, as alterações de leis, que remetem e atingem diretamente o funcionamento das lojas. [...] Tem o regimento da loja que permeia a atitude de um maçom dentro de loja, dentro do GORGS e sendo um representante maçom na sociedade. (MESTRE P4).

Portanto, após essa breve apresentação, afirmamos que o objeto empírico, a maçonaria, em suas diferentes fases de análise, considerará: um primeiro recorte em relação ao contexto brasileiro, que é necessário devido à dimensão da organização e à impossibilidade de sua exploração como um todo e, ao mesmo tempo, justificável em virtude dos padrões mundiais de reconhecimento da ordem; um segundo recorte que enfatiza as materialidades produzidas pelas três grandes potências maçônicas no país, tendo em vista que são essas entidades que orientam as subunidades fundamentais da organização; e um terceiro recorte que se refere ao GORGS em específico, no intuito de observarmos dinâmicas e olhares que envolvem membros de um mesmo contexto organizacional.

2.2 O interacionismo simbólico como referencial norteador

A descrição do objeto empírico evidencia a necessidade de uma lente que permita explorá-lo de acordo com a complexidade que ele solicita. A própria dimensão da maçonaria, seja em relação à abrangência territorial ou ao número de membros, nos obriga a atentar para os encadeamentos e articulações que as situações interacionais podem gerar, o que remete a um olhar para a circularidade da comunicação. Ao mesmo tempo, as heterogeneidades que se evidenciam entre os modos de vida maçônicos impõem a consideração do contextual, do situacional, nos colocando, a todo momento, entre o micro e o macro. Diante dessas exigências reveladas pelo próprio objeto, encontramos, no interacionismo simbólico, a possibilidade de orientação para investigá-lo. Isso posto, nesta seção apresentaremos alguns elementos da vertente epistemológica que orienta o estudo.

Cabe retomar que uma lente de tanta potência como a do interacionismo simbólico é sim um referencial que se confunde como teórico e metodológico. A

especificidade que tal aporte concede, no que se refere ao olhar que direcionamos ao objeto, é tamanha que impede seu simples acionamento de modo complementar, seja como apoio a outras teorias de base, seja como acessório técnico procedimental. Não à toa, o interacionismo perpassa todo o empreendimento teórico-metodológico que construiremos a partir do próximo capítulo, bem como já está na base de alguns dos pressupostos que acionamos no capítulo introdutório.

Essa tradição de pensamento nasceu na – ou deu continuidade à – chamada Escola de Chicago, perspectiva sociológica de (certo) relevo nas primeiras décadas do século XX, que adotava o pragmatismo como sua fonte filosófica (JOAS, 1999). Em um contexto interdisciplinar, diferentes intelectuais obtiveram destaque na Escola de Chicago, como John Dewey, William Thomas e Robert Park. No entanto, foi o psicólogo social George H. Mead que ficou conhecido como espécie de ‘pai’ do interacionismo simbólico, através de sua perspectiva de valorização das relações e dos significados para uma compreensão do social.

A ideia do ato social completo é central na proposta de Mead (1982). Para o autor, é no ato social que a comunicação se inscreve, como sua condição de possibilidade (daí sua dimensão pragmática). O ato social, que nada mais é que a ação dos sujeitos no mundo, é constituído por três eixos que, correlacionados, expressam a experiência social humana, bem como a mutualidade entre indivíduo e sociedade. São eles: a sociedade, o *self* (eu) e o espírito (mente).

A ideia de sociedade tem a ver com troca, cooperação entre os indivíduos que a compõem; comportamentos que, em comum, geram mútua afetação e constituem o social. O peculiar da sociedade humana é que os atos dos indivíduos se dão a partir de tentativas/expectativas de leitura e ajuste ao comportamento do outro, possibilitadas pelos gestos simbólicos, que carregam significados e externalizam intenções.

A sociedade constitui o *self*, em dinâmica reflexiva, a partir de duas instâncias: o “eu” e o “mim”. Juntos, o “eu” (espontaneidade, autenticidade, impulsividade do indivíduo) e o “mim” (assimilação das imagens que os outros têm desse mesmo indivíduo) conformam nossa personalidade. A tensão contínua e flexível entre a consciência de si e do olhar do outro acompanha e orienta o indivíduo em toda experiência social.

A capacidade de, a partir dessa tensão consciente, dialogar consigo mesmo, é o que o autor chama de espírito ou mente. Somente um ser dotado de um *self* (eu-

mim) pode tornar a si mesmo objeto. Por isso que, para Mead (1982), a sociedade não é algo transcendente ao indivíduo, pois um *self* não é ‘apenas’ construção social externa, e sim fruto de um processo tensional que só se faz possível pela existência do espírito: a consciência e inteligência reflexiva (o colocar-se no lugar do outro, o falar de si assim como se fala do outro).

A tríade do ato social completo é a proposta de Mead (1982) para a superação da dicotomia indivíduo-sociedade. No contexto do ato, a comunicação se inscreve a partir do que o autor chama de gestos significantes, que indicam o início do ato e também um estímulo para sua continuidade. O gesto, na condição de fase do ato social, é, ao mesmo tempo, base e mediador, pois torna possível – como uma provocação – respostas apropriadas ou mudanças de comportamento por parte do(s) outro(s) organismo(s) que o recebe(m). Encadeados, os gestos significantes revelam a mutualidade interacional defendida pelo autor.

Ao permitirem a antecipação de reações, os gestos significantes nos possibilitam escolher alternativas. São, ao mesmo tempo, estímulos e respostas, já que não apenas provocam reações, mas também respondem de forma antecipada a prováveis consequências. O que não quer dizer que se trata de uma perspectiva determinística. Para Mead (1982), uma reação nunca é igual ao estímulo. Permitindo possibilidades de antecipação e escolha, os gestos, ao contrário, estimulam formas outras de resposta¹⁰ e encadeiam novos atos, de classes distintas à sua origem.

Para Mead (1982), o ajuste final do ato – desde o gesto inicial à escolha de alternativas e seleção de respostas – depende da atividade simbólica. Pois é o que possibilita um mesmo conjunto de respostas entre diferentes indivíduos, evocando semelhantes significados entre um grupo de indivíduos¹¹, o que não implica determinismos. A reação de um organismo ao gesto, ou seja, a significação, é a responsável pelo nascimento de um novo objeto ou de uma nova camada de sentido a um objeto anterior. O que o símbolo faz, segundo o autor, é indicar características presentes a fim de oferecer reações possíveis. Não se trata de simples

¹⁰ Para o autor, essa capacidade de não só combinar reações possíveis, mas de analisar o campo ambiental de estimulação para selecionar ou interromper um estímulo em vez de outro e, assim, realizar recombinações de gestos é o que distingue a inteligência humana - que seria a capacidade de resolver problemas do presente referenciando passado e futuro (memória e previsão).

¹¹ Mead (1982) fala em um universo de raciocínio, um contexto comum de experiência em que indivíduos compartilham símbolos.

condicionamento de reflexos, mas de uma forma que permite escolha de distintas formas de ação.

A simbolização é, segundo Mead (1982), o que torna possível a internalização das conversações por gestos na experiência do indivíduo. Afinal, sem ela, nem mesmo os objetos existiriam, visto que eles são constituídos no contexto da relação social, e os próprios organismos é que são responsáveis por sua 'aparição'. Nessa linha, Blumer (1980) defende que o significado dos objetos é fruto da interação humana. Nem emana do próprio objeto, nem é uma expressão psíquica emergente, pois, "[...] para o indivíduo, o significado de um elemento nasce da maneira como outras pessoas agem em relação a si no tocante ao elemento" (BLUMER, 1980, p. 121). Blumer, que foi o grande propagador dos trabalhos de Mead, cunhou o termo 'interacionismo simbólico' e propôs uma sistematização a partir de três premissas:

A primeira estabelece que os seres humanos agem em relação ao mundo fundamentando-se nos significados que este lhes oferece. [...] A segunda premissa consiste no fato de os significados de tais elementos serem provenientes da ou provocados pela interação social que se mantém com as demais pessoas. A terceira premissa reza que tais significados são manipulados por um processo interpretativo (e por este modificados) utilizado pela pessoa ao se relacionar com os elementos que entra em contato (BLUMER, 1980, p. 119).

Em relação à primeira premissa, Blumer (1980) explica que, oficialmente, poucos se opõem. O problema é que, em muitas práticas investigativas, o significado permanece em um segundo plano, negligenciado. Abafado por outros fatores (psicológicos, macrossociais, entre outros), sua importância desaparece. E é contra isso que o interacionismo se posiciona. A segunda premissa, a partir dessa postura que não ignora o significado, está focada no que discutimos anteriormente, a fonte do significado. Por sua vez, a terceira premissa, para Blumer (1980), é a maior especificidade da vertente: a centralidade conferida ao processo interpretativo refuta qualquer perspectiva de um mero uso, aplicação ou reprodução de significados existentes.

França e Simões (2016) explicam que as três premissas de Blumer indicam circularidade. O processo interacional não é algo linear e simples de ser fragmentado (emissor e receptor), pois tem a ver com algo mais amplo, que é a intervenção dos sujeitos no mundo, a partir do significado, algo continuamente (re)construído em conjunto. A partir de suas três premissas basilares, Blumer (1980) propõe que o interacionismo simbólico se fundamenta em seis "imagens-raiz", que conformam o

modo como essa tradição de pensamento enxerga a sociedade e o comportamento humano, conforme segue:

1) *Natureza da sociedade humana*: grupos humanos pressupõem ação, ou seja, contatos de indivíduos uns com os outros para lidarem com as diversas situações que emergem. A vida humana é, dessa forma, uma sequência de ajustes de atividades entre indivíduos e grupos.

2) *Natureza da interação social*: a vida em grupo implica interações não-simbólicas (reflexos) e simbólicas. A interação simbólica é a que forma o comportamento. Ao interagirem por gestos significantes, os indivíduos consideram o que o outro faz ou pode fazer e (re)direcionam suas reações, adaptando seu comportamento aos atos do outro.

3) *Natureza dos objetos*: um objeto – que é tudo aquilo que pode ser indicado ou referido – é constituído pelo significado que um indivíduo lhe atribui. Realizamos essa atribuição a partir de indicações de outras pessoas, nas interações. O ambiente ou universo do indivíduo irá se constituir apenas por objetos que ele conhece (e significa). Na condição de criação social, um mesmo objeto pode ter diferentes significados para diferentes indivíduos. Conseqüentemente, um objeto não tem status fixo. Logo, há ambientes/universos diferentes em um mesmo espaço físico.

4) *O ser humano como organismo agente*: o homem é também um objeto, de sua própria ação, que se origina da (auto)interação. Orienta suas ações para com os outros de acordo com esse objeto que ele constitui de si mesmo. Se coloca na posição do outro, visualiza-se a distância.

5) *A natureza da ação humana*: o homem, organismo que é obrigado a lidar com o que observa, defronta-se com um mundo que necessita enfrentar (entra em contato, compõe um objeto em processo de autoindicação, atribui significado e o utiliza em suas ações posteriores).

6) *Encadeamento de ações*: a coexistência pressupõe adaptação recíproca de linhas de ação pelos membros de um grupo, ou seja, uma organização social de comportamento. Os diferentes atos, articulados, compõem uma ação conjunta, que não se reduz à mera agregação, mas ganha vida própria. Logicamente, há ações conjuntas repetitivas e estáveis, porém é o processo social que cria e mantém regras, e não o contrário.

Em continuidade aos trabalhos da matriz interacional de Mead, a sistematização de Blumer evidencia muitos elementos do pensamento de seu

antecessor. Dessa forma, o viés complexo da matriz interacional, que amplia a visão insuficiente de estímulo-resposta, acolhe a globalidade (sequência de fases imbricadas) e a imprevisibilidade da ação (contra os determinismos).

Em uma investigação que se propõe a seguir as bases interacionistas, é necessário admitir a circularidade do fenômeno comunicacional apontada por Mead (1982) e Blumer (1980), sem restringir/reduzir os atores a papéis determinados (de emissão ou recepção), mas os considerando como interlocutores, que a todo momento trocam de papéis em um processo de mútua afetação e encadeamento de ações. Nesse sentido, França (2008) aponta para a consequente dificuldade de isolamento dos atos e atores, visto que a comunicação existe dentro de um todo da qual faz parte, o que não permite ao investigador um olhar que não seja situacionista, contextual. Ela ainda elucida que nenhuma pesquisa dará conta do 'todo' e que, apesar de recortes serem necessários, eles não impedem que se reflita sobre os encadeamentos que os atravessam.

Se “é a situação de comunicação que é o alvo de nossa leitura [...]” (FRANÇA, 2008, p. 86), também não é possível negligenciar a dimensão prática do fenômeno comunicacional, ou seja, separá-la do ato em que se realiza. Pois esse ato, que é ao mesmo tempo estímulo e resposta, conforma uma relação. Se partimos do pressuposto que comunicação é movimento (FRANÇA, 2008), devemos atentar para além das intervenções concretas dos sujeitos e organizações, observando as relações articuladas que se constituem. Nesse sentido, salientamos que as bases do interacionismo não estão sendo convocadas para analisarmos processos interativos no seu acontecer ou consequências específicas de determinados encadeamentos interacionais, mas como uma lente para pensarmos nosso problema de pesquisa e compreendermos o que nosso objeto revela.

O interacionismo simbólico foi também alvo de algumas críticas marcantes. Conforme Joas (1999), os principais apontamentos negativos são em relação a uma atitude de pesquisa concentrada exclusivamente em fenômenos de imediaticidade pessoal e que ignora as relações de poder. O mesmo autor explica que, de maneira geral, os críticos ao interacionismo atribuem à vertente uma visão de que

o complexo das relações macrossociais não ultrapassa o horizonte da sociabilidade mundana, assim como uma total ignorância do domínio social sobre a natureza ou o fato de que as condições sociais possam tornar-se autônomas em relação aos atos e orientações daqueles que participam da ação social (JOAS, 1999, p. 130).

França e Simões (2016) entendem que, à época de sua ascensão, o modelo teórico-metodológico interacionista não era considerado conveniente para análises com viés crítico e político e, por isso, foi preterido pelos modelos funcionalistas. Ainda assim, as críticas ao olhar interacionista, que supostamente enfatiza apenas questões micro (individuais e de pequenos grupos) e negligencia questões macroestruturais (como as relações de classe, por exemplo), não se limitaram à primeira metade do século XX e permanecem até hoje. Uma das mais famosas, talvez, é a crítica feita por Bourdieu, que condena o interacionismo por omitir a gênese social e por rejeitar qualquer tipo de determinação social (VALLE, 2007). A partir do que ele mesmo define como estruturalismo construtivista, Bourdieu (1990) defende que há, no mundo social, e não somente nos sistemas simbólicos, linguagens, estruturas objetivas e outros fatores independentes da vontade dos atores sociais, que também orientam suas práticas. Para ele, o interacionismo se limita a uma visão fenomenológica do mundo que acaba negligenciando as questões estruturais e, conseqüentemente, as ações criativas dos atores sobre as estruturas em que estão inseridos.

Conscientes das limitações que o uso do interacionismo simbólico pode gerar na aproximação com o objeto de pesquisa, procuramos minimizar tais lacunas de diferentes formas. Mais adiante, em nossa revisão bibliográfica, serão convocados autores de outras vertentes de estudos a partir das necessidades de compreensão que o próprio objeto demanda e, em nossa proposta metodológica, recorreremos a técnicas de pesquisa complementares, oriundas de outros referenciais metodológicos, em função da tentativa de explorarmos da melhor maneira o problema e objetivos propostos. Mas, antes disso, ainda na esfera do interacionismo simbólico como lente paradigmática, conferimos relevância à contribuição de Erving Goffman, importante herdeiro do pensamento interacionista, que empregou maior atenção às questões estruturais relativas às relações de poder.

Nos interessa a obra de Goffman em virtude da atenção que o autor emprega às interações na vida social institucional, pois em nossas análises transversais (capítulo 8) recorreremos à perspectiva do autor para o desenvolvimento de nossa etapa final de análise, que se baseia na noção de representação e, especialmente, na metáfora palco-bastidor (GOFFMAN, 2002). Por isso, aqui daremos enfoque às questões relativas aos papéis sociais, às equipes de representação e à manipulação de impressões, tópicos que cercam a discussão sobre (in)visibilidade.

Dessa forma, iniciamos a da abordagem de Goffman (2002) para as interações a partir de sua premissa de que, em qualquer interação, os indivíduos tentam obter informações a respeito uns dos outros, ou recorrem a informações que já possuem para definir a situação em que se encontram. Afinal, se informado, o indivíduo poderá calcular a melhor forma de agir para obter o que espera em determinada situação. Ademais, quando o indivíduo se depara com um desconhecido, ele procura, em traços de conduta e/ou aparência, elementos que remetam a experiências com outros indivíduos ‘parecidos’, a fim de aplicar estereótipos e, de alguma forma, definir a situação em que se encontra. No entanto, o autor indica que, nas interações, os indivíduos podem dar poucas pistas uns aos outros, o que dificulta impressões conclusivas. Muitas informações importantes estão localizadas fora da interação e só serão reveladas em atos de confissão ou comportamentos involuntários.

A ‘definição da situação’ não envolve apenas obter informação sobre o outro, mas também regular a conduta alheia. Seja qual for a intenção do indivíduo, implica a constante tentativa de guiar a impressão do outro, de modo que este aja de acordo com o que o indivíduo tem ‘planejado’. Goffman (2002) explica que, por vezes, o indivíduo interage de modo completamente calculado e, em outras ocasiões, tem pouca consciência de que está tentando guiar impressões de forma ‘premeditada’.

Por outro lado, as pessoas podem não compreender o que é projetado pelo indivíduo e não corresponder ao que foi planejado. Isso porque o indivíduo está sempre sujeito a ceder indícios de invalidade da sua expressão, por meio de gestos que escapam ao seu controle. Dessa forma, os outros estarão, a todo momento, avaliando a expressividade do indivíduo entre seus gestos mais e menos controláveis. Para Goffman (2002, p. 17), essa ‘retomada de vantagem’ do observador reestabelece a simetria na interação comunicativa, pois monta-se “[...] o palco para um tipo de jogo de informação, um ciclo potencialmente infinito de encobrimento, descobrimento, revelações falsas e redescobertas”. Dessa forma, os participantes definem em conjunto a situação, em um ajuste sobre o que irá ocorrer temporariamente.

A sociedade legitima o princípio de que todo indivíduo tem o direito moral de ser valorizado e tratado adequadamente (GOFFMAN, 2002), pois ao projetar uma impressão, o indivíduo espera que os outros o reconheçam da maneira correta. Daí a importância de uma ‘boa’ projeção – ainda que ‘moralmente’ o indivíduo deva ser quem ele diz que é. Ainda assim, vimos que esse jogo de projeções e avaliações é complexo e, por isso, a fim de proteger impressões próprias, são usualmente

utilizadas estratégias e táticas que o autor chama de “práticas defensivas”. Afinal, ao mesmo tempo em que podem ser criadas grandes fantasias, também podem surgir enormes – e embaraçosas – rupturas nas projeções lançadas. De qualquer forma, o autor indica que nenhuma projeção – mesmo as mais sinceras – sobreviveria sem algum tipo de ação defensiva.

Goffman (2002) chama de “desempenho” quando o indivíduo se encontra em uma interação e age para influenciar a percepção e conduta do(s) outro(s) participante(s). Os que colaboram para a definição da situação são chamados pelo autor de “plateia”. De forma mais ampla, uma “representação” se refere à “[...] toda atividade de um indivíduo que se passa num período caracterizado por sua presença contínua diante de um grupo particular de observadores e que tem sobre estes alguma influência” (GOFFMAN, 2002, p. 29). O padrão de ação, pré-definido para determinada situação e que pode ser aplicado a ocasiões similares, é denominado “prática”. E um conjunto de determinadas práticas forma um “papel social”, que é a “[...] promulgação de direitos e deveres ligados a uma determinada situação social” (GOFFMAN, 2002, p. 24).

Como vimos em relação à moralidade, no momento em que desempenha um papel, o indivíduo espera que a plateia o leve a sério. Somente com esse acordo é que o papel atingirá as consequências projetadas. Goffman (2002) explica que podem existir indivíduos compenetrados ou não no desempenho de seus papéis. Os que acreditam no que representam são chamados pelo autor de “sinceros”. Já os demais, que não creem e pouco se interessam pela impressão deixada nas plateias, são chamados pelo autor de “cínicos”. Salientamos que, nessa distinção, o autor não procura focar a veracidade ou não do papel desempenhado em relação à ‘vida real’ do indivíduo, mas sim a crença no que se está representando e no interesse para com os públicos. Além disso, ele ainda indica que essa crença pode ser cíclica, pois o indivíduo pode se desinteressar pelo papel que representa e vice-e-versa.

Outro elemento importante nesse jogo de manejo de impressões merece destaque. Trata-se da “fachada”, “[...] equipamento expressivo de tipo padronizado intencional ou inconscientemente empregado pelo indivíduo durante sua representação” (GOFFMAN, 2002, p. 29). A fachada é constituída pelo “cenário”, que são os artefatos que dão suporte/proteção à ação humana no “palco” e que geralmente são mais fixos (móvel, decoração, ordenação, entre outros), e pela “fachada pessoal”, que são pontos mais íntimos do indivíduo-ator e que normalmente

o seguem em diferentes situações (vestuário, gestos corporais, vícios de linguagem, traços de aparência). O autor indica que práticas heterogêneas podem empregar fachadas idênticas ou parecidas. Também defende que as fachadas costumam ser mais selecionadas do que construídas, pois, quando um indivíduo assume um determinado papel, logo percebe que para esse já existe uma fachada designada. Ele ainda destaca que as plateias esperam que cenário e fachada pessoal sejam compatíveis. No entanto, esse ajustamento perfeito é difícil e, até mesmo, raro.

As fachadas se ajustam conforme o que as plateias exigem. Goffman (2002) argumenta que isso tem a ver com a idealização das impressões, processo que segue as expectativas dos públicos para com os papéis a serem desempenhados. Na versão idealizada que projetamos de nós mesmos (e sempre tentamos parecer um pouco melhores do que somos), incluiremos e valorizaremos elementos que são reconhecidos em sociedade. Da mesma forma, a fim de expor uma imagem idealizada, manteremos ocultos os pontos inadequados.

Como dissemos anteriormente, a plateia pode não compreender e/ou aceitar o sentido de uma representação. Mas isso não tem a ver apenas com o cuidado expressivo do ator. Segundo Goffman (2002), a plateia pode questionar a legitimidade de um ator que representa determinado papel. Não se trata da eficiência da representação, mas da autorização ou não do ator para determinado papel. Ocorre que nem todos os papéis são facilmente passíveis de checagem, sendo que uma infinidade de falsas impressões podem ser anunciadas. O autor denomina esse ato intencional do ator, de desempenhar um papel ao qual não está autorizado, de “representação falsa”.

Tanto a representação comum quanto a falsa exigem cuidados em seu desempenho, pois, em ambas, o ator “[...] em lugar de meramente realizar sua tarefa e dar vazão a seus sentimentos, expressará a realização de sua tarefa e transmitirá de modo aceitável seus sentimentos” (GOFFMAN, 2002, p. 66). Autorizado ou não, o indivíduo sempre desempenhará um papel, em virtude das coerções que as interações impõem, convertendo as atividades mais comuns da vida em representações. Nas palavras do autor, vivemos uma “socialização antecipada”, na medida em que nos acostumamos com os papéis a desempenhar e nos tornamos capazes de gerir nossas rotinas dramáticas. Segundo ele, a vida social é uma espécie de encenação dramática e, ainda que não possamos dizer que tudo no mundo seja representação, também é difícil afirmar exatamente o que não é.

A noção de “região” é acionada por Goffman (2002) para ilustrar a compreensão do jogo de representações que vivemos em sociedade, ora como atores, ora como plateia. Para o autor, a região é um espaço de alguma maneira limitado por barreiras à percepção. As representações ocorrem em regiões definidas, que variam em relação ao nível de limitação e aos dispositivos de comunicação em que se constituem as barreiras. A “região de fachada” – conformada sempre por um cenário – é onde se executa uma representação. Ela apresenta padrões de tratamento do ator para com a plateia (polidéz) e de comportamento do ator enquanto visto pela plateia, mas não necessariamente em conversação direta (decoro). E a “região de fundo” ou “bastidores” é aquela “[...] onde os fatos suprimidos aparecem [...] o lugar, relativos a uma dada representação, onde a impressão incentivada pela encenação é sabidamente contradita como coisa natural” (GOFFMAN, 2002, p. 106). São os espaços em que é possível esconder elementos, avaliar e revisar comportamentos, descontraír. Em resumo, nos bastidores é onde se pode abandonar o papel representado. Segundo o autor, as regiões de fachada e bastidores são separadas por alguma barreira, de forma que a(s) passagem(ns) entre as duas são sempre protegidas. Dessa forma, percebemos que, na metáfora palco/bastidor de Goffman para a vida social, há duas divisões: a barreira entre região de fachada (palco) e plateia; e a separação entre região de fachada e bastidores, essas últimas geralmente reservadas aos atores. Quando indivíduos da plateia, dessa terceira região que o autor chama de “lado de fora”, conseguem invadir as barreiras das regiões de fachada ou bastidores, sua presença inoportuna e inesperada tende a gerar efeitos sobre a representação em curso.

De acordo com Goffman (2002), existem protocolos de comportamento e linguagem distintos para as regiões de fachada e bastidores. Ainda assim, esses protocolos de conduta mais e menos formais nem sempre são identificáveis, pois os atores estão a todo momento entrando e saindo de papéis específicos, assim como alternando a posição de ator e observador nas diferentes situações da vida social.

Isso nos leva a pensar na concepção que, segundo Goffman (2002), amplia a compreensão da representação, ao ultrapassar o limite da expressividade do indivíduo-ator. Ele salienta que, mais do que referenciar as características do ator, a representação expressa as características da tarefa, ou seja, do papel social. Dessa forma, ao retomarmos a premissa de que a definição das situações é feita em conjunto, podemos considerar que, além dos indivíduos observadores que aceitam ou

não as projeções, há indivíduos que cooperam entre si no jogo das impressões. É o que o autor chama de “equipe de representação”, um grupo de indivíduos que cooperam para a encenação de tarefas/rotinas determinadas.

O risco de uma imagem projetada por um grupo não ser bem sucedida pode estar tanto nas referências da plateia quanto no desempenho de papéis discrepantes por parte dos membros da equipe. De qualquer forma, a cooperação e a coesão do grupo no desempenho do(s) papel(is) são fundamentais para que sejam evitadas condutas inapropriadas durante a representação. Segundo Goffman (2002), essas equipes desenvolvem uma espécie de familiaridade (que tem importante aspecto formal), que envolve o integrante interessado em colaborar com o(s) espetáculo(s) assim que toma seu lugar no grupo. Logicamente, há integrantes mais e menos engajados. E, na necessidade de dividirem seu tempo entre a atividade em si e a representação, alguns podem se mostrar pouco interessados nas impressões que projetam, ao passo que outros podem se concentrar apenas no que dão a ver.

Dentro das equipes de representação, os indivíduos são, ao mesmo tempo, atores e plateia de um mesmo espetáculo. Isso se deve ao fato de estarem participando de um jogo de impressões entre equipe e plateia e entre os próprios membros da equipe. A diferença é que os acordos e expectativas entre os integrantes da equipe são bem mais explícitos.

Goffman (2002) entende que, quando equipes de representação apresentam suas práticas às outras, devemos ter o cuidado de analisar esse tipo complexo de interação dramática como um diálogo entre equipes, e não como cruzamentos de representações individuais desconexas. Outra questão que o autor adverte acerca das análises de interações dramáticas entre equipes diz respeito ao momento em que classificamos uma equipe como ‘atores’ e outra como ‘plateia’. Tal medida, tomada para fins de análise, deve ser executada considerando que a plateia, da mesma forma, sempre estará apresentando alguma representação. Em algumas interações, há maior assimetria entre equipes (quando a plateia é, de certa forma, ‘guiada’), porém nem sempre é o que ocorre. Esses pontos destacados pelo autor reforçam os princípios interacionistas do encadeamento de ações e da circularidade.

O autor ainda salienta que a equipe de representação é um grupo, mas não em relação a uma estrutura social, e sim em relação a uma interação ou série de interações. Dessa forma, entendemos que as equipes de representação são um ângulo fértil de entrada para pensarmos sobre as situações de escolha por dar-se a

ver ou ocultar no âmbito das organizações. Vale ressaltar que nosso problema de pesquisa não se limita à esfera institucional, que é o enfoque de Goffman (2002) em sua obra sobre representações. A reflexão sobre os modos como os grupos negociam suas impressões são muito importantes, mas necessitam ser postas em contato com outras dinâmicas que atravessam a esfera organizacional. Assim, é necessário recorrer aos aportes da comunicação organizacional, a fim de aprofundarmos nossa relação com o objeto. Para isso, no próximo capítulo discorreremos sobre a concepção de comunicação organizacional que tomamos como referência, bem como acerca de alguns de seus importantes fundamentos que afetam nosso olhar para o objeto de estudo.

3 SOBRE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

Neste capítulo, iniciamos a exposição dos referenciais teóricos que convocamos para a compreensão do objeto e problema de pesquisa. Cabe dizer que, a partir de sua constituição indiciária, o próprio objeto de estudo ‘solicita’ determinados aportes para sua exploração, ao mesmo tempo em que a lente interacionista nos acompanha na orientação dessas escolhas.

Dessa forma, apresentamos, aqui, a concepção de comunicação organizacional que norteia a investigação. Para isso, iniciamos com uma reflexão sobre o próprio fenômeno da comunicação. Esse movimento, que constitui o primeiro subcapítulo, tem por função situar nosso pensamento, de modo que, em seguida, estabelecidos nesses referenciais, discorreremos acerca da noção de comunicação organizacional que nos orienta. Assim, no segundo subcapítulo, recorreremos aos aportes da cultura, dos sistemas vivos sociais, das relações de poder e da institucionalização, que caracterizam nosso olhar para a comunicação organizacional e que serão acionados como base para nossas análises.

3.1 Reflexões sobre o fenômeno comunicacional

Algumas escolas de pensamento, reconhecidas como basilares no esforço contemporâneo de ‘virada paradigmática’ em relação ao pensamento funcionalista/estruturalista hegemônico, já, ao final do século XIX e primeira metade do século XX, militavam pelo resgate do sentido de compartilhamento conferido ao que é de ordem comunicacional. O Pragmatismo (final do século XIX e início do século XX) e, mais tarde, a chamada Escola de Chicago e o Interacionismo Simbólico (décadas de 1940 e 50), foram linhas que, de acordo com França e Simões (2016), (re)valorizaram o encontro e a construção conjunta, ao desenvolverem a chamada ‘matriz interativa’ da comunicação.

Sobre o Interacionismo Simbólico em especial, vertente que consolidou a concepção interativo-comunicacional e que guia a sequência de nossas articulações, França e Simões (2016) defendem que a proposta do conceito de interação possibilitou uma virada na perspectiva linear dos efeitos, dando lugar ao olhar para a circularidade. E esse movimento só foi possível a partir de uma abordagem teórica que valorizava as práticas e sua natureza simbólica. Em vez de uma apreensão da

comunicação na ou da sociedade como um todo, um direcionamento para o pontual que possibilitou “[...] compreender a dinâmica comunicacional mais ampla enquanto um aglomerado (conflitual) de pequenas interações” (FRANÇA; SIMÕES, 2016).

Filiada à herança pragmatista e interacionista, França (2008) defende que a noção de interação nos ajuda na problematização do fenômeno comunicacional, que é tão complexo e abstrato. Afinal, comunicação não deixa de ser um conceito e, dessa forma, precisa ser acionado a partir de outros que favoreçam um olhar mais concreto/sensível. Ocorre que, no momento em que optamos por angular a comunicação a partir da interação, utilizaremos uma lente que modificará toda nossa reflexão. Segundo a autora, a ideia de ação comunicativa, por exemplo, enfatiza a figura do ator e a questão do agenciamento. Quando decidimos adentrar no fenômeno comunicacional pelo viés da (inter)ação, estamos conferindo similar importância a dois (ou mais) polos e valorizando a construção conjunta, a dimensão do compartilhamento e da reciprocidade.

França (2013, p. 90) compreende a interação como “[...] um agir comum, marcado pela mútua afetação e permeado por gestos significativos [...]”. A partir de Mead (1982), ela também defende o gesto como a base de qualquer processo social. No entanto, é importante ressaltar que nem toda interação é comunicativa. O que irá demarcar a existência da comunicação é a presença de gestos significantes (que contêm ideias). Para França (2008), essa linha entre a interação comunicativa e não comunicativa é muito tênue, pois a todo momento elas se misturam.

Baldissera (2008) atesta que os processos de significação dão condições de existência ao fenômeno comunicacional, pois o antecedem. Ao mesmo tempo em que a comunicação não acontece sem a significação, esta é constantemente reconstruída nas interações comunicativas: “[...] se os processos comunicacionais pressupõem o acionamento de signos, comunicar é movimentar sentidos e, nessas movimentações, (re)construir tais sentidos” (BALDISSERA, 2017, p. 79). Sobre essa permanente reconstrução, o autor reforça a questão de que nascemos em um mundo já construído/significado, que nos insere em um sistema de articulação de sentidos pré-existent e nos orienta como seres sociais. A questão que o autor sublinha, com base nos estudos semióticos, é que essas articulações de sentidos são fluidas e variáveis, pois correspondem a contextos “eco-psico-histórico-sócio-culturais” específicos, isto é, os sentidos se ajustam conforme as situações/experiências.

Nesse sentido, Braga (2013) recorre à linguística pragmática para nos explicar que não basta o mero exercício de códigos para que se realize a comunicação. Somente a combinação entre a existência de códigos e a capacidade inferencial dos envolvidos é que assegura o episódio comunicacional perante a constante necessidade de ajustes devidos em relação aos diferentes contextos/situações. O autor apresenta uma visão acerca dos códigos mais ampla da que estamos acostumados a observar circulando no campo. Mais que apenas linguagens, sistemas informatizados ou gramáticas específicas, o código “[...] pode se referir a um sistema de regras que, acionado pelos participantes de uma interação, estabelece possibilidades de entendimento, gerando uma potencialidade de ação comum entre aqueles” (BRAGA, 2013, p. 160). Não se trata apenas de códigos de transposição fechados, mas de regras sociais já manifestadas e reconhecíveis. Ou seja, regularidades baseadas nas experiências dos indivíduos com potencialidade para serem referenciadas em comum, a depender dos participantes e contextos em questão. Esses sistemas de regras não são estanques, pois dependem da prática social experimentativa – como a linguagem – e, por isso, estão também sempre abertos a desvios. Ao compartilharmos esses sistemas de regras – que se assemelham, mas nunca são exatamente os mesmos – com outros indivíduos, em ambientes comuns de referência (face a face ou não), fazemos mais que transpor conteúdos, pois construímos novos significados de forma conjunta. É esse entendimento que acolhe a perspectiva de incompletude do código no episódio interacional: “em vez de algo – já dado – passar de um lado para outro, os diferentes acervos, contendo elementos em comum, postos em contato, podem gerar proposições [...] não existentes antes [...]” (BRAGA, 2013, p. 160). O que não quer dizer que as regras não têm possibilidade de manutenção, mas que elas têm sempre a potência de configurar novas elaborações.

Entende-se assim que, em uma interação comunicativa, não há apenas um ‘super’ código pronto e oferecido. Sistemas de regras moldados pela experiência pressupõem uma pluralidade de códigos existentes. Essa concorrência, que se modifica a cada contexto de interação, nos exige a capacidade inferencial. A inferência é o momento em que os acervos compartilhados, previamente organizados em sistemas de regras, são (re)articulados de forma tentativa (BRAGA, 2013). Sendo assim, não se trata apenas da interpretação do sentido mais provável frente a um estímulo. Implica também a tentativa de melhor ajuste desse estímulo às perspectivas

e ao acervo de quem o recebe, visando a continuidade da interação. Ou seja, a inferência é o processo da elaboração em compartilhamento (BRAGA, 2013), o que não quer dizer que código e inferência não estejam sempre imbricados.

A concepção interacionista pode acolher essa relação código-inferência. Afinal, o gesto significativo estará vinculado a um sistema de regras não estanques e os organismos aptos a produzi-lo e interpretá-lo necessitam de apoio nesse mesmo sistema, junto da capacidade inferencial. O gesto significativo, suportado pelos padrões que obedecemos e nos dão possibilidades de entendimento, não provoca perturbações apenas no outro. Ele também afeta o próprio indivíduo que o produz. França (2008) nos explica que isso é resultado da nossa consciência da significação, que orienta nossa ação à medida que pretendemos ajustar o comportamento do outro. Logo, os estímulos provocam respostas em todos os organismos engajados na interação.

O agir comum interativo, segundo França (2013), demanda um exercício não apenas de reciprocidade – em que um indivíduo afeta e é afetado pelo outro – mas também de reflexividade, em que os estímulos produzidos por um indivíduo são influenciados pela projeção do comportamento alheio. Para a autora, reflexividade tem a ver com nossa capacidade de assumir o papel do outro. Podendo enxergar a nós mesmos como o outro vê, procedermos na tentativa de controlar e intervir, respectivamente, o nosso comportamento e no do outro. A significação concede ao ser humano alternativas, pois o gesto estabelece a relação com o comportamento posterior e permite que possibilidades futuras sejam percebidas com antecedência. No gesto significativo, a consciência temporal do indivíduo incorpora passado e futuro.

Reciprocidade, reflexividade, (re)construção. A partir desses termos, o interacionismo simbólico evidencia que a comunicação é movimento. Ao mesmo tempo em que tem a ver com o ‘durante’, ela não é somente o ato, mas é constituída por fases que têm como base o encadeamento e a retroalimentação. França (2013, p. 85) esclarece que a “[...] comunicação não existe fora do todo do qual ela faz parte e ajuda a realizar”. Dessa forma, comunicação e ato social são indissociáveis e, por isso, não podemos recortá-la (por fases, meios ou polos) ou tratá-la em separado (do todo que ela contribui para construir), pois ela implica justamente relação – fluída e diversa – entre seus vários elementos (interlocutores, simbólica, contexto sócio-histórico). A partir de outro ângulo, Braga (2013) corrobora tal raciocínio, pois defende que, se empregamos atenção exclusiva aos códigos compartilhados, contemplamos

questões estruturais e deixamos escapar as riquezas processuais. Por outro lado, a ênfase excessiva à inferência refuta toda uma dinâmica complexa que é o que possibilita esse momento e conseqüentemente o afeta. Por isso, para uma abordagem interacionista, a análise comunicativa é do quadro, do contexto, do cenário como um todo. Sem considerarmos isso como ponto de partida, não é possível a investigação do objeto comunicacional, pois é impeditivo analisar uma fase do ato social sem pensar sobre o seu encadeamento. O que não significa, como dissemos anteriormente, precisar sempre dar conta de tudo. O que não podemos é deixar de lado as articulações, fazer uma cisão da dimensão prática, do todo em que a comunicação se inscreve.

Sob esse prisma situacional, Braga (2017) entende o fenômeno comunicacional em episódios de interação encadeados. Da relação código-inferência, constatamos que os indivíduos não necessitam, a cada um desses episódios, criar processos originais e específicos a fim de iniciar uma interação. Entre os diversos sistemas de regras sociais em regime de sobreposição, há “[...] uma grande quantidade de táticas-padrão, de modelos reconhecíveis, mas com grande plasticidade de acionamento, que podem ser chamados pelos participantes a serviços de sua comunicação” (BRAGA, 2017, p. 33). Esses modelos, à disposição dos indivíduos conforme sua referência cultural, são denominados pelo autor de “dispositivos interacionais”, elaborados também via interações que resultam em determinados indicadores de sucesso. Um dispositivo interacional é, dessa forma, “[...] um modelo desenvolvido pela prática experimental (tentativas) que conta com uma articulação mais ou menos definida de processo de código e de espaços não codificados solicitadores de inferência dos participantes” (BRAGA, 2017, p. 33). Cabe destacar que o dispositivo interacional não se resume a uma espécie de código, pois se trata de uma “constelação de códigos”, heterogênea e transversal, construída nos próprios processos sociais, a partir de diferentes estímulos e encontros. Entre as experimentações mais estabilizadas ou isoladas, conforma-se um dispositivo interacional, isto é, modos de fazer socialmente elaborados e disponibilizados aos indivíduos para acionamentos (BRAGA, 2017), seja face a face ou midiáticos.

A natureza tentativa da conformação dos dispositivos interacionais, que impede sua redução à mera transmissão de códigos estanques, revela o elemento da negociação entre os atores que criam ou acionam os dispositivos. Mais uma vez, emerge o viés relacional, que valoriza a mútua afetação e a construção conjunta.

Baldissera (2017) atenta para essa dimensão da negociação e explica, a partir da concepção foucaultiana (1996), que toda relação é uma relação de forças. O autor adverte que não estão em questão nesse raciocínio as disputas físicas, hierárquicas ou econômicas, mas as que têm a ver com o tensionamento entre os sujeitos-forças em uma relação comunicacional: “sujeitos, como forças ativas, reativas, organizadoras, desorganizadoras, complementares e antagônicas, são tensionados e, em diferentes graus e formas, exercem-se para direcionar, de algum modo, os sentidos que desejam” (BALDISSERA, 2009a, p. 155). Dessa forma, ele defende que há sempre disputa – consciente ou nem tanto – entre os sujeitos-força em relação para que determinados sentidos sejam admitidos pelo outro. Para Baldissera (2009a), se a comunicação depende da significação, ela também exige relação (de forças). A partir disso, em perspectiva complexa, compreende comunicação como “processo de construção e disputa de sentidos” (BALDISSERA, 2004, p. 128). Esse processo negocial, que envolve aproximação e conflito ao mesmo tempo, é orientado, segundo o autor, não só pelas intenções dos sujeitos, mas por diversos elementos-força (contexto, psique, cultura, imaginário, história).

Próximo a essa abordagem de disputa/negociação, Braga (2017) entende que a comunicação é, antes de tudo, “tentativa”. Não há como assegurar um desenho rigoroso de uma interação, bem como a qualidade dos resultados de um episódio comunicacional. Por isso, o autor adverte sobre a adoção de uma perspectiva que enfatiza um processo bem-sucedido ou consensual. Ele assume como comunicação qualquer troca entre indivíduos, grupos ou setores sociais, que contém sim intenções, mas que é frequentemente desajustada, conflituosa e marcada por causalidades das mais diversas. Na contramão de um entendimento que valoriza apenas o compartilhamento equalizador, o autor define a comunicação como compartilhamento entre diferenças.

Discorridas essas questões, importa dizer que, sob a lente do interacionismo simbólico, adotamos uma perspectiva que coloca o aspecto relacional como aporte central para pensarmos o processo comunicativo. Vale ressaltar que não desconsideramos as críticas feitas ao interacionismo simbólico, em especial às limitações consequentes de um olhar restrito à imediaticidade e à negligência às questões de poder/dominação (JOAS, 1999). Nesse sentido, a convocação de aportes como o dispositivo interacional (BRAGA, 2017) e das forças em disputa que constituem o processo comunicacional (BALDISSERA, 2004) é justamente uma

tentativa de compor as lacunas deixadas pela concepção interacionista, ainda que não concordemos com a intensidade das críticas. Vale destacar, ainda, as características do fenômeno comunicacional que consideramos fundamentais para a sua compreensão: a) o aspecto episódico (BRAGA, 2017) e sequencial (FRANÇA, 2013), que impõe a consideração de seus contextos e articulações; a relação entre construção e disputa de sentidos (BALDISSERA, 2004) e diferenças (BRAGA, 2013); o fato de ser um processo amalgamado por códigos em permanente reconstituição (BRAGA, 2013); e sua condição de fenômeno acionador/(re)construtor de dispositivos interacionais (BRAGA, 2017). Isso posto, passamos ao enfoque da comunicação no âmbito das organizações.

3.2 Uma noção de comunicação organizacional

Exposta a perspectiva comunicacional à qual a investigação se vincula, avancemos em direção ao recorte relacionado ao objeto de pesquisa, refletindo sobre a comunicação organizacional em específico. Em primeiro lugar, evidenciamos a compreensão de organização que tomamos como ponto de partida, em meio a tantas dinâmicas, especificidades e tipificações elaboradas.

A definição mais corriqueira do que vem a ser uma organização se aproxima de algo como um sistema/grupo/unidade social constituído em torno de/para alcançar um fim específico. Alguns autores ampliam um pouco essa compreensão, defendendo a necessidade de elaboração/definição de algumas normas e sistemas de coordenação. Outros seguem na direção de que os propósitos geram problemas, fazendo da organização um conjunto/sequência de decisões para solução/elucidação desses problemas. Avancemos a partir desses pressupostos mais comuns, que têm potência para aprofundamento.

Múnera Uribe (2007) problematiza a ideia de organização como agrupamento humano em torno de uma finalidade. Para ele, agrupamento não pode ser encarado como sinônimo de organização, visto que existem dois tipos de agrupamentos humanos: as 'simples' comunidades, que se constituem a partir de uma ordem social espontânea e informal; e as organizações, que surgem de uma ordem social criada, dirigida (endógena ou exógena). Dessa forma, o autor defende que ficam mais claras as questões em torno dos propósitos específicos e explícitos de uma organização, pois, entendidos assim, eles se tornam suscetíveis de gestão.

Ainda sobre os agrupamentos, Schvarstein (2002) salienta que as organizações são mais que simples grupos ou conjuntos, pois tanto os determinam quanto são determinadas por eles. A partir da psicologia social, ele as percebe como unidades compostas e defende que a riqueza das análises está justamente na distinção de suas partes componentes, em especial a interação estabelecida entre os sujeitos organizacionais, que fomentam o caráter de construção social que as organizações apresentam. Nesse sentido, Múnera Uribe (2007) reforça que, para que haja organização, não basta ter apenas intenção, mas também interação. Por isso, é preciso ultrapassar as concepções das organizações como normas, meios ou instrumentos.

Sobre os aspectos da interação e construção social, Schvarstein (2002) sustenta a superação do caráter de estabelecimento das organizações. Os lugares organizacionais são, para ele, “virtuais”, tendo em vista a impossibilidade de apreensão direta de tudo o que se passa em uma organização, pois esse ‘todo’ se constitui em uma pluralidade de significantes. Dessa forma, as organizações são – também – conjuntos estruturados de percepções. Tal aspecto confere valor ao que é da ordem do simbólico.

Discorridas essas considerações, adotamos, para a sequência do trabalho, a noção de que a organização é uma construção social entre subjetividades – forças em interação (BALDISSERA, 2004) –, a partir de uma ordem social criada (intenção) em torno de um objetivo comum ou finalidade específica (MÚNERA URIBE, 2007) e que, para isso, desenvolve códigos de gestão frente às contínuas perturbações endógenas e exógenas. Dessa forma, podemos compreender as organizações como espécies de (sub)sistemas sociais, constituídos por indivíduos complexos e de uma pluralidade contextual que impede reducionismos e/ou generalizações.

3.2.1 Pensamento sistêmico e cultura organizacional

Para pensarmos nas organizações como sistemas sociais, precisamos resgatar brevemente algumas características do próprio pensamento sistêmico. Historicamente, o entendimento sobre as organizações foi moldado sob uma ótica lógico-racional ligada à hegemonia paradigmática do funcionalismo/estruturalismo, baseada em pressupostos como a ordem, o mensurável, o absoluto e o mecânico. Curvello e Scroferneker (2008) indicam que a influência dessa ideologia

gerencial/administrativa – ordenar para controlar –, fortemente marcada pela racionalidade econômico-produtiva, começou a ser indagada a partir da segunda metade do século XX. Era o pensamento complexo-sistêmico acerca das organizações sociais que começava a se delinear, fruto das mudanças das ciências naturais-matemáticas. Do campo da biologia, surgiram as primeiras formulações da Teoria Geral dos Sistemas, que reabilitaram noções e conceitos como o caos, a indeterminação e a complexidade. Essa abordagem, em plena evolução, transpôs os limites do campo da biologia e perpassou diferentes disciplinas, carregando a ideia de que os sistemas interagem com seu entorno, (re)construindo formas de sobrevivência e manutenção de equilíbrio. Admitida a ideia de caos e perturbação, elevou-se a importância de um olhar para as transformações adaptativas, que exigem constante seleção e descarte e, por isso, acolhem uma relação permanente de ordem/desordem.

O pensamento sistêmico tradicional que, originalmente, contempla os sistemas vivos biológicos, ao pressupor unidades estruturadas abertas e permeáveis a afetações externas, indica o conceito de diferença como fundamental. Nesse sentido, todos os sistemas se diferenciam dinamicamente dos demais e, frente às perturbações externas, (re)elaboram diferenciações internas para dar conta de toda a complexidade que se apresenta. Segundo Curvello e Scroferneker (2008), a clássica relação parte-todo, que concebia os organismos como conjuntos formados por partes de funções separadas (parte em função do todo), é substituída por uma dinâmica de interfaces, em que as instâncias (partes) convivem em acoplamento estrutural sob o entendimento de que tudo o que realiza operações próprias é também sistema. Tais acoplamentos ou espaços de interface são marcados muito mais pelo ruído e pela irritação do que pelo equilíbrio e entendimento. O sistema, seja com seu entorno ou com as partes que o compõe, interage em relações de retroalimentação.

Como dissemos, o pensamento sistêmico tradicional, por suas origens, contempla sistemas vivos biológicos. No entanto, precisamos afinar a tradução de tal aporte para a ciência social e, especificamente, para a comunicação organizacional. Recorremos então à Capra (2002) e sua proposta de aplicação do pensamento sistêmico à vida social. Em primeiro lugar, o autor entende que precisamos manter a consideração – biológica – de que qualquer sistema vivo é constituído por forma, matéria e processo. A forma diz respeito a um padrão de organização autogerador. A matéria refere-se à estrutura dissipativa distante de equilíbrio. E o processo reconhece qualquer sistema vivo como sistema cognitivo autopoietico. Autogeração,

desequilíbrio e cognição autopoietica indicam que um sistema vivo é um sistema que aprende (CAPRA, 2002). No entanto, para levar a compreensão sistêmica à vida social, o autor afirma que é necessário acrescer o ponto de vista do significado a essas três instâncias. Afinal, para pensarmos na retroalimentação-reconstrução entre sistemas sociais, é preciso reconhecer a capacidade humana de elaboração e retenção de imagens mentais: “[...] a capacidade de reter imagens mentais nos habilita a escolher dentre diversas alternativas, o que é necessário para formação de valores e de regras sociais de comportamento” (CAPRA, 2002, p. 86). Para o autor, o acréscimo do ponto de vista do significado às características-base de um sistema vivo social implica em reconhecer a centralidade da comunicação, tendo em vista que é ela a responsável pela rede de trocas simbólicas e, conseqüentemente, pelas irritações nos acoplamentos inter e intrasistêmicos.

A partir de Capra (2002) e seu entendimento da sociedade como um sistema vivo em rede, Baldissera (2009c) defende que pensemos nas organizações como (sub)sistemas sociais vivos. Na qualidade de sistema vivo autogerador, a organização depende e tem seu comportamento influenciado pelo ambiente, mas não é determinada por ele. Justamente pela perspectiva da cognição e do significado, que permite que a organização escolha e absorva, a seu modo, as irritações de outros (sub)sistemas sociais. É dessa forma que a organização reduz a complexidade sistêmica que se apresenta: reagindo às perturbações, entre escolhas/descartes e, assim, aprendendo e se reorganizando.

Voltando às características-base de todo sistema vivo – forma, matéria e processo – Capra (2002, p. 87) as explica em relação ao contexto de um sistema vivo social: “[...] a cultura é criada e sustentada por uma rede (forma) de comunicações (processo) na qual se gera o significado. Entre as corporificações materiais da cultura (matéria) incluem-se artefatos e textos escritos, através dos quais os signos são transmitidos”. Essa perspectiva, que integra o ponto de vista do significado, ao mesmo tempo em que dá centralidade à comunicação como fator que possibilita a própria existência do sistema, confere também grande relevância à cultura. Sendo assim, para pensarmos em organizações como (sub)sistemas vivos sociais, precisamos refletir sobre os fenômenos culturais.

Para isso, partimos do conceito de cultura defendido por Geertz (2008, p. 15): “Acreditando, como Max Weber, que o homem é um animal amarrado a teias de significados que ele mesmo teceu, assumo a cultura como sendo essas teias [...]”.

Segundo ele, acolher a metáfora da cultura como teias de significados, que é essencialmente semiótica, implica uma análise cultural de cunho interpretativo. Isto é, a cultura não se resume a conjuntos de leis ou a padrões de comportamentos. Ela tem a ver com contexto e até pode ser descrita, desde que com densidade e previamente analisada de forma interpretativa.

A partir da ótica de Geertz (2008), compreendemos que a formação de uma cultura implica padrões de significados incorporados nas formas simbólicas, através de ações e manifestações verbais e não verbais de vários tipos, por meio das quais os indivíduos se comunicam e partilham experiências, crenças e concepções. Para Morin (2005, p. 19), “[...] a cultura institui as regras/normas que organizam a sociedade e governam os comportamentos individuais”. Mas isso somente acontece em função do aspecto cognitivo desse sistema vivo humano/sociedade, em especial a dimensão simbólica, através da linguagem. Assim como Geertz, o autor não enxerga a cultura como superestrutura, e nem mesmo como infraestrutura, em virtude da recursividade que caracteriza seus processos em que “[...] o que é produzido e gerado torna-se produtor e gerador daquilo que o produz ou gera” (MORIN, 2005, p. 19). Afinal, o ser humano constrói a cultura que, por sua vez, constrói seu conhecimento. A própria cultura gera conhecimentos que a regeneram. Por isso, a relação mútua cultura-sociedade. Logo, a cultura é (co)construtora de nossas realidades, em sua dinâmica organizada/organizadora.

De acordo com Morin (2005), a todo momento a cultura abre e fecha potencialidades/possibilidades de conhecimento. Abre ao oferecer e atualizar saberes acumulados, se fecha através da inibição/prescrição/impregnação de suas normas, regras e valores. A integração/formação sociocultural – e toda a sua atividade modelar – inicia, segundo o autor, já na primeira infância. Ele denomina “*imprinting*” cultural essa rápida impregnação de tabus, normas, valores, padrões sobre o indivíduo, geralmente sem muita possibilidade de retorno. Em seguida, a linguagem e a educação se encarregam de fortalecer ainda mais a atividade prescritiva. Mais tarde, outros espaços – como o do trabalho – continuam marcando espécies de “selos culturais”, nas palavras do autor.

Considerada a recursividade da cultura, Morin (2005) adverte que não podem ser observados apenas seus aspectos prescritivos, limitadores. Como foi dito, ela também abre possibilidades, de modo que o sujeito cultural não é apenas determinado. Devem ser consideradas as condições de mobilização/liberação que

permitem uma dimensão também autônoma desse sujeito. Para o autor, a heterogeneidade e transversalidade das culturas (que permite o encontro das diferenças) abrem brechas entre as normalizações do *imprinting*.

Nas organizações, entendidas como construções entre subjetividades, também se desenvolvem teias constituídas em hierarquias de estruturas significativas, que se exercem como força coercitiva-formadora nos indivíduos, ainda que não os determine. Essa força prescreve comportamentos, normatiza compreensões, impõe verdades e modelos a serem seguidos, procura dirimir dúvidas, indica limites a não ultrapassar e conceitos/ideias a esquecer. Dessa forma, “[...] a cultura de um grupo, em algum nível e de alguma forma, inocula-se nos sujeitos, maculando-os” (BALDISSERA, 2009c, p.9). Sobre o processo de formação de uma cultura organizacional, Baldissera (2009c) explica que, quando os indivíduos se articulam para constituir uma organização, é natural que ela se desenvolva a partir dos valores culturais oriundos dos grupos aos quais esses indivíduos pioneiros pertencem.

Nesse sentido, convocamos as ideias de Schein (2009)¹² acerca da influência dos líderes na formação da cultura organizacional. Segundo o autor, em grupos formais como as organizações, um ou mais indivíduos criam o grupo e tornam-se líderes. Esses fundadores, que trazem consigo suas crenças, valores e metas, de alguma forma, farão a imposição da sua cultura ao grupo que se desenvolverá. A primeira fase desse processo é justamente a seleção de outros indivíduos que carreguem concepções de mundo semelhantes. Ainda assim, Schein (2009, p.15) explica que não se trata apenas de simples imposição:

Podemos pensar nessa imposição como ato principal de liderança, mas ela, automaticamente, não produz cultura. Tudo que produz é confiança nos seguidores a fazer o que o líder lhes pede. Apenas se o comportamento resultante levar ao “sucesso” [...] as crenças e valores do fundador serão confirmados e reforçados e, mais importante, passarão a ser reconhecidos como compartilhados.

Dessa forma, segundo Schein (2009), o processo de formação da cultura organizacional se inicia por esse padrão de “suposições básicas compartilhadas”, que é resultado de experiências aprendidas pelo grupo a partir de situações-problema.

¹² Cabe destacar que, esse autor, ao conferir certo determinismo à atuação dos líderes nesse processo, segue uma linha de pensamento voltada ao paradigma funcionalista, que se afasta dos autores que utilizamos até então para refletirmos sobre cultura e cultura organizacional. Apesar disso, sem atribuímos centralidade a esse viés determinístico, a fim de nos mantermos na linha do pensamento sistêmico, recorreremos a algumas de suas contribuições que consideramos fecundas.

Tais pressupostos básicos, depois de considerados válidos, passam a ser ensinados aos novos membros em uma infinita tentativa de padronização e integração. Para o autor, tratam-se de valores inegociáveis da cultura do grupo.

Além das suposições básicas, que incluem crenças, percepções e sentimentos inconscientes assumidos como verdadeiros, Schein (2009) argumenta que há outros níveis de cultura nas organizações. Depois desse nível mais profundo, implícito e praticamente invisível, que tende a não ser confrontado e, por isso, é tão difícil de ser mudado, há os níveis das “crenças/valores” assumidos e dos “artefatos”. As crenças e valores assumidos explicitamente se referem ao que foi ‘validado’ socialmente e passam a ser orientados conscientemente, como uma espécie de guia. Esse é, segundo o autor, um nível intermediário, cuja visualização é mais possível. Já os artefatos são os fenômenos materializados, tais como linguagem, arquitetura, produtos, vestuário e histórias. Esse é, para Schein (2009), o nível mais fácil de ser observado. Entretanto, mesmo que o autor indique a maior visibilidade dos artefatos, não significa que será fácil decifrar elementos desse ou de qualquer outro nível da cultura de uma organização. Afinal, para todos os níveis, será necessária a interpretação dos significados existentes para que seja possível algum diagnóstico de ordem cultural.

Percebe-se que Schein confere maior atenção aos processos consensuais no que se refere à cultura organizacional. Afinal, “[...] os sistemas culturais têm que ter um mínimo de coerência, do contrário não os chamaríamos de sistemas” (GEERTZ, 2008, p. 28). No entanto, o mesmo Geertz (2008) nos lembra que o contextual-interpretativo, base da análise cultural, não pode reduzir-se à rigidez, separar-se do que acontece circunstancialmente. Conseqüentemente, a análise da cultura (organizacional) é por essência incompleta, não importa o seu grau de profundidade. Recorremos então novamente à Baldissera (2009a) para retornarmos à contínua (des/re)organização do (re)tecer cultural. Como vimos, o autor reconhece que parte dos sentidos possíveis são selecionados e inclinam-se a ter certa estabilidade, assumindo assim a forma de teia, materializados em valores, crenças, padrões, rituais, entre outras manifestações culturais. Apesar disso, ele alerta que, à medida que a organização ganha corpo, novos integrantes e públicos interagem e novas perturbações se apresentam ao sistema, de modo que se desenvolvem novas hierarquias significativas para além daquela influência inicial de seus fundadores. Sem esquecer que essa cultura organizacional – continuamente (re)tecida nas mais

diversas experiências – retroage e continua a tensionar as diferentes formações culturais de seus indivíduos, em um processo contínuo de retroalimentação.

Isso porque a metáfora das teias de significados reconhece a cultura como algo dinâmico e situacional. Aos poucos, a cultura se atualiza, visto que pode ser ressignificada a cada interação. Os sujeitos da(s) cultura(s), ao compartilharem a significação, ao colocarem os sentidos para circular, estão criando e perturbando a contínua reelaboração cultural. Baldissera (2009a, p. 149) explica que o sujeito, mesmo que preso às teias de significação, recebendo “prescrições e proscições sobre o que deve pensar e como deve agir no grupo e diante dos demais grupos socioculturais [...] tende a dialogar, disputar, usurpar, apropriar-se de e (re)criar esses lugares [...]”. Isso ocorre porque, constituídos por diferentes *imprintings* culturais (MORIN, 2005), os indivíduos inseridos em determinada cultura organizacional realizam interpretações desviantes de acontecimentos idênticos. Supera-se, assim, uma perspectiva esterilizante que condena o indivíduo a simples reprodutor da cultura. Deslocado da passividade e do determinismo, eles são entendidos também como (sub)sistemas vivos, produto e produtores culturais, envolvidos em contínuos processos de (des/re)organização (BALDISSERA, 2009a).

Ocorre que, em qualquer formação cultural, inclusive as organizacionais, existem nós e fios mais frouxos e outros mais resistentes nas teias hierárquicas de significados. Por isso, para Baldissera (2009a), é provável que os nós e fios mais frouxos (geralmente o que é periférico ou mais recente) sejam mais suscetíveis a perturbações e conseqüentes transformações se comparados aos nós mais apertados e fios mais resistentes, que constituem o que é central e que está mais enraizado, estabelecido.

Cabe pensarmos que os fios e nós culturais mais frouxos não se manifestam apenas nas lógicas fragmentárias dos indivíduos (CERTEAU, 2013). Afora as verdadeiras fugas dispersivas em relação à cultura organizacional homogeneizante, não podemos esquecer que a organização é tensionada por outras manifestações culturais desviantes, para além das bricolagens de seus membros. Nesse sentido, Baldissera (2009c, p. 13) nos lembra que “[...] a organização é um subsistema sociocultural, articulado a outros sistemas, subsistemas e microssistemas”. Para o autor, é natural a articulação entre a tessitura de significados e a interdependência sistêmica, seja no que diz respeito às interações entre cultura organizacional e

sujeitos-membros com formações culturais próprias, seja entre cultura organizacional e culturas de entorno.

Sobre o encontro e articulação entre cultura organizacional – entendida como teia(s) de significados do subsistema organização – e culturas dos sistemas de entorno da organização, Baldissera (2009c) aponta uma dinamicidade tensional entre duas teias de significados: a dos idealizadores ou realizadores (membros da organização) e a do grupo ou meio que a organização se insere. Assim que se insere em determinado grupo ou meio (seja uma localidade ou um ramo de atividade), é normal que os sistemas que compõem esse meio iniciem a atividade de irritação/perturbação, em encontros e afetações de diferentes intensidades, nos acoplamentos que se configuram entre organização e esses outros atores.

Essa transversalidade de sentidos manifestada nos acoplamentos intersistêmicos, se não é determinante para a cultura organizacional, irrompe diferentes níveis de desordem na organização, forçando-a a se reorganizar. Para Baldissera (2009c), é natural que a organização se movimente em direção à aproximação/colaboração frente às perturbações oriundas das culturas de entorno, visto que é característica do sistema vivo a dependência em relação ao meio (mesmo que resguardada sua autonomia). Contudo, à medida que se desenvolve no meio em que está inserida, amadurecendo suas relações e instituindo-se como modelo ou referência, a organização começa a equilibrar e até mesmo a neutralizar o fluxo de perturbações e, por sua vez, também passa a perturbar as culturas de entorno, motivando-as a seguir seus padrões de comportamento e valores. Segundo o autor, “[...] quanto mais capital simbólico a organização construir/detiver, mais provavelmente se exercerá como poder sobre o entorno sociocultural (BALDISSERA, 2009c, p. 12). Então, se no início do processo de articulação, é provável que as culturas das comunidades/públicos/atores do entorno perturbem a cultura organizacional na tentativa de envolvê-la em suas teias de significados, com o passar do tempo e o amadurecimento da organização no ambiente em termos de capital simbólico, é a cultura organizacional que passa a ‘invadir’ outros domínios.

As questões que expomos até aqui, neste subcapítulo, convocadas do pensamento sistêmico e dos estudos da cultura e cultura organizacional, servem de base para que apresentemos a perspectiva da comunicação organizacional que

orienta este estudo. Trata-se da noção proposta por Baldissera (2009a)¹³, que acolhe todos esses aportes explorados. A partir de uma perspectiva orientada pelo Paradigma da Complexidade de Morin, o autor assume a comunicação organizacional como “processo de construção e disputa de sentidos no âmbito das relações organizacionais” (BALDISSERA, 2009a, p.158). Como podemos observar, essa concepção reconhece a centralidade do aspecto relacional (e seus fluxos multidirecionais de sentidos), que orienta o processo comunicacional, de modo que está além dos espaços físicos delimitados ou dos setores planejados, não limitada à fala autorizada.

Uma abordagem que considera o sujeito como força em disputa claramente reconhece que a comunicação se atualiza no acontecer. Baldissera (2009a) diz que a comunicação organizacional não é da ordem do pressuposto, justamente porque tais sujeitos-força, a todo momento, podem rever e rearticular estratégias. Esse sujeito-força configura-se como agente desorganizador/(re)organizador da comunicação organizacional.

A reboque de um pensamento que contempla sujeitos-força (ao mesmo tempo construtores e disputantes de sentidos), a ideia do conflito é recuperada. Desvalorizado por muito tempo em virtude da preponderância do modelo comunicacional linear e de efeitos programados, o conflito começa a ser pensado como produtivo para as organizações, estimulado pela virada paradigmática que cede espaço à complexidade do fenômeno comunicacional. As organizações contemporâneas, ao admitirem aspectos para além do controle e da persuasão, passam a reconsiderar a ideia do conflito, em direção à negociação. Segundo Baldissera (2009a), superar o modelo de linearidade implica em admitir o tensionamento e a dispersão – elementares à lógica do conflito – e não apenas o consenso e a colaboração.

¹³ Sobre as diversas concepções apresentadas sobre a comunicação organizacional, Baldissera (2009a) adverte que circulam muitas abordagens que a reduzem ao linear e ao previsível, superestimando a instância emissora. Ao mesmo tempo, ele sinaliza que há muita fertilidade na produção científica atual, em geral alinhada com as compreensões de comunicação que valorizam seu caráter de complexidade. Outro aspecto apontado pelo autor é em relação aos diferentes olhares sobre a comunicação organizacional, que produzem caminhos interessantes de investigação, mas que, ao mesmo tempo, correm o risco de dar ênfase excessiva a alguns aspectos (psicológico, informativo, educativo, cultural) e, conseqüentemente, reduzir um todo complexo a fim de atender respostas rápidas (exigidas pelos próprios campos de saber e, principalmente, pelo mercado), formulando noções “[...] aparentemente boas o suficiente para atender demandas específicas, localizadas” (BALDISSERA, 2009a, p. 157).

Oliveira (2009) se aproxima dessas questões ao apresentar uma noção da comunicação organizacional a partir da interação negociada entre organização e públicos que afetam/são afetados por ela. Para a autora, interfaces se configuram, por meio de trocas simbólicas/práticas referentes à organização, promovendo a interlocução entre diferentes agentes sociais, que podem ou não fazer parte da organização. Também orientada pelo aspecto relacional, que encaminha um olhar para argumentação-troca-diálogo, ela procura entender as forças em disputa – organização e públicos – a partir da ideia de um espaço comum como condição de negociação, em que diversas variáveis se apresentam entre a busca de legitimidade materializada pela organização e a possibilidade ou não de aceitação/reconhecimento de seus públicos.

Então, se a organização é entendida como construção social entre sujeitos-força e estes promovem uma multidirecionalidade-transversalidade de fluxos de sentidos, fica evidente que a comunicação organizacional acontece independente da vontade da organização. Aprofundando o aspecto relacional, para além da interação direta organização-públicos em busca de legitimidade-reconhecimento, Baldissera (2009b) defende a existência de três dimensões, tensionadas e interdependentes, que constituem a complexidade de fluxos da comunicação organizacional: a “organização comunicada”, a “organização comunicante” e a “organização falada”. Essa perspectiva reforça o olhar complexo para a dinamicidade organizacional, que se afasta do equilíbrio e admite fatores como a incerteza, a interdependência sistêmica e a recursividade. Afinal, como foi dito, a comunicação organizacional não está limitada ao que é de ordem formal, planejado, autorizado, organizado.

A primeira dimensão, da “organização comunicada”, contempla o dizer de si planejado e autorizado que, em geral, procura sempre coerência. Aspectos identitários são selecionados e visibilizados, vislumbrando formações positivas de imagem-conceito. Se considerarmos o mercado e, conseqüentemente, o senso comum, bem como a literatura técnica e parte da produção científica, veremos que essa dimensão em específico é o que normalmente se entende por comunicação organizacional, em virtude das lógicas do capital que arrastam os modos de pensar em direção à supervalorização dos aspectos planejados e mensuráveis. Comunicação, na lógica do mercado, precisa se mostrar tangível e, por isso, a dimensão da “organização comunicada” geralmente está tomada pelo autoelogio. Como exemplos de manifestações da organização comunicada, as ações de relações públicas,

campanhas publicitárias, a produção de notícias sobre a organização, o conteúdo do site e mídias sociais oficiais, entre outros.

A dimensão da “organização comunicante”, por sua vez, contempla e complexifica a dimensão anterior: “Atenta-se para todo e qualquer processo comunicacional que se atualiza quando, de alguma forma e em algum nível, qualquer sujeito (pessoa, público) estabelecer relação com a organização” (BALDISSERA, 2009b, p. 118). Nela são englobados, além de todos os processos referentes à “organização comunicada”, os processos que fogem à formalidade, mas que constituem relações diretas da organização com diferentes sujeitos. Ou seja, mesmo que a organização oficialmente não queira comunicar ou mesmo que não haja conhecimento da gestão, qualquer interação comunicativa entre organização e públicos são assumidas como comunicação. Como exemplo, um maçom que, em uma negociação com prestadores de serviço (indivíduos não iniciados), inicia uma conversa informal e aborda algumas curiosidades sobre a ordem.

Por último, a “organização falada” contempla os processos relacionais indiretos. Interações comunicativas que ocorrem para além dos espaços oficiais da própria organização (de interação face a face ou virtual), mas que contém falas que têm a organização como seu referente. Como exemplo, aqui caberiam as conversas e especulações de familiares sobre as atividades que um membro da família iniciado desenvolve na maçonaria. Ou mesmo postagens de atores individuais não iniciados em mídias sociais (que não sejam perfis ou páginas da organização). Em relação aos processos dessa dimensão, Baldissera (2017) afirma que a organização não tem qualquer controle, o que não significa que não tenham relevância e não possam ser pensados de forma estratégica, em virtude da importância de seu acompanhamento.

Embora os públicos sejam fundamentais para os processos de comunicação organizacional das três dimensões, no âmbito da organização falada sua relevância é ainda maior. Nesse sentido, tendo em vista as interações da maçonaria que analisaremos adiante, importa dizer que os públicos não se resumem a outras organizações específicas, pois, como falamos, tudo o que realiza operações próprias pode ser considerado sistema (social). Então, sob a lógica do pensamento sistêmico, acionamos a noção de Henriques (2012) acerca do processo de formação de públicos, que envolve quatro aspectos fundamentais: afetação, controvérsia, virtualidade e performance. Desses aspectos, salientamos a questão da afetação relacionada à definição de um agrupamento como público. De acordo com o autor, um público será

conformado por aqueles que se sentem afetados por consequências (in)diretas de alguma ação de cunho privado (como um posicionamento oficial de uma organização, por exemplo), pois o reconhecimento dessas consequências faz nascer um interesse comum. De acordo com o autor, a afetação pode emergir a qualquer momento, provocada por diferentes motivações: “quer pela nossa própria experiência ou contato pela experiência de outro com o qual nos identificamos, quer por tomarmos ciência de algum acontecimento que nos faz defrontar com o problema (pela mídia, por exemplo)” (HENRIQUES, 2012, p. 8). Isto é, quando pensamos na interação negociada entre organização e públicos que afetam/são afetados por ela (OLIVEIRA, 2009), não podemos resumir a sistemas mais robustos, mas consideramos qualquer processo de mobilização de públicos (HENRIQUES, 2012), desde movimentos que partem de organizações, até ações articuladas de atores sociais individuais.

Insistimos sobre o aspecto transversal das três dimensões a fim de conferirmos a devida importância à heterogeneidade de fluxos de sentidos que se atualizam nas interações comunicativas organizacionais, em um verdadeiro regime de interfaces. À fala oficial se misturam as especulações, boatos, conversas de corredores, comentários nas mídias sociais. Encontros que atualizam os sentidos construídos e disputados referentes à organização e que seguirão circulando, sem necessária dependência àquele dar-se a ver planejado. Essa compreensão da comunicação organizacional de Baldissera (2017, p. 82), sob um viés relacional, como “[...] fluxos de sentidos, de diferentes ordens e qualidades, sobre os quais os sujeitos em interação se exercem para (re)construí-los e disputa-los [...]”, pressupõe a valorização do pensamento sistêmico e, conseqüentemente, da abordagem cultural.

Ambos os aportes (sistêmico e cultural), ao compartilharem um ângulo de entrada que privilegia o aspecto do significado, podem ser acionados sob uma perspectiva interacional. Seja pela cognição significativa dos sistemas vivos sociais, ou pelo emaranhado de teias simbólicas, estamos falando em negociações de sentidos e diferenças. Construções significativas postas em movimento, bem como as devidas disputas nas manifestações de poder dos sujeitos/organizações-força. E, nesses encontros, as negociações entre sistemas socioculturais são travadas seguindo e reconstruindo códigos transversais diversos, ao mesmo tempo em que são acionados (e também reconstruídos) dispositivos interacionais específicos que viabilizam as relações de interface. Qualquer sistema vivo sociocultural (sociedade,

organização ou sujeito) pressupõe a comunicação como condição de sua existência e sobrevivência.

Estabelecidas as bases que orientam nossa perspectiva da comunicação organizacional, ao considerarmos nosso objeto de pesquisa à luz do interacionismo simbólico, uma lacuna ainda se apresenta. A especificidade da organização em análise, que carrega um caráter educativo e natureza associativa bem peculiares, conforme exibimos anteriormente, impõe que reflitamos sobre sua dimensão instituinte. Afinal, a maçonaria, em relação aos seus iniciados e mesmo aos demais públicos, institui uma forma particular de sociabilidade. Essa dimensão, que atravessa de alguma forma todo tipo de organização, é muito intensa na ordem maçônica e, por isso, solicita maior atenção.

3.2.2 A dimensão institucional

As ideias de Goffman (2002) acerca das representações, as quais abordamos em capítulo anterior, são as principais influências interacionistas que nos movem em direção à dimensão institucional. Como dissemos, em que pese o fato deste estudo estar posicionado como uma pesquisa do (sub)campo da comunicação organizacional, acreditamos que o âmbito institucional mereça atenção no processo investigativo, tendo em vista a especificidade do objeto com o qual lidamos. Ao instituir um modo de ser intrínseco, moldado por uma forma associativa também peculiar e por uma intensa atividade formativa (lembramos da busca contínua pelo aperfeiçoamento pessoal), a maçonaria parece se posicionar no âmbito das grandes instituições, tais como a instituição religiosa, a instituição militar, dentre outras. Aqui não estamos falando de importantes organizações, mas dos modos de sociabilidade que permeiam essas e outras organizações. Assim, o objetivo para esta seção é compreender como o domínio institucional se relaciona com o organizacional.

Para isso, primeiramente necessitamos compreender como se dá o processo de institucionalização. Berger e Luckmann (2004, p. 78) nos auxiliam, explicando que tudo começa com a ideia de hábito: “O hábito fornece a direção e a especialização da atividade que faltam no equipamento biológico humano [...] oferecendo um fundamento estável no qual a atividade humana pode prosseguir [...]”. Dessa forma, as ações habituais tornam desnecessários grandes tensionamentos para as definições de cada nova situação vivida pelo indivíduo.

À medida que ganham estabilidade, isto é, sucesso perante definições de situação, as ações habituais são, nas palavras dos autores, “tipificadas”. No momento em que tais tipificações são compartilhadas, acessíveis a um grupo de indivíduos, elas se tornam instituições. Desse modo, o hábito precede qualquer processo de institucionalização, visto que este ocorre sempre que há “[...] uma tipificação recíproca de ações habituais por parte dos atores” (BERGER; LUCKMANN, 2004).

Próximo a essa abordagem, Braga (2018, p. 294) define a instituição social como “[...] um conjunto de regras socialmente compartilhadas (instituídas), com alguma estabilidade no tempo, que organizam as atividades sociais [...]”. Segundo ele, no decorrer de uma institucionalização, valores, comportamentos, ideias e práticas se consolidam de acordo com as lógicas conformadas no próprio processo. O autor ainda alerta que as instituições não podem ser simplificadas como a origem das regras sociais. Elas devem ser consideradas como resultado da procura por determinadas soluções para problemas/situações que os indivíduos se defrontam em sociedade.

Ao discorrer sobre as instituições já compartilhadas e estabelecidas, Bourdieu (2008, p. 99) afirma que “[...] instituir é consagrar, ou seja, sancionar e santificar um estado de coisas, uma ordem estabelecida”. Quando se institui algo, ao mesmo tempo se faz conhecer e reconhecer. Dessa maneira, o que foi instituído passa a existir como uma diferença social, conhecida e reconhecida por um determinado grupo. No caso das identidades, por exemplo, o autor explica que a instituição de títulos, estigmas ou nomenclaturas especiais se trata da imposição de uma essência social. O processo de institucionalização faz com que os outros saibam quem é o indivíduo e, ao mesmo tempo, faz o indivíduo se comportar de acordo com o que a instituição lhe atribuiu. Conferir uma essência, definição, competência social faz da instituição algo indicativo e imperativo, que atribui características e, da mesma forma, impõe limites.

Uma das consequências básicas dos ritos de instituição, de acordo com Bourdieu (2008), é separar os que passaram pela experiência ritual dos que não foram contemplados. Dessa forma, uma diferença duradoura é instituída. O rito reconhece e legitima um limite entre esses diferentes. E, ainda segundo o autor, o mais relevante nunca é o rito em si, mas a própria divisão que ele institui, que expressa quem é passível ou não de passar por determinada experiência. Por um ato de constituição, o rito declara (e institui socialmente) uma diferença que já existia. Além de atualizar as subjetividades em uma espécie de notificação de ‘nova’ identidade, o rito de instituição, por meio da ação de sua ‘fronteira mágica’ constituída, não apenas protege

um domínio dos ‘invasores’ ilegítimos, mas impede que os próprios iniciados abandonem suas posições no grupo.

Mesmo sem dar enfoque às questões que envolvem os ritos de instituição, Berger e Luckmann (2004) também falam sobre essa ‘diferença’ que é instituída nos indivíduos. Pelo ângulo de entrada das tipificações, os autores explicam que, no processo de institucionalização, não apenas as ações, mas os próprios indivíduos são tipificados, visto que “[...] ações do tipo X serão executadas por atores do tipo X” (BERGER; LUCKMANN, 2004). Essas tipificações, instituídas nos indivíduos e que os diferem de outros, passam a influenciar as tentativas de projeção de impressões. Vejamos o seguinte trecho:

Logo que A e B entram em ação comum, qualquer que seja a maneira, produzir-se-ão rapidamente tipificações. A observa B executar. Atribui motivos às ações de B e, ao ver repetirem-se as ações, tipifica os motivos como recorrentes. [...] No curso de sua interação estas tipificações serão expressas em padrões específicos de condutas. Isto é, A e B começarão a desempenhar papéis vis-à-vis um do outro. (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 82).

A explicação de Berger e Luckmann (2004) se aproxima da perspectiva interacional de Goffman (2002), de um jogo de projeções e adequações. Se assumirmos como pressuposto que os indivíduos sempre tentam obter informações a respeito uns dos outros, ou recorrem a informações que já possuem para definirem situações interacionais (GOFFMAN, 2002), podemos considerar que as tipificações – dos hábitos e dos próprios indivíduos (BERGER; LUCKMANN, 2004) – irão auxiliar no cálculo da melhor forma de atuação.

Assim, importa salientar que o processo de institucionalização também envolve a previsão das ações do outro, com a finalidade de minimizar o tensionamento do jogo de impressões. Afinal, quando o ‘outro’ e sua ação habitual são tipificados, isto é, institucionalizados, suas projeções tendem a não serem mais fontes de espanto, risco ou estranheza, pois seu comportamento é recorrente.

Além da tipificação e do compartilhamento dos hábitos, o processo de institucionalização implica, segundo Berger e Luckmann (2004), historicidade e controle. A historicidade tem a ver com a necessidade de uma construção duradoura, enquanto o controle implica a manutenção de padrões pré-definidos de conduta. Esses dois aspectos devem ser pensados de forma conjunta, pois, durante o processo histórico de desenvolvimento de uma instituição, mecanismos de controle são demandados no intuito de mantê-la e/ou fortalecê-la. Mesmo que, com o passar do

tempo, as instituições adquiram cada vez mais um caráter de objetividade, sendo acionadas de forma mais espontânea e com tendência à cristalização, elas sempre são suportadas por maquinarias coercitivas. Bourdieu (2008, p. 98) explica o porquê da necessidade do controle, chamando a atenção para o fato de que a “[...] instituição consiste em atribuir propriedades de natureza social como se fossem propriedades de natureza natural [...]”. Logicamente, inovações sociais demandam a formação de novos hábitos, assim como as diversas instituições se cruzam e se afetam mutuamente na vida social e, dessa forma, o processo de institucionalização permanece em constante expansão e aperfeiçoamento.

Berger e Luckmann (2004) enfatizam a transmissão do saber institucional, inclusive de forma geracional, como importante elemento cristizador. Os saberes institucionais, seja na forma de histórias, rituais ou comportamentos, na maioria das vezes antecedem o próprio indivíduo e, mesmo que não estejam disponíveis como experiências da memória subjetiva, agem de forma coercitiva. A atividade objetivada pode ser seguida sem a necessidade de que o indivíduo ‘compreenda’ a instituição, pois ela se apresenta como algo já posto e imutável. De acordo com os autores, há um nível primário de conhecimento de uma instituição, em que há um conjunto de máximas, crenças, princípios, como uma receita, que indica os comportamentos institucionalmente adequados. Mais uma vez próximos a Goffman (2002), afirmam que esse conhecimento constitui uma dinâmica motivadora da construção e manutenção de papéis a serem desempenhados: “[...] aprendido como verdade objetiva no curso da socialização, interiorizando-se assim como verdade subjetiva. Esta realidade por sua vez tem o poder de configurar o indivíduo” (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 95). Para exemplificarmos alguns dos saberes que são internalizados a partir de uma transmissão regulatória, recorreremos a Sodré (2018), que nos lembra dos discursos presentes na escola, nas religiões e na família. Para ele, a principal função pedagógica do saber institucional é a aglutinação dos membros de determinado grupo social: “O saber da instituição é tanto ideia como vinculação e comportamento [...] implicam o levar-se a si mesmo ao encontro (‘com’) de um comum” (SODRÉ, 2018, p. 285).

Se, por um lado, o conhecimento institucional é passado com base no “ouvir dizer” (BERGER; LUCKMANN, 2004), a complexidade das relações humanas exige, além das sanções, elaborações de outras fórmulas certificadoras para que novas gerações sejam convencidas. Para que a cada compartilhamento de tipificação a

instituição permaneça com seu status de solução a um determinado problema (BERGER; LUCKMANN, 2004) ou de regras que cumprem suas promessas (BRAGA, 2018), se faz necessária uma dimensão educacional mais ampla que a dinâmica coercitiva. Daí, uma série de fórmulas institucionais facilmente apreensíveis são disponibilizadas aos integrantes do grupo. Dessa forma, o ator não apenas segue a conduta tipificada sob risco de sanção, mas se identifica com determinado desempenho. Os indivíduos institucionalizados – de forma educativa – passam a ser identificados como ‘tipos’ e não como subjetividades, pois, conforme Berger e Luckmann (2004, p. 103), “as instituições incorporam-se à experiência do indivíduo por meio dos papéis”. Segundo os autores, é com a representação dos papéis sociais (tipos) que a instituição pode, de fato, se manifestar na concretude. Sendo assim, os papéis sociais são grandes responsáveis pela estabilidade das instituições.

A questão dos papéis sociais institucionalizados fica evidente na exemplificação de Bourdieu (2008) em relação à linguagem institucional que, segundo ele, é revestida de uma autoridade que ‘vem de fora’. A linguagem institucional autorizada, como a fala oficial do porta-voz, representa um determinado papel e, assim, o materializa. Por isso, o autor a define como um poder delegado, pois o uso da linguagem institucional depende da posição social do locutor. Dessa forma, ela precisa ser, além de compreendida, reconhecida no que diz respeito ao seu uso legítimo (quanto ao indivíduo, situação e forma). A linguagem autorizada, assim como tudo o que está ligado aos comportamentos institucionalizados e que é internalizado no indivíduo, tem maior efeito sobre a consciência dos indivíduos acerca da posição que a instituição lhe concede do que qualquer signo exterior (uniformes, insígnias, medalhas, entre outros artefatos).

Bourdieu (2008) afirma que, para que um grupo prático se torne um grupo instituído, é preciso que se construam propriedades distintivas em relação a outros grupos. Nesse contexto, estão tanto elementos simbólicos interiorizados (condutas) quanto exteriorizados (artefatos). Essa classificação, além de caracterizar o que é instituído, deve anular o que (e quem) não é pertinente às tipificações compartilhadas.

Retomando a abordagem de Goffman (2002) acerca dos papéis sociais, é pertinente regressarmos ao seu conceito de “equipe de representação”, que se refere à cooperação de indivíduos na encenação de uma rotina particular. Como vimos, há interdependência entre membros de uma equipe para que a encenação de uma representação seja bem sucedida, tanto para a percepção dos próprios atores-

integrantes quanto das plateias-públicas. Se pensarmos no compartilhamento de tipificações habituais em repetidas interações de um grupo no decorrer do tempo, podemos entender que os integrantes de uma equipe, ao cooperarem para a manutenção dos papéis uns dos outros no contexto do grupo são, muitas vezes, atores e plateia do 'espetáculo' da institucionalização. Logo que assumem uma posição na equipe e têm contato com o saber institucional, os integrantes passam a cooperar em representações que fortalecem o processo de institucionalização.

A maior parte da construção e manifestação das instituições se dá em grandes coletividades. Assim, podemos entender que as organizações são os espaços mais propícios para esse desenvolvimento. Braga (2018) nos lembra que, frequentemente, o senso comum confunde os âmbitos institucionais e organizacionais. Ele entende que isso ocorre pelo fato de a maioria dos processos de institucionalização ocorrerem ou se formalizarem em ambientes organizacionais. A dimensão simbólica da instituição não é a mais lembrada, ao passo que a operativa, geralmente manifestada nas organizações, é a principal referência. Nesse sentido, Sodré (2018) sugere uma diferenciação básica: a regulação de condutas em âmbito institucional não carece de finalidades prévias estritas, ao passo que as organizações são definidas por regulações de finalidades objetivas/específicas comuns – endógenas ou exógenas, conforme abordamos na seção anterior. Dessa forma, a instituição pode ter uma gênese espontânea, enquanto a organização necessita de deliberação racional.

Outra característica peculiar ao processo de institucionalização, de acordo com Berger e Luckmann (2004), é a questão da legitimação. Como uma espécie de objetivação de segunda ordem (a primeira é a própria tipificação/partilha de hábitos), a legitimação tem função integradora, no sentido de conferir plausibilidade ao que já foi objetivado. Em outras palavras, procura dar sentido à ordem institucional. Os autores explicam que a legitimação não se faz necessária na institucionalização primária porque a tipificação é evidente aos pertencentes ao grupo em que se inicia um processo institucional. Ela é essencial quando entra em questão a passagem do saber institucional a outros grupos e/ou gerações, visto que o que era evidente aos precursores, não está acessível à memória dos novos. Procurando o reconhecimento subjetivo de outros indivíduos, a legitimação é fundamento importante do processo educativo institucional envolvendo, principalmente, os aspectos explicativo (tradições) e justificativo (conferência de dignidade normativa): "A legitimação não apenas diz ao

indivíduo por que deve realizar uma ação e não outra; diz-lhe também porque as coisas são o que são.” (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 129).

A legitimação, de acordo com Berger e Luckmann (2004), pode ocorrer em diferentes níveis, desde o mais básico (que tem a ver com as objetivações linguísticas em qualquer interação humana), passando por um segundo nível ligado às lendas e outras narrativas populares, até chegarmos ao nível em que um corpo de saberes institucionais teorizado, composto por diferentes referenciais para determinadas condutas, é transmitido a novos grupos. Nesse terceiro caso, muitas vezes tal conhecimento é confiado a especialistas, em virtude de sua complexidade, e repassado a outros indivíduos apenas em processos de iniciação formais.

Mas os autores indicam ainda um quarto nível de legitimação, o dos universos simbólicos. Mesmo que construídos a partir de objetivações sociais, os universos simbólicos constituem-se em grandes corpos de tradição teórica – que integram diversas áreas de significação – que ultrapassam a vida social concreta. Eles conferem sentido às apreensões subjetivas porque integram experiências de realidades distintas. Dessa forma, um universo simbólico confere segurança ao desempenho dos papéis sociais, como um legitimador final do processo de institucionalização.

O universo simbólico fornece uma integração unificadora de todos os processos institucionais separados. A sociedade inteira agora ganha sentido. Instituição e papéis particulares são legitimados por sua localização em um mundo compreensivelmente dotado de significação (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 82).

Percebemos que, seja qual for o nível de legitimação, sua função integradora tem como objetivo manter a ordem institucional, contra quaisquer perturbações caóticas. No entanto, vimos que o processo institucional está em permanente reconstrução, em virtude das experiências humanas que se cruzam e das inovações sociais geradas por esses encontros. As inquietações à ordem institucional são, em perspectiva sistêmica, inevitáveis e, por esse motivo, os universos simbólicos são constituídos por ordem e desordem. Berger e Luckmann (2004) afirmam que nenhum indivíduo assimilará um universo simbólico, ou até mesmo qualquer processo de institucionalização, exatamente da mesma maneira que outro, o que reforça a ideia de reconstrução. Ademais, eles argumentam que pode haver versões consideravelmente divergentes na interpretação dos universos simbólicos, que inclusive podem ganhar corpo e se tornar processos paralelos, ameaçando a unidade

teórica do universo simbólico de origem e a própria ordem institucional. Os autores ainda reforçam que, mesmo nesse quarto nível de legitimação, há mecanismos de controle – nesse caso conceituais – que procuram conservar o universo simbólico constituído.

Essa tendência à cristalização, que acompanha o hábito, a institucionalização e a conformação dos universos simbólicos, impulsiona uma espécie de limitação da flexibilidade das ações humanas (BERGER; LUCKMANN, 2004). As instituições tendem à conservação, sendo que, quanto maior o nível de abstração no processo legitimador, mais distante das inquietações caóticas elas ficarão. Podem perdurar até mesmo quando parecem perder sentido aos espectadores externos. Para Berger e Luckmann (2004), as instituições não enfrentam problemas quando o olhar externo a segrega como definição divergente da realidade. Segundo eles, as perturbações ocorrem quando esse olhar ‘estrangeiro’ ganha terreno dentro do domínio institucional.

Assim, a dimensão institucional que, como dissemos, está presente em qualquer âmbito organizacional, emerge como importante ponto de discussão na pesquisa, tanto pelo fato do enraizamento de uma determinada forma de sociabilidade impulsionada pelo processo de institucionalização, que afeta, por exemplo, a gestão da (in)visibilidade nas definições de situação, quanto pelas perturbações que o institucional sofre oriundas de outros universos simbólicos, ou mesmo de atores ‘internos’ que não assimilam da maneira esperada o processo de institucionalização. Ambos os vieses encaminham questões em direção à problemática organizacional, pois se aproximam, por exemplo, dos aportes da cultura e das relações de poder.

Importa dizer, ainda, que esses dois ângulos de entrada acerca da dimensão institucional ressaltam a importância do aspecto simbólico. No primeiro, o processo de institucionalização – da tipificação do hábito até a legitimação – tem a significação como elemento central. E, no segundo, a disputa entre instituições, ou mesmo entre universos simbólicos, que implica diferentes visões de ‘como fazer’ ou da própria realidade é, antes de tudo, uma disputa de sentidos. Isso ocorre tanto com os indivíduos que promovem estratégias desviantes para com o saber institucionalizado, quanto com os que não têm (originalmente) acesso às tipificações compartilhadas e, mesmo assim, conferem um mínimo sentido às experiências institucionalizadas com as quais não tiveram contato direto.

Ocorre que, nos processos de institucionalização da forma de sociabilidade maçônica, que tipifica indivíduos e os difere de outras instituições e universos simbólicos, há um elemento especial: o segredo. Com uma intensa carga simbólica, o segredo permeia o processo de institucionalização maçônico, assim como afeta as dinâmicas organizacionais, fomentando muitas significações, dentro e fora dos limites da organização. À vista disso, e levando em conta especialmente as atribuições de sentido 'exteriores', que estão além da experiência concreta imediata, percebemos a necessidade de adensarmos a discussão sobre o que é da ordem do simbólico, avançando em direção aos aportes do imaginário.

4 IMAGINÁRIO, SIMBOLISMO E SEGREDO

Conforme abordamos desde a introdução, a maçonaria instiga a curiosidade em diferentes públicos, em virtude de sua trajetória ligada ao segredo. Artefatos incomuns, iniciados que valorizam o caráter secreto, reuniões fechadas, são todos elementos que, dentre outros, reforçam o ar de ocultismo e inspiram diferentes especulações acerca da ordem maçônica, fomentando a ‘aura’ que envolve a organização.

Por conseguinte, o segredo impossibilita que se considere os sentidos criados sobre a maçonaria apenas sob o viés do conhecimento de orientação racional. Ao longo do tempo, a carência de interações entre maçons e não iniciados dentro dos domínios da organização contribuiu para que grande parte do que se construiu em torno dos ‘segredos maçônicos’ não tenha a ver somente com o *logos*. Afinal, não se trata de um acesso natural e direto a esse meio, visto que raramente há qualquer empiria para os que estão fora desse domínio de experiência. As disputas de sentidos que envolvem a maçonaria abrangem, em grande parte, elementos do imaginário. O que não significa que esses sentidos construídos estejam limitados à fantasia, à ficção ou à invenção. O que pretendemos, aqui, é explorar as afetações do imaginário, essa faculdade humana pré-existente à racionalidade consciente, sobre o conteúdo produzido em referência à maçonaria.

4.1 Notas sobre a noção de imaginário

A definição do que é o imaginário é, de fato, imprecisa. Se consideramos o uso do termo fora do âmbito científico, multiplicam-se as ambiguidades. Silva, J. (2003) defende que existe um certo fascínio pela palavra “imaginário”, antes restrita ao mundo acadêmico, mas que finalmente invadiu o espaço das mídias e se tornou expressão corriqueira – e muitas vezes banalizada – no senso comum. Em uma tentativa de esclarecimento do conceito, o autor propõe uma abordagem mais ampla que a definição de imaginário como um simples conjunto de imagens. Para ele, trata-se de uma rede etérea e movediça de valores e sensações partilhadas, concreta ou virtualmente. Barros (2014) se aproxima dessa abordagem ao indicar uma concepção de imaginário como sistema organizador de imagens caracterizado pelo dinamismo

que as conecta entre si: “o imaginário não é uma coleção de imagens somadas, mas uma rede onde o sentido se encontra na relação” (BARROS, 2014, p. 52).

Tais afirmações, que procuram evitar reducionismos, nos deixam clara a ideia de que o imaginário não se restringe a criações da fantasia. No entanto, muitos autores concordam com a dificuldade – e até mesmo com a impossibilidade – de uma definição precisa. Ruiz (2003) argumenta que, por ser tratado na maioria das vezes como subproduto da racionalidade, como o “coadjuvante da verdade”, nenhuma explicação racional poderá dar conta da complexidade do imaginário. Para ele, trata-se de algo que só pode ser descrito, seja por suas manifestações seja por seus efeitos. Assim, somente é possível uma aproximação, sem a pretensão de uma definição. Da mesma forma, Silva, J. (2003) reconhece que o imaginário apenas possibilita que sejam descritas suas manifestações, existindo como irrupção. E, nesse sentido, Barros (2014) defende que, na qualidade de sistema organizador de imagens, o imaginário só se revela através de um desvelamento de suas ‘regras do jogo’, especialmente no que se refere à sua potência mitogênica.

Reconhecendo a dificuldade de uma definição conceitual, seguimos a proposta de Ruiz (2003) para a compreensão do imaginário, que é aprofundar suas relações com o que chamamos de ‘concreto’. O autor entende o imaginário como fluxo indômito e criador de sentidos e representações, característica singular da nossa psique. Uma indeterminação radical, força criadora incontável que emerge do “sem-fundo”¹⁴ humano para construir constantemente imagens de mundo e, dessa forma, possibilitar a novidade sócio-histórica.

Esse aspecto insondável, elemento criativo chamado de “sem-fundo humano” por Ruiz (2003), tem a ver com o que vem sendo chamado, desde Freud, de inconsciente. Durand (2001) recorda que, durante o apogeu do cientificismo racionalista – que, de certa forma, se arrasta até os dias atuais –, os bastiões da resistência dos valores do imaginário foram o Romantismo, o Simbolismo e o Surrealismo. Movimentos que, na arte ou na ciência, proporcionaram uma recuperação positiva da potencialidade do sonho, do onírico, da alucinação. A reboque dessa (re)descoberta do inconsciente, estava a Psicologia, que comprovou

¹⁴ A expressão ‘sem-fundo humano’ é utilizada por Ruiz (2003) porque, segundo o autor, é impossível encontrar os elementos primários/originários da psique, que não pode ser reduzida a nenhuma outra forma, não pode ser induzida de outro elemento, não pode ser criada por lógicas identitárias, enfim, é inexplicável pelo *logos* racional.

que a psique humana não se resume à percepção imediata e a um encadeamento racional de ideias, mas também na “penumbra de um inconsciente, revelando as imagens irracionais do sonho, da neurose ou da criação poética” (DURAND, 2001, p. 35). A essa altura, a imagem e seu papel decisivo – como intermediária de um inconsciente não manifesto e uma tomada de consciência ativa – estavam revigorados.

Para pensarmos essa relação entre o fundo inconsciente e a tomada de consciência, voltemos à Ruiz (2003), que nos lembra que nossos primeiros contatos com o mundo são ativados pelo imaginário, impulsionado por toques, cheiros, sons. É somente num segundo momento que o mundo ‘aparece’ como imagem visual. Ou seja, antes mesmo de pensar, o ser humano imagina. Dessa forma, o autor nos mostra que, desde o nascimento, a racionalidade não constitui a totalidade da psique humana. E, no decorrer da vida, do fluir caótico de sensações que o mundo nos apresenta, somente algumas são selecionadas e instituídas de sentido específico, ou seja, significadas. Muito além de fantasiar, imaginar é fazer com que o mundo não nos seja apenas apresentado, mas – por nós mesmos – representado. A imaginação constitui, dessa forma, a potencialidade do ser humano em impregnar sentido às coisas (e ao mundo).

De acordo com Ruiz (2003), a representação é uma intersecção para captar o sem-fundo. Assim, ela renova o(s) sentido(s) do mundo e transforma a realidade instituída. Logo, não é possível fixar o sentido de uma representação, de forma que ele sempre potencializa uma gama infinita de possibilidades. O autor explica que a representação é o sentido produzido para a sensação, que carece de sentido e ‘carrega’ o real de forma insignificante. A psique capta da realidade o fluído caótico das impressões e transforma (algumas) em imagens significativas. Como a representação é sempre caracterizada pela intenção e afeto de cada pessoa, as significações têm sempre sentidos específicos. Com isso, o autor não quer dizer que a pessoa cria a realidade natural, mas também não a capta com neutralidade/objetividade.

Se o mundo não é apenas apresentado, mas representado, significa que o ser humano não tem acesso direto a uma realidade natural imediata. Ruiz (2003) reforça o que discutimos nos capítulos anteriores, que qualquer conhecimento de mundo implica uma construção de sentido. Afinal, todo objeto ‘insignificante’ que se apresenta é sempre (re)construído, instituído de uma carga significativa cultural. Para apreender

os objetos, nós precisamos dessa mediação, que o autor chama de “*hermeneusis*”. Construimos sentidos para tudo o que se apresenta e, por isso, os objetos são, de certa forma, sempre criados. Nada emana, é extraído ou absorvido de forma natural, pois os sentidos não se encontram na natureza oculta das coisas, mas são produções criativas dessa força imaginária (RUIZ, 2003). Assim, antes de ser compreendido pela razão, todo objeto é imaginado. O que não quer dizer que o objeto é sempre uma invenção ou que não exista qualquer realidade, mas que o mundo só existe para o ser humano quando reconstituído pelo sentido que o compreende. O sentido criado é, para o autor, sempre uma forma de imaginar o mundo.

Essa lógica se aproxima da compreensão de Cassirer (2001), de que o objeto real nunca é algo puro em si, visto que nenhum conhecimento escapa às interpretações – que ele denomina como espirituais – do ser. Até as chamadas ciências duras, segundo o autor, emprestam formas aos objetos, e eles somente são apresentados dentro delas. O autor exemplifica com os conceitos de massa e força, que são espécies de simulacros criados pelas categorias da física e que estão subordinados às suas logicas. Essa perspectiva, da mesma forma, renuncia à pretensão de uma apreensão da realidade imediata, colocando a mediação como necessidade para qualquer objetivação do real.

Ruiz (2003) alerta contra uma abordagem dicotômica no que se refere à relação imaginário-concreto. Lembremos que, para ele, é imprescindível admitir que o imaginário não se restringe a um resíduo incontrolável do *logos*, o que leva à sua (comum) desvalorização. O imaginário é, ao contrário, dimensão antropológica que interage com a racionalidade de forma inevitável, em um processo tensional. O caminho para esse entendimento, segundo o autor, implica uma mudança paradigmática, que enxerga tanto a indeterminação como a determinação como condições humanas. Para ele, somente se pode pensar na existência criadora humana se pensarmos na indeterminação. Todavia, indeterminação absoluta implica a impossibilidade da existência continuada de qualquer coisa. Para que haja a condição sócio-histórica, são necessárias determinações como leis, costumes, valores e estruturas sociais. São manifestações da realidade específicas, mas que não a esgotam.

Por isso, Ruiz (2003) assume o imaginário como paradoxal. Sua natureza é criação, mas é a razão que possibilita sua inserção social. As mais diversas representações só existem quando solidificadas na forma de significações sociais. Se,

por um lado, o imaginário é um sem-fundo indeterminável, por outro, ele existe apenas quando determinado nas pessoas, sociedades ou períodos históricos. O “sem-fundo” depende do mundo em que vive, pois é inovador, mas também é receptor das sensações. Absurdo e lógico, segundo o autor, coexistem, na psique humana, em mútua afetação. Silva, J. (2003) se aproxima dessa relação ao defender que o imaginário é patrimônio individual/grupal que se relaciona à concretude. Pontos de apoio imaginários são fornecidos à vida prática, bem como conexões práticas são feitas para a vida imaginária.

Dessa forma, se não é um subproduto, o imaginário também não é superior ou independente da razão, pois precisa se objetivar. Para Ruiz (2003), ele é o potencial de renovação do sentido pré-existente. Mas essa construção de sentido só é possível através da razão. Afinal, as criações existem apenas materializadas na forma de determinações concretas, que são as significações sociais. E esse conjunto de significações entrelaçam-se formando redes.

4.2 O simbólico

As articulações em redes de significados, das quais fala Ruiz (2003), constituem visões de mundo ou, nas palavras do autor, cosmovisões. A constituição de qualquer subjetividade está intimamente ligada à inserção em determinadas redes ou cosmovisões. Envolvidos por elas, somos sujeitos socializados. Nesse contexto, Silva, J. (2003) afirma que todo indivíduo é submetido a um imaginário pré-existente, compreendendo e aceitando as regras de um modo de ser partilhado com os outros. Para ele, o imaginário, enquanto rede, instala-se por contágio, através de identificações, apropriações e distorções. E salienta que, além de se submeter a essa rede pré-existente, o indivíduo a altera constantemente, como agente imaginal em situação, como um disseminador de imaginários. Por isso, para o autor, o imaginário é, ao mesmo tempo, reservatório (ao agregar imagens, sentimentos, lembranças, experiências, visões do real e sedimentar modos de ver, ser e agir) e motor (ao constituir força que impulsiona indivíduos e grupos, funcionando como catalisador, estruturador e estimulador de práticas).

Ao pensarmos sobre os significados que constituem tais redes, lembremos que o pensamento humano sempre passa por articulações simbólicas. Cassirer (2001) explica que é nas direções da simbolização que será dissipado o caos das impressões

sensoriais, do qual falamos anteriormente. É a atividade simbólica que molda essa impressão fluida, fornecendo formas delineadas e duração. O autor entende que esse processo se dá de formas diferentes na arte, na ciência e no mito, respeitando princípios formativos heterogêneos. Ainda assim, todas as instâncias têm em comum o fato de que o produto final da atividade simbólica pouco se assemelha ao seu ponto de partida. Para Durand (2001), não há qualquer solução de continuidade entre o imaginário e o simbólico, de modo que o status de símbolo da imagem está justamente em constituir um modelo de pensamento indireto no qual um significante ativo remete a um significado obscuro. É dessa forma que a imagem simbólica se torna intermediária entre o inconsciente não manifesto e a consciência ativa.

Assim, o símbolo é aqui contemplado em sua semântica especial, que vai além de um sentido artificialmente emprestado e reconhece seu enorme potencial de repercussão. Durand (2002) adverte em relação às explicações reducionistas da própria semântica imaginária que, a reboque do positivismo objetivo, procuram motivar os símbolos apenas por dados exógenos à psique humana. Tais explicações vão de encontro, segundo o autor, à principal função simbólica, que é a de ligar para além dos elementos naturais, os elementos inconciliáveis, as compartimentações sociais e as segregações históricas, todos fatores endógenos à consciência imaginante.

Reunir ou juntar duas partes separadas é o sentido das palavras *symbolon*, *mashal* ou *sinnbild*, de origens grega, hebraica e alemã, respectivamente. Da etimologia, Ruiz (2003) explica que a natureza do símbolo é justamente a de ligar/unir partes separadas e conferir um novo sentido ao que se encontrava distante. Essas partes antes separadas, metades de um objeto, não têm sentido em si mesmas, sem qualquer valor real em separado. Mas elas remetem a algo previamente acordado, uma espécie de pacto, em que o sentido é adquirido na junção, no contrato. Essa é a potência da junção simbólica, a de conferir sentido a uma realidade fraturada, conforme explica Ruiz (2003, p. 134): “O ser humano, ao conferir um sentido às coisas, realiza uma juntura simbólica com o mundo”.

Voltando a Durand (2002), ele esclarece que o símbolo é sempre resultado da relação – mútua e reversiva – entre imperativos biopsíquicos do indivíduo e intimações do meio. O autor chama esse produto simbólico de “trajeto antropológico”, uma relação interminável entre pulsões subjetivas e intimações objetivas, pois, privado do que é da ordem do simbólico, o mundo estaria reduzido às objetivações lógicas. Nesse

sentido, Ruiz (2003) explica que é o simbólico que vitaliza o mundo, conferindo sentidos a coisas que poderiam ser insignificantes e, sem ele, seríamos apenas instintivos, programados por um mundo que nos é apresentado a todo instante.

Ainda segundo Ruiz (2003), ele explica que a estrutura de sentido do símbolo é sempre ambivalente. Inclusive, na atividade simbólica, o casual também pode ser uma relação causal, pois basta que haja, por exemplo, semelhança entre coisas ou uma contiguidade no espaço ou no tempo para que se estabeleçam diferentes ligações possíveis. Ao mesmo tempo em que o simbólico nos oferece sentidos de mundo, tais sentidos ligam-se a outros ocultos e inconscientes que escapam à nossa percepção racional. É dessa forma, construindo espécies de nós, que as formas simbólicas se constituem e, como já nos disse Cassirer (2001), organizam-se em redes de significados.

Se o imaginário precisa de determinação, de objetivação em formas concretas, Ruiz (2003) defende que ele apenas consegue se manifestar sob formas simbólicas. Paradoxal, assim como o próprio imaginário, o simbolismo necessita da racionalidade para existir, e vice-versa. Dessa relação mútua, o autor define o homem como um ser “simbo-lógico”. Assim como Cassirer (2001), ele defende que qualquer sentido lógico envolve construções simbólicas, o que torna racionalidade e simbolismo instâncias imbricadas pelo imaginário humano.

De acordo com Ruiz (2003), enquanto o *logos* discrimina, o símbolo conjunta. O primeiro analisa, divide, procura sempre organizar. Já o segundo, conjunta as partes fraturadas em novas unidades significativas. A potencialidade do simbólico está nessa capacidade de enredar signos diversos em um significado comum, extrapolando a instância denotativa do signo e expondo-o a uma abertura conotativa inacabável. Enquanto a racionalidade procede por explicação e abstração (separação e diferenciação para abstrair conclusões), o simbolismo procede por relação e implicação (re/conjunta para criar relações entre o diferente e distante, sempre com o olhar da abertura e não das conclusões).

O autor ainda ressalta o fato de que, se não está limitado à discriminação conceitual da racionalidade, o símbolo também não é mero produto da transversalidade de significados pré-definidos pelo “sem-fundo” humano. Ou seja, mesmo que necessite de objetivação, o simbólico não se limita a qualquer pré-determinação. Por isso, assim como o próprio imaginário, é paradoxal. Segundo Ruiz (2003), sem o papel crítico da racionalidade, o simbólico pode degenerar-se em

fanatismos. O tensionamento é algo necessário, pois uma vida ‘apenas’ simbólica nos levaria à pura irracionalidade e alienação. Dessa forma, ao mesmo tempo em que amplia nosso mundo para além da determinação do empirismo racional, o simbólico precisa contrastar com essa compensação. É assim que o imaginário se manifesta, expressado no simbólico e estruturado racionalmente. Precisa de ambas instâncias para existir. E é nessa relação transversal que se forma o que chamamos de realidade, um complexo constituído por mundos de imagens em que a separação entre sensível e inteligível desaparece (CASSIRER, 2001).

4.3 Tecnologias do imaginário

O imaginário paradoxal (RUIZ, 2003), da imbricação necessária entre símbolo e *logos*, do borramento entre sensível e inteligível, revela que toda racionalidade carrega seu aspecto de interpretação, ao menos parcial, do que chamamos de realidade. No entanto, a construção de sentido pressupõe relação mínima com a realidade significada. Essa relação mínima exigida com o objeto significado pode ser apenas de reprodução, mais distante, mas que não deixa de ser relação. Cassirer (2001) explica que a cada reprodução simbólica encerramos um e iniciamos outro estágio de reflexão. Mesmo que não consideremos o objeto como algo presente, mas o imaginemos como algo passado e não desaparecido, construiremos com ele novas relações e, naturalmente, atribuiremos novas significações.

Segundo Durand (2001), depois de solidificada sua reprodução e estruturação na cultura, um imaginário atualizado inicia uma luta constante com o objetivo de reprimir e rejeitar o(s) imaginário(s) potenciais. As possibilidades e muitas tentativas de renovação adentram em zonas de sombra, verdadeiros guetos de ‘clandestinidade’ significativa. O autor explica tal processo em sua “Tópica Sociocultural” (DURAND, 2001) que, fundamentada nas noções freudianas de “id” / “ego” / “superego”, procura representar o trajeto de um imaginário – a partir de seu(s) mito(s) fundantes – entre sua valorização e sua latência. No nível mais básico, nas profundezas da psique humana, estaria o chamado “inconsciente coletivo” (id), onde os esquemas arquetípicos, praticamente inquebráveis, estão estruturados e emaranhados. No segundo nível, a chamada “zona das estratificações sociais”, os papéis sociais da nossa vida prática são elaborados, tanto os que serão valorizados quanto os futuros rejeitados. Por fim, no “superego da sociedade”, tais papéis são racionalizados,

organizados, estruturados e reproduzidos através de códigos, ideologias e programas que lutarão para alavancar e destacar os papéis – por ora – valorizados.

Poderíamos dizer que é entre a zona das estratificações sociais e a zona mais superficial do superego societal que são modeladas as tecnologias do imaginário que, segundo Silva, J. (2003, p. 20): “são dispositivos de intervenção, de formatação, de interferência e de construção das bacias semânticas que determinarão a complexidade dos trajetos antropológicos dos indivíduos”. Para ele, as tecnologias do imaginário são as grandes responsáveis pela religação simbólica e, inclusive, nos dias atuais, se colocam na posição de principais dispositivos de circulação simbólica e, conseqüentemente, de conexão social.

Silva, J. (2003) retoma a ideia de um imaginário que envolve determinação e indeterminação ao advertir que as tecnologias do imaginário são dispositivos de produção (e circulação) de visões de mundo e estilos de vida, mas não podem ser consideradas imposições. Segundo ele, tais dispositivos atuam principalmente pela sedução e recompensa. E, na atualidade, a recompensa máxima é, conforme o autor, a visibilidade.

O contexto que chamamos de atual regime hegemônico de visibilidade, de acordo com Silva, J. (2003), pressupõe adesão do indivíduo e, para isso, precisa seduzi-lo. Nesse sentido, enquanto a manipulação e a persuasão se concentram na racionalidade para alcançarem seus objetivos, a sedução procura o que é da ordem do simbólico, para embeber os indivíduos no lúdico, no onírico, no sonho. E, assim, o simbólico atravessa e afeta a vida prática. As tecnologias do imaginário, segundo o autor, reproduzem os papéis ascendentes de fama e reconhecimento na tentativa de seduzirem os indivíduos. Para isso, estimulam ações, estruturam comportamentos, até que cristalizam imaginários: “dão significado e impulso, a partir do não-racional, às práticas que se apresentam também racionalmente. Tornam o real sonhado. Sonham o real” (SILVA, J., 2003, p. 47).

Todavia, voltemos à potencialidade de criação e renovação do sem-fundo humano, para que não nos fixemos apenas na reprodução. Após período(s) de latência, mitos e imaginários podem viver sua ascensão, conforme a tópica sociocultural de Durand (2001). Como (re)articulam-se, então, as tecnologias do imaginário, (in)voluntariamente cristalizadoras? Silva, J. (2003) lembra que somos o que as tecnologias fazem de nós e o que fazemos delas. Uma relação dialógica. E o imaginário é, antes de tudo, elaboração coletiva. Por isso, qualquer transformação ou

até aceleração imaginal, para o autor, exige choques perceptivos. Não apenas adesão ou acesso aos nós dessa rede, mas a pontos de estimulação. Enredado na trama do imaginário, o sujeito se torna seu agente disseminador, mas também provocará tensões que podem levar a um estado de efervescência imaginal (SILVA, J., 2003). O choque perceptivo pode desencadear a potência criativa necessária para um rompimento e criação de novas conexões dessa rede.

Dessa forma, a natureza paradoxal do imaginário, entre a potencialidade (re)criadora de sentidos e o caráter reprodutor que se manifesta solidificado na forma de significações sociais, precisa ser considerada quando pensamos em um objeto de estudo como a maçonaria e sua relação com o regime hegemônico de visibilidade ampliada. Conforme abordamos no capítulo anterior, a comunicação organizacional não se limite à fala autorizada e, sendo assim, ao tratarmos da (in)visibilidade da maçonaria, precisamos também ponderar os sentidos construídos sobre a ordem nas dimensões da organização comunicante e falada (BALDISSERA, 2009b). Todo esse conteúdo circulante, até mesmo o que é oriundo da organização comunicada (BALDISSERA, 2009b), deve ser examinado à luz da atividade imaginal, tendo em vista 'aura' que se conformou em torno da organização ao longo do tempo, intensamente alimentada por elementos que imbricam símbolo e *logos*.

Essa 'aura' parece se expandir, a reboque da evolução da comunicação midiática, na qual atuam as tecnologias do imaginário. Afinal, há cada vez mais conteúdo produzido sobre a maçonaria, pela própria organização ou por não iniciados, bem como maior facilidade de acesso a esses materiais. E se, atualmente, tais dispositivos são elementos centrais no que diz respeito à circulação simbólica (SILVA, J., 2003), precisamos direcionar nossa atenção às características dessa ambiência midiática. Por essa razão, no próximo capítulo, discorreremos acerca do atual regime de visibilidade ampliada, intensamente marcado pelo processo de midiatização acelerada da sociedade, a fim de compreendermos como as tecnologias atuam na sedução contínua de indivíduos e organizações à visibilidade.

5 (IN)VISIBILIDADE E SEGREDO

A proposta deste capítulo é, como dissemos, compreender as lógicas do que chamamos de regime hegemônico de visibilidade ampliada, a fim de refletirmos como as noções de visibilidade e invisibilidade afetam os modos de ser de indivíduos e organizações nos dias atuais. Cabe dizer que, ao realizarmos nossa busca por referências, nos deparamos com um vazio teórico no que diz respeito à invisibilidade, conforme detalhamos na ‘pesquisa da pesquisa’ (Apêndice A). Dessa forma, nos concentramos na literatura acerca da visibilidade, para então termos condições de discorrer sobre questões referentes à invisibilidade.

Isso posto, realizamos um primeiro movimento – em que resgatamos um pouco do histórico da ideia de visibilidade – para situarmos nosso pensamento e entendermos como o regime de visibilidade ampliada se consolidou. Feito isso, adensamos a discussão sobre alguns aportes que foram acionados em nossas análises, característicos do regime de visibilidade ampliada, que é intensamente marcado pelo processo de mediação acelerada da sociedade, em especial, pela mediação digital.

Após evidenciarmos o contexto de visibilidade ampliada em que habitam indivíduos e organizações, entendemos a necessidade de refletirmos sobre as próprias noções de visibilidade e invisibilidade. Para isso, acionamos o princípio dialógico de Morin (2000) – que vem de seus estudos acerca da complexidade – junto à sociologia do segredo de Simmel (1999, 2002). Esse movimento nos levou a uma compreensão diferenciada da ideia de (in)visibilidade, que serve de base para todas as nossas análises, a qual apresentamos na segunda parte do capítulo.

5.1 O atual regime hegemônico de visibilidade ampliada

Podemos afirmar que os anseios em relação a dar-se a ver ou ocultar não são novidades contemporâneas. A partir do florescer das noções de público e privado, ainda na Antiguidade, irrompem exponencialmente as discussões sobre o que deve/pode ou não ser visibilizado nas relações societárias.

Arendt (1981) explica que a noção de visibilidade foi conformada como algo relacionado à ideia de ‘público’, pois o “espaço das aparências” legitimava um caráter real a tudo que nele se inseria. Para os homens da Antiguidade (especialmente os

gregos), tudo o que era ouvido e visto livremente, ou seja, de divulgação incontrollável, era real. Dessa forma, aparência constituía realidade. Intimamente ligada a essa ideia de visibilidade, desenvolveu-se, na mesma época, a noção de relevância. No espaço público das aparências, deveria adentrar e, conseqüentemente, ser debatido, apenas o que era considerado relevante. Ainda segundo a autora, a tudo que não era merecedor ou digno de relevância (pública) estava reservado o espaço privado.

As bem definidas fronteiras entre público e privado da Antiguidade deixavam evidente o que deveria/poderia ou não ocupar o “espaço das aparências”. Entretanto, no decorrer da história, diferentes movimentos contribuíram com o crescente borramento dessas fronteiras. Com a ascensão da Idade Moderna, no âmbito da esfera pública burguesa emergente e afirmada como instância intermediária entre o Estado e a camada mais íntima da sociedade civil, debatiam-se assuntos públicos em espaços privados como os cafés, *salons* e banquetes (HABERMAS, 2003).

Ainda no início da modernidade, de acordo com Foucault (1987), outra tendência começa a ganhar força: a maquinaria da visibilidade sobre o indivíduo comum. Em seus estudos concernentes às instituições disciplinares (escolas, quartéis, hospitais, prisões, entre outras), o autor revela a primazia da vigilância, exercida a partir de dispositivos que atuavam pelo jogo do olhar – cujo maior expoente é o Panóptico –, que fazia dos corpos alvos e objetos do poder ‘invisível’.

Mais tarde, Habermas (2003) destaca a emergência da mídia impressa de viés capitalista que, segundo ele, passa a empregar mais valor ao espetáculo do que ao debate crítico social e retira a ‘exclusividade’ da tematização pública da burguesia. Esses três exemplos do início da era moderna revelam mudanças nas lógicas até então inflexíveis acerca do que deveria/poderia ou não ser visibilizado, intensificando movimentos de publicização do privado e privatização do público. Baldissera e Sartor (2016) ainda ressaltam a eclosão, já no final do século XIX e início do século XX, dos primeiros movimentos sociais em prol de temas que, por muito tempo, estiveram sob os domínios da esfera privada, como as questões étnicas, do proletariado e de gênero, que mobilizaram manifestações que abandonaram a vida privada em busca de tematização e visibilidade pública. Da mesma forma, eles reforçam uma sequência crescente de desalinhos entre o que é público e privado.

Na segunda metade do século XX, de acordo com Thompson (2008), o desenvolvimento da imprensa e da chamada comunicação de massa lançou as bases para uma “sociedade da autopromoção”. Tornou-se cada vez mais comum que não

apenas os líderes políticos, mas outros indivíduos fizessem uso dessa nova forma íntima de apresentação pessoal, aparecendo diante das massas distantes revelando estrategicamente alguns aspectos de si. Essa “intimidade mediada” permite que poucos estejam visíveis para muitos e desobriga o compartilhamento de um espaço comum. Ao mesmo tempo em que a comunicação de massa se tornava hegemônica, a partir do final da Segunda Guerra Mundial, de acordo com Deleuze (1992), as grandes instituições disciplinares começaram a entrar em crise. Os corpos dóceis, antes vigiados no enclausuramento, passam a ser visíveis e controlados por ‘coleiras eletrônicas’, em processos mais sofisticados de vigilância a partir da informação que disponibilizam com o uso de novas tecnologias de informação e comunicação.

O século XX intensifica ainda mais um fenômeno que começou a ganhar força com o surgimento da imprensa: a relação entre (in)visibilidade e dispositivos midiáticos. E aqui entendemos as mídias, a partir da noção proposta por Rodrigues (2019), como artefatos técnicos que tanto recebem estímulos do ser humano, como também provocam impulsos que desencadeiam reações nos indivíduos. De modo mais específico, ainda baseados no autor, tratamos aqui das chamadas mídias discursivas (desde a escrita até as mais recentes tecnologias de informação e comunicação), artefatos técnicos que incorporamos em nossas vidas e organismos para intervenção em nossa experiência discursiva, o que afeta diretamente nosso comportamento interacional.

Nesse sentido, entendemos que as transformações nos regimes de (in)visibilidade no decorrer da história estão intimamente ligadas ao processo de midiaticização da sociedade, que compreendemos, a partir de Verón (2014, p. 14), como “[...] resultado operacional de uma dimensão nuclear de nossa espécie biológica, mais precisamente, sua capacidade de semiose”. Nessa perspectiva histórica de longo prazo, o autor defende que as mídias, sob os mais diversos formatos, sempre se fizeram presentes na vida humana. Ele faz referência à escrita, ao livro, aos meios de comunicação desenvolvidos pela imprensa, dentre outras, como invenções técnicas que desenvolveram progressivamente a capacidade de semiose humana. O fenômeno da midiaticização é, dessa forma, um processo caracterizado pela “[...] longa sequência histórica de fenômenos midiáticos sendo institucionalizados em sociedade humanas e suas múltiplas consequências” (VERÓN, 2014, p. 16).

Nesse processo infinitamente em desenvolvimento, Verón (2014) defende que podemos identificar momentos cruciais que marcam épocas específicas em que o uso

de determinados dispositivos midiáticos é institucionalizado pela sociedade. A comunicação de massa, da qual falamos anteriormente, caracterizada pela adoção do rádio e, em seguida, da televisão, pode ser considerada um desses momentos. No entanto, o autor adverte o cuidado para com os determinismos tecnológicos, visto que a todo momento são realizados novos usos e apropriações das mídias institucionalizadas. Assim, Braga (2018) acrescenta que, entre usos e apropriações, diferentes setores da sociedade contribuem com o desenvolvimento de novos processos midiáticos, adequados aos seus próprios interesses. Muitas dessas invenções sociais, inclusive, não são originalmente de ordem comunicacional, mas se encaminham para tal finalidade após uma sequência de experimentações. O autor, dessa forma, salienta que não apenas as mídias e o desenvolvimento tecnológico influenciam o comportamento interacional da sociedade, mas os diferentes grupos sociais também (re)inventam os processos midiáticos.

Como dissemos, nossa intenção, aqui, é compreender o regime hegemônico de visibilidade ampliada. E, para isso, consideramos o advento da mediação digital como o momento crucial do processo de midiatização na atualidade. Braga (2018, p. 302) reforça a predisposição atual no uso da expressão 'midiatização' em referência ao "[...] direcionamento de novas tecnologias digitais para ações que são de ordem comunicacional". Para ele, as alternativas oferecidas pelo digital oportunizam uma ambiência midiática de formatação menos rígida e, dessa forma, mais aberta à experimentação social. Afinal, todos os atores sociais (indivíduos ou organizações) têm maior possibilidade de acesso e, conseqüentemente, de uso e apropriação das técnicas e lógicas midiáticas. Ocorre que, segundo Braga (2018), não apenas as lógicas de mídia institucionalizadas se expandem, mas novas lógicas são criadas pela experimentação dos atores a fim de solucionar eventuais problemas que emergem na vida social (para os quais as lógicas anteriores eram insuficientes). Em perspectiva macro, veremos que nem mesmo as lógicas interacionais entre diferentes domínios sociais (e muitas vezes entre participantes inseridos em um mesmo domínio) serão as mesmas. Sendo assim, o autor destaca que novos circuitos alternativos se conformam, assim como atores 'ilegítimos' podem cruzar diferentes domínios de experiência. As interações escapam aos controles institucionais, devido à velocidade das transformações, fazendo com que as organizações tenham maior dificuldade em ditar as regras de suas interações com os sistemas de entorno e com seus próprios integrantes. Isso posto, tendo em vista a amplificação das alternativas e

experimentações midiáticas, podemos dizer que vivemos atualmente um ‘momento crucial’ de midiatização acelerada da sociedade, cujo protagonismo concerne ao digital.

Na esteira do que afirma Braga (2018) em relação à proliferação de circuitos alternativos, Rosa, A., (2019) destaca a (co)criação contínua de circuitos como característica do atual estágio de midiatização. E, nesse contexto, a autora confere centralidade aos aspectos da imagem e da visibilidade. Para ela, a circulação midiática não pode ser considerada apenas em relação aos produtos circulantes (“idas e vindas”), mas também no que se refere às disputas de sentidos que se realizam nas mídias. Dessa forma, “a circulação se constitui como uma relação de atribuição de valor [...] verificável na própria criação dos circuitos, pois apenas as imagens percebidas e tomadas como relevantes passam a permanecer em circulação” (ROSA, A., 2019, p. 164). Essa concepção, que salienta a “força de pregnância” das imagens que adquirem mais valor/fixação nos circuitos midiáticos, se mostra relevante para refletirmos sobre os processos de busca por visibilidade.

Também enfatizando o digital e uma espécie de aceleração do processo de midiatização, Couldry e Hepp (2017) cunharam o conceito de “midiatização profunda” (*deep mediatization*), elaborado por sob o argumento de que a midiatização da sociedade tem se intensificado – especialmente – na última década. Segundo eles, trata-se de um meta-processo, que se desenvolve muito próximo a outros meta-processos como a globalização e a individualização. Parte-se do princípio que a ambiência midiática atual não pode ser encarada apenas em relação à pluralidade de canais e interfaces. Para além disso, devem ser consideradas as interconexões e multidimensionalidade dos dispositivos atuais. A partir daí, poderemos analisar uma ambiência em que o que chamamos de ‘mídia’ se modificou intensamente em virtude da digitalização e dataficação. Afinal, não apenas as novas tecnologias são digitais, mas as velhas mídias vêm se tornando digitais para ‘sobreviverem’. Ainda segundo os autores, isso significa que, cada vez mais, as mídias são baseadas em softwares e não podem mais ser encaradas apenas como meios de comunicação. Com os algoritmos como parte intrínseca às mídias, além de sua finalidade discursiva, elas operam coletando dados de seus usuários em tempo real.

Da ideia de “midiatização profunda”, nos interessam, em especial, as cinco grandes tendências que a caracterizam, segundo Hepp e Hasebrink (2018), pois entendemos que elas podem ser pensadas à luz do regime hegemônico de visibilidade

ampliada. São elas: 1) *diferenciação*: aumento significativo de novas mídias e funcionalidades disponíveis, que permite uma vasta opção de usos e apropriações (entre elas, segmentações, exclusões e divisões feitas por indivíduos e domínios sociais); 2) *conectividade*: entre esses diversos processos midiáticos, que permite uma extensão dos processos de construção coletiva e a interpenetração entre domínios sociais (o que podemos relacionar com as questões intersistêmicas em relação às organizações); 3) *onipresença*: a possibilidade de estar sempre conectado, através de ferramentas de dispositivos móveis como *face meetings/talks*, o que causa certa aceleração da vida profissional e privada; 4) *ritmo acelerado de inovação*: emergência de novas mídias e/ou funcionalidades em curtos períodos de tempo, que pressionam o indivíduo a rápidas adaptações para estar apto à vida laboral/social; e 5) *dataficação*: crescente número de mídias baseadas em software, que promove uma apropriação da vida social dos indivíduos a partir dos rastros digitais, com inclinação à quantificação das subjetividades.

Os autores explicam que as tendências apontadas estão interligadas, mas advertem que, pelo fato de a midiatização não ser um processo homogêneo e linear, há diferentes contextos de evolução dessas tendências nas diversas esferas da sociedade e localidades no mundo. Nesse sentido, eles enfatizam os espaços de reflexão sobre as afetações e consequências do atual estágio da midiatização, especialmente as tentativas de escape ao controle midiático.

No que diz respeito à vigilância midiática promovida pela digitalização e dataficação, Bruno (2004) salienta que o novo campo de visibilidade que passa a se constituir ao final do século XX retoma o foco da visibilidade na vida íntima do indivíduo comum como na sociedade disciplinar, mas apresenta descontinuidades. Uma delas é em relação à constituição das subjetividades: enquanto as disciplinas instauravam subjetividades interiorizadas (uma autovigilância introspectiva, de si para consigo), o regime contemporâneo constitui subjetividades exteriorizadas, baseadas na antecipação e na projeção (na exposição pública ao olhar do outro). Em vez da exteriorização de uma interioridade constituída (algo que passa a se expor), tem-se uma subjetividade constituída na própria exterioridade, na projeção de si, no ato de dar-se a ver (BRUNO, 2004). Dessa forma, o poder invisível contemporâneo vigia de forma sofisticada, projetando e antecipando comportamentos e identidades potenciais, e não mais (apenas) observando indivíduos já constituídos. Os bancos de dados das tecnologias contemporâneas projetam (e produzem) consumidores,

criminosos, enfermos, trabalhadores e, provavelmente, membros da maçonaria. Por conseguinte, para o poder invisível contemporâneo pouco vale a interioridade dos indivíduos, pois o interesse da vigilância está nas ações e comportamentos externados e visíveis.

Uma segunda descontinuidade destacada por Bruno (2004) em relação às disciplinas diz respeito ao estatuto do “olhar do outro”. A modernidade deixava muito clara a posição do chamado “olho do poder” (como nas estruturas do tipo Panóptico). Segundo a autora, a contemporaneidade não parece mais oferecer explicitamente esse olhar público e coletivo. Ao contrário, o olhar do outro agora é algo demandado, que necessita ser conquistado pelos indivíduos. Nesse processo, o indivíduo precisa produzir esse olhar normalizador que lhe falta, que não é mais dado pela sociedade: “as práticas de exposição de si na Internet podem ser vistas neste sentido como uma demanda pelo olhar do outro, que se torna assim uma conquista individual, privada e não mais um dado público” (BRUNO, 2004, p. 118). Assim, trata-se de mais um domínio da vida pública que passa a ser privatizado e, inversamente, é a publicização da intimidade que dá conta desse processo.

Uma última diferença entre a vigilância moderna e a contemporânea está, no entendimento de Bruno (2004), no modo como ela se apresenta. Enquanto, na sociedade disciplinar, a ampliação da visibilidade do indivíduo comum era uma espécie de armadilha aprisionadora de corpos dóceis, nos dias atuais, a vigilância se apresenta a nós como algo sedutor, fazendo da máxima visibilidade um modo de ser no mundo, uma condição almejada – lembremos das tecnologias do imaginário (SILVA, J., 2003). É dessa forma, muito mais sutil quando programada no reconhecimento dignificador do olhar do outro, que a noção de visibilidade se apresenta, a (auto)vigilância mediada se amplia e os limites entre o que se pode/deve mostrar, dizer ou fazer em público se alargam.

Ao ponderar sobre essas descontinuidades, Bruno (2004) encaminha uma reflexão acerca dos riscos da visibilidade exponencial, que pode ultrapassar limites a ponto de aflorar uma face condenável da visibilidade, nos momentos em que o olhar do outro comete atentados à privacidade e à liberdade. De maneira inconsciente, pelo simples movimento do indivíduo nas redes, seu comportamento é convertido em dados de alto potencial revelador de sua esfera privada. A vigilância eletrônica, que coleta e faz uso dos dados dos indivíduos em transações comerciais, redes sociais e na mais simples e despreziosa conexão, tem seu anonimato garantido. Sedutora,

efetuada a distância e com a mobilidade como aliada, a vigilância contemporânea aprimora a invisibilidade do observador, além de enfraquecer a consciência dos vigiados sobre sua execução.

Baldissera (2017) indica outros riscos do atual regime de visibilidade, para além dos altos níveis de vulnerabilidade à exposição pública em virtude do uso indiscriminado dos dados de sujeitos conectados. Um deles é a circulação ampliada de narrativas falsas (*fake news*) que, com a clara intenção de confundir públicos, pode denegrir, difamar ou realizar algum desvio em relação a um indivíduo ou organização, a partir de dados ou imagens disponíveis em rede. Outro ponto destacado trata da algoritmia sistêmica que, baseada nos perfis e rastros digitais dos sujeitos conectados e sob o discurso da pré-seleção e oferta de informação personalizada, realiza uma efetiva imposição de conteúdos.

Diante de riscos como esses citados, Thompson (2018) reafirma a importância da chamada gestão da visibilidade, pois junto das possibilidades abertas pela evolução da visibilidade mediada, inaugura-se uma nova fragilidade. Para o autor, a revolução digital criou um reservatório de conteúdo facilmente recuperável e compartilhável tão extenso que não há indivíduo ou organização em condições de controle, em virtude da proliferação acelerada de conexões descentralizadas.

Para Thompson (2018), as mudanças nos regimes de visibilidade agem como uma perturbação sobre os papéis estabelecidos daqueles que são legitimados a gerirem a visibilidade. Reis absolutistas, por exemplo, detinham enorme controle sobre a sua imagem que era visibilizada nos primeiros periódicos. Mais tarde, no século XX, a autonomização do campo midiático (RODRIGUES, 2000) confere aos profissionais da mídia a tarefa de superintenderem a tematização pública e, conseqüentemente, a gestão das imagens dos indivíduos e organizações. E, nos tempos atuais, o digital desestabiliza esses *gatekeepers* institucionais e os canais estabelecidos da comunicação de massa. Thompson (2018) defende que as mídias digitais assumem uma posição de novos *gatekeepers*, redefinindo tentativas de controle sobre a visibilidade dos indivíduos e organizações. Afinal, tais dispositivos ou plataformas criam protocolos que determinam quem delas participa e sob que condições, principalmente através de sua algoritmia e, especialmente, buscando a antecipação dos perfis e atividades a serem visibilizados. Essas novas formas de *gatekeeping*, que atuam através de operadores não-humanos e humanos (de

inclusão/exclusão, moderação, antecipação, recomendação), não são periféricas às mídias digitais, mas centrais às suas lógicas.

Pensar em gestão da visibilidade, de acordo com Thompson (2008), implica uma análise das relações entre as diferentes mídias, de forma que os respectivos modos de interação que elas tornam possíveis é que podem dar pistas acerca das características da atual forma em que a noção de visibilidade se apresenta. Nesse sentido, recuperemos a última atualização da teoria interacional da mídia de Thompson (2018), que distingue quatro tipos de interação: 1) a *interação face a face*, que ocorre em contexto de copresença (cenário de espaço-tempo comum), é de caráter dialógico (no sentido de um fluxo bidirecional) e mobiliza uma infinidade de sinais simbólicos (toques, cheiros, gestos); 2) a *interação mediada*, que envolve o uso de um artefato técnico que estende a interação de indivíduos distantes no espaço/tempo (telefone analógico, por exemplo) e, por isso, tem caráter dialógico, mas é limitada quanto aos sinais simbólicos; 3) a *quase-interação mediada*, comumente chamada de comunicação de massa (rádio, televisão), que também estende a relação espaço-tempo e restringe a troca simbólica, porém difere da interação mediada por ser de caráter monológico (fluxo unidirecional aberto, geralmente um para muitos, orientada a um espectro indefinido de receptores); e 4) a *interação mediada on-line* (a comunicação mediada por computador) que, a reboque da revolução digital, estende ainda mais as relações no espaço/tempo, enfrenta algum limite de pistas simbólicas e é de caráter dialógico, mas em um modelo ‘muitos para muitos’ (mídias sociais, por exemplo) e, por isso, distingue-se das demais interações mediadas.

Segundo o autor, a compreensão da ideia de visibilidade só é possível a partir da observação da especificidade de cada interação (diferentes características sociotécnicas das mídias). Além disso, ele salienta que, no dia a dia, os quatro tipos de interação constantemente se misturam de maneira complexa, bem como os indivíduos se movimentam entre elas. Ainda sobre o contexto da vida cotidiana, o autor chama atenção para o fato de que todas as diferentes interações estão sempre vinculadas a organizações sociais estruturadas de diversos modos. Se devemos nos comportar de ‘certa maneira’ em determinados locais de interação face a face, também nos comportamos *online* de acordo com os protocolos que cada mídia nos oferece. E, se as interações são dadas em contextos diferentemente estruturados,

devemos considerar que nem todo indivíduo ou organização têm a mesma capacidade e/ou poder para tornar algo visível ou invisível.

Há mais de uma década Thompson (2008) aponta esse novo regime de visibilidade ampliada, composto por formas interacionais heterogêneas e transversais. Nesse cenário, muitas coisas que, em outros tempos, eram consideradas de domínio privado hoje são evidentes ao conhecimento de qualquer um. Segundo ele, isso passa longe de uma falha nos sistemas de comunicação e informação. A visibilidade (e intimidade) mediada e ampliada tornou-se estratégia explícita no enfiamento dos indivíduos e organizações para com suas lutas diárias.

Dessa forma, fazer parte de uma sociedade conformada pela lógica da autopromoção não é mais uma escolha aos indivíduos e organizações. Thompson (2018) acrescenta que estar adaptado às novas formas de interação e visibilidade é uma obrigação contemporânea e, por isso, a gestão da visibilidade há um bom tempo deixou de ser alternativa.

Para Thompson (2008), é um exagero acreditar no fim da privacidade, porém as condições de entendimento do que vem a ser essa privacidade continuam mudando, e de forma acelerada. Se a modernidade trouxe certa nebulosidade para as fronteiras entre público e privado, hoje é praticamente impossível demarcá-las. Ainda assim, corroborando com a afirmação do autor, Baldissera e Sartor (2016) nos lembram que a relação público-privado ainda é algo estruturante para as sociedades atuais, bem como suas fronteiras são mais claras para determinados domínios de experiência. Nesse sentido, Jovchelovitch (2000) sugere a compreensão dessa dicotomia, que atravessa as noções de visibilidade e invisibilidade, não pelo objeto em si, mas pela forma como ele circula e pelo lugar que os atores sociais o projetam. Elemento de privatização do público ou de publicização do privado, o que importa, segundo Thompson (2008), é a consciência de que a visibilidade mediada e ampliada é fundamento contemporâneo dos conflitos sociais e políticos, independente da instância em que se desenrolam.

5.2 O segredo: a regulação do par dialógico visibilidade-invisibilidade

A este ponto, após discorrermos sobre algumas características do regime hegemônico de visibilidade ampliada, aprofundaremos a noção de visibilidade/invisibilidade que norteará a investigação. Começemos nos perguntando:

de que visibilidade ou invisibilidade estamos falando? Geralmente, o que vem à tona de imediato, ao pensarmos em visibilidade (mediada ou não), remete ao sentido humano da visão. Logo, a invisibilidade estaria relacionada ao que não é perceptível à visão humana. Thompson (2008) explica que essa relação com a visibilidade é a mais comum no fluxo normal da vida cotidiana. Conseqüentemente, relaciona-se também às características espaço-temporais (podemos ver até certa distância e até onde a luz nos permite, bem como não podemos ver futuro ou passado). Essa é a visibilidade situada, de copresença, fisicamente restrita ao sentido humano da visão.

Ocorre que a visibilidade não pode ser considerada como dimensão sensória isolada. Afinal, ela está sempre acompanhada, por exemplo, de uma palavra escrita/falada ou de algum outro elemento sensorial. Para Thompson (2008), o ato de ver pressupõe um espectro mais amplo, que inclui sentidos além da visão, aspectos culturais e outras referências que acompanham a imagem visual e, conseqüentemente, tensionam e reelaboram o modo como essas imagens são percebidas e compreendidas. Se, mesmo na visibilidade situada, ver não é 'pura' visão ou simples captação de objetos, nas formas de visibilidade mediada esse ato de ver ganha ainda mais variáveis, o que gera complexidade ainda maior.

Considerando a imagem como um elemento central ao entendimento da (in)visibilidade, recorreremos a Baldissera (2008) para a compreensão do conceito. Ao adentrar na polissemia da imagem, ele propõe uma tríade: a imagem físico-visível, a imagem-linguagem e a imagem-conceito.

A imagem física, ligada ao sentido humano da visão, mantém dupla dependência, em relação à luz e ao modelo (objeto no qual a luz se reflete). No aparelho óptico humano, os fluxos de luz transformam-se em "impressões que, quando articuladas e dotadas de significação podem constituir-se em informações para o (re)conhecimento do mundo sensível" (BALDISSERA, 2008, p. 197). Para o autor, essa é a instância básica da imagem, fenômeno físico ainda privado de simbolismo e juízo de valor.

Na imagem-linguagem, a primeira instância da imagem física pode se conformar em linguagem, ou seja, ser significada. É após esse processo de codificação que se configura a linguagem imagética, que pode ser utilizada nos processos infocomunicacionais. Baldissera (2008) nos lembra da existência do processo inverso, que parte da palavra para chegar à imagem visual. Ou seja, imagens formadas na mente humana a partir da articulação simbólica.

Fechando a tríade, o autor propõe a instância da imagem-conceito. São as imagens que se manifestam como juízos de valor, conceitos atribuídos a algo ou alguém. Construída sem a necessidade de qualquer correspondência com a representação visual, nem com aspectos identitários do objeto em si, a imagem-conceito é ato judicativo baseado em percepção, sobre o que parece ser. Por isso, tem sua fundamentação na significação, e não necessariamente na comunicação.

A tríade baldisseriana nos auxilia como base para ampliarmos a noção de visibilidade sugerida por Thompson. Muito além da dimensão físico-visível, a visibilidade e a invisibilidade contemplam aspectos sensoriais dos mais diversos e, especialmente, todo um plano simbólico (que remete à linguagem, às referências culturais e a percepções) que não necessariamente têm a ver com as representações visuais dos objetos. Em perspectiva ainda mais complexa, ao considerarmos o regime atual de visibilidade ampliada, que contempla as formas de visibilidade mediadas, nota-se – de maneira mais explícita – que a visibilidade está também ligada a dados disponíveis na ambiência digital, materializados em comportamentos, transações e outros movimentos traçados pelos indivíduos, não necessariamente ligados a suas representações físico-visíveis, mas a seus rastros digitais.

Adotada essa compreensão mais ampla da visibilidade e da invisibilidade, que ultrapassa a imagem físico-visível e as contingências sensoriais da visão humana e que, no regime atual de visibilidade ampliada, contempla os traços digitais de indivíduos e organizações, refletamos agora sobre a relação entre visibilidade e invisibilidade. Conforme expusemos, há pouca fonte bibliográfica no que se refere à invisibilidade. A reboque do desenvolvimento tecnológico e da sociedade da autopromoção, logicamente a literatura sobre visibilidade (ampliada) se desenvolveu em potência muito maior do que os estudos sobre o que é invisibilizado. Contudo, por pressuposto, não há como pensar em uma instância sem a imediata referência à outra. Dar a ver e dizer de si ou ocultar e silenciar? Esses atos são sempre uma escolha realizada por indivíduos e/ou organizações. E quando esses não têm escolha, como em muitas situações enfrentadas na ambiência digital, outros estão fazendo essas escolhas por eles. Se pretendemos abordar a gestão dessas escolhas, não há como pensar separadamente em uma gestão da visibilidade ou da invisibilidade. Afinal, essa relação não é dicotômica, e sim dialógica.

Podemos pensar, aqui, na ideia do princípio dialógico de Morin (2000), um dos três princípios básicos do seu Paradigma da Complexidade. Para o autor, o dialógico

está ligado à “associação complexa (complementar, concorrente e antagônica) de instâncias necessárias ‘junto’ à existência, ao funcionamento e ao desenvolvimento de um fenômeno organizado” (MORIN, 2000, p. 201). Tal princípio preserva a dualidade no contexto da unidade, associando termos ou instâncias que, em uma primeira consideração, parecem dicotômicos. Morin (2000), ao propor uma lógica que une esferas, simultaneamente, antagônicas e complementares, sugere que pensemos para além da justaposição. Dessa forma, ainda que o ato de visibilizar ou invisibilizar seja uma espécie de escolha, uma opção não inviabiliza totalmente a outra esfera, pois nunca conseguiremos visibilizar ou ocultar o todo, tendo em vista a gama de interações que desenvolvemos nas mais diversas redes (face a face ou digitais) que nos conectamos. Visibilidade e invisibilidade, tomadas como par dialógico, estão sempre em relação tensional, em uma espécie de disputa, que não elimina de forma completa uma ou outra instância, mas que resulta fatalmente em diferentes níveis de iluminações e opacidades.

Essa contínua tensão entre dar a ver e ocultar remete a uma relação de forças em disputa que, na concepção foucaultiana (1996), compreende-se como relações de poder. Existem os mais diversos tipos de tensões, microlutas, tentativas de dominação, sendo que importa considerar que tais enfrentamentos entre as forças em disputa são sempre reversíveis, longe de qualquer determinação. Se toda relação, para Foucault (1996), é relação de forças e, se toda tentativa de visibilizar ou invisibilizar envolve atores sociais (humanos ou não-humanos) em disputas, podemos considerar que as relações de poder perpassam a dialógica da (in)visibilidade, atualizando a todo momento qual instância – e respectivo ator(es) que a impulsiona(m) – está em predominância.

Considerada a (in)visibilidade como par dialógico, devido às forças em constante disputa, voltemos à reflexão sobre a chamada gestão da (in)visibilidade. Cabe dizer, a princípio, que entendemos gestão para além de uma competência de domínio. Isto é, o fato de lidar com a imprevisibilidade, não significa que não haja intenções de gestão, no caso de nosso objeto de estudo, de gerenciamento da (in)visibilidade. Distanciada de um viés determinístico, a gestão lida com as dificuldades e situações do cotidiano que se apresentam. Logicamente, há objetivos por trás, bem como tentativas de controle, o que não implica o afastamento da incerteza dos processos. Nessa perspectiva, de ajustes tentativos promovidos pela gestão, afastar a dicotomia visibilidade-invisibilidade implica pensar no momento de

escolha entre visibilizar ou ocultar, experienciado a todo instante por indivíduos e organizações, não como um simples ato que elimina completamente uma ou outra possibilidade. Parece mais fecundo, em termos de gestão, pensar em uma tentativa de regulação constante da (in)visibilidade por parte dos atores sociais, em vez de uma oposição reducionista que não contempla a complexidade das interações e que geralmente está ancorada na naturalização do estar conectado, do dizer de si e dar-se a ver, impulsionadas pela lógica do capital. Para adentrarmos nessa problemática da regulação, convocamos para análise a questão do segredo, que consideramos elemento fundamental para essa compreensão dialógica.

A noção de segredo aqui adotada segue a linha da sociologia do segredo de Simmel (2009), que o posiciona como um conjunto de relações profundamente ligado à sua contrapartida, a revelação. Nesse sentido, o segredo se apresenta como dinâmica comunicativa, atravessada por uma série de atitudes/comportamentos – retóricas, silenciamentos, opacidades, mentiras, cooperações e também formas de revelação – e se afasta de sua comum valoração social negativa, que geralmente o conecta apenas à mentira e à ilegitimidade. Muito mais do que seu conteúdo, o segredo é viabilizador interacional, na medida em que qualquer interação pressupõe certos níveis de ignorância e conhecimento mútuos.

Sobre a valoração negativa do segredo em relação à ética e moralidade social, Maldonado (1999) explica que esse enquadramento construído em torno do que é da ordem do secreto é fortemente atravessado pelo ideal da democracia moderna, que enaltece – entre outros valores – o direito à informação e à transparência, embora saibamos que cada vez é mais difícil traçar limites entre o que deveria ser público ou privado. Segundo a autora, desde o formalismo kantiano, toma-se a ideia de que o segredo recobre algo inconveniente à revelação pública. Como exemplo, ela indica a própria maçonaria, que em seus primórdios, pelo fato de se organizar em reuniões e rituais secretos, bem como ocultar suas informações circulantes em relação ao chamado espaço público, cedeu justificativa para que Igreja Católica condenasse seus iniciados à heresia.

Ainda sobre a transparência como principiologia do Estado democrático, Bobbio (2015) salienta que, em toda a história da democracia, o chamado “poder invisível” assumiu diferentes formas para contrapor/escapar (organizações criminosas, seitas políticas secretas) e até para beneficiar o Estado (serviços secretos dos governos). Para o autor, ainda que seja inadmissível um poder paralelo em um

regime democrático, a democracia nunca cumpriu a promessa de acabar com o poder invisível que, sob diferentes arranjos, pratica atos políticos relevantes sem assumir as devidas responsabilidades.

No início do século XX, Simmel (2009) marca posição contrária à perspectiva kantiana do segredo fundamentalmente nocivo à democracia e à cidadania, pois ele confere relevância à tensão entre o ideal de transparência requisitado às relações sociais e os níveis de ocultação que também são parte necessária de qualquer processo interativo. Da obra de Simmel, emerge uma compreensão do segredo atenta à necessária e variável medida dos graus de ocultação e revelação de cada relação social.

O segredo, com o tempo, deixa de ser um mal em si e passa inclusive a ligar-se às bases da liberdade individual. Com a reflexão evolutiva acerca das noções de público e privado, algumas correntes passam a perceber o segredo como direito individual. Nesse contexto, retomamos a argumento de Bobbio (2015), de que, nas relações privadas, o segredo deveria ser a regra, justamente pela democracia defender a máxima liberdade dos indivíduos, que devem (ou deveriam) estar protegidos de um excessivo controle.

Independente de valoração positiva ou negativa, Simmel (1999) compreende o segredo como forma sociológica neutra, acima do valor de seus conteúdos. Substancial na estrutura das relações recíprocas humanas, o segredo atravessa o desenvolvimento histórico-social, como “[...] uma forma que está sempre recebendo e liberando conteúdos: o que originalmente havia sido manifesto pode tornar-se secreto, e o que havia sido mantido oculto rompe essa ocultação” (SIMMEL, 1999, p. 224). O autor explica que a vida humana coletiva demanda certas doses de segredo, visto que estamos sempre abrindo mão da proteção de alguns conteúdos e formando barreiras em relação a outros, trabalhando essa alternância constante com o social. Dessa forma, sempre se preserva certa medida de segredo.

A ideia do segredo como forma neutra, em que ora um conteúdo pode estar oculto, ora ele pode estar revelado (SIMMEL, 1999), se aproxima da concepção do segredo como ato de escolha (BOBBIO, 2015) entre o que adentrará ou escapará à sua barreira, o que o remete ao modelo dialógico visibilidade-invisibilidade, que propomos anteriormente. Dessa forma, como ato que impõe os conteúdos a serem ‘liberados’, o segredo se afirma como o próprio regulador da (in)visibilidade. Como

forma neutra, que admite alternância, variando a depender do desenrolar das relações de força que estão em constante disputa.

Para elucidarmos de forma mais clara essa ideia do segredo como regulador de (in)visibilidade, recorreremos ao entendimento de Despret (2011), que o percebe como aquilo que separa, que mostra o que pode e não pode ser mostrado e, por essa prerrogativa, tem a ver com o poder. Ela explica, a partir da etimologia, que *secretus* é a forma no particípio passado de *secernere*, que significa separar. Dessa raiz, que designa ‘aquilo que se separa’, podemos compreender o segredo como algo que organiza o que se mostra e o que se esconde. Dotado dessa função organizadora, o segredo cumpre um papel simultâneo de definição, tanto do conteúdo quanto do seu acesso. A autora nos lembra de uma máxima do senso comum: “qualquer coisa que somente eu sei, mas que não se tem como segredo, não o é” (DESPRET, 2011, p. 12). Nesse sentido, o segredo existe para demarcar e, de certa forma, mostrar o que está oculto. Ao mesmo tempo, ele organiza o que deve ser separado.

A perspectiva de Despret (2011) dialoga com o entendimento de Simmel (1999), pois não privilegia o conteúdo em si, mas posiciona o segredo para além dele. Para a autora, não se trata de saber qual é o segredo, de compreender sua essência, mas de explorar o que faz o segredo e, principalmente, o que ele faz fazer. Sem prendê-lo ao conteúdo, interessa menos o que o segredo autoriza ou interdita, e mais o que ele cria e potencializa.

Despret (2011) adverte que não se deve tratar o segredo apenas pensando em simples relações de causa e efeito. Em seu estudo etnopsicológico acerca do segredo nas práticas da psicoterapia, a autora aponta essa leitura reduzida ao oferecer como exemplo a relação que geralmente se atribui ao segredo na interação paciente-psicólogo: em virtude de o paciente revelar algo secreto, o terapeuta é envolvido e se compromete a trabalhar nessa esfera. Isso seria simplificar, tratar ‘o segredo pelo segredo’, de modo que ela sugere uma inversão: “é porque o dispositivo se constrói como um dispositivo de segredo que o paciente é conduzido a privilegiar a produção de segredos” (DESPRET, 2011, p. 9). Dessa forma, o segredo não é mais encarado como supletivo à interação, mas como o próprio fabricante de novos processos específicos.

Fora da especificidade do exemplo acima, trabalhemos com a ideia de que o segredo fabrica algo (DESPRET, 2011). Ao construir uma experiência de desordem na(s) subjetividade(s) envolvida(s), ele engaja a viver sua perturbação, inquieta

pensamentos e modifica comportamentos. A autora aponta uma fabricação de interioridades, uma atualização de subjetividades. Dessa forma, ela se aproxima novamente de Simmel (1999, p. 221), que defende o segredo como ampliação da vida humana, pois “[...] oferece, digamos, a possibilidade de um segundo mundo junto com o mundo manifesto, sendo este decisivamente influenciado por aquele.”

Essa ampliação da vida indica que o segredo não apenas atualiza as interioridades como também atualiza as relações entre indivíduos ou grupos. A existência de um segredo influenciará comportamentos tanto dos que compartilham segredo(s) quanto dos que estão separados por essa barreira: “[...] enquanto uma das partes não se dá conta da existência de um segredo, o comportamento daquele que o oculta e assim toda a relação, são permeados por tal fato” (SIMMEL, 1999, p. 221).

Para Simmel (2009), qualquer relação entre pessoas pressupõe que uma saiba certas coisas sobre a outra. Logo, em qualquer relação se desenvolvem também diferentes tipos de reservas. A medida de ocultação ou clareza irá variar para cada interação, dependendo de quanto cada parte visibiliza à outra por meio das suas falas ou atos (e aqui não esqueçamos os comportamentos na ambiência digital). Para o autor, é natural que, nesse jogo permanente de visibilidade-invisibilidade, floresçam as inexatidões e os preconceitos. Afinal, ainda que certa medida de ‘verdade’ seja necessária para a vida humana, nas diferentes relações são atingidos os graus necessários de conhecimento acerca do outro para que as condições mínimas de interação estejam satisfeitas.

Dessa forma, sem jamais conhecer o outro de maneira absoluta, formamos espécies de unidades do(s) outro(s), a partir dos fragmentos que chegam até nós. Essa unidade construída dependerá do que esse outro fornece, podendo ser porções que ele permite visualizar, ou doses que escapam ao seu controle. Em virtude da especificidade de cada relação, concepções diferentes sobre o outro não significam enganos ou incompletudes, pois não há representação ou interpretação correta de uma pessoa. Fora isso, não esqueçamos que esse outro tanto pode nos revelar porções de verdade, como também nos enganar, modificando sua conduta e gerenciando as impressões referentes a si próprio (GOFFMAN, 2002).

Esclarecidas tais contingências naturais das relações recíprocas, Simmel (2009) salienta que, nas relações primitivas, o conhecimento do outro era muito mais necessário. Isso porque, ao longo do tempo, houve um processo de objetivação das relações humanas, impulsionado pela ampliação da impessoalidade e consequente

redução do que se absorve da subjetividade do outro. Observa-se aqui que o autor (2009, p. 232), no início do século XX, já apontava uma cultura moderna bem mais objetiva: “[...] a sensibilidade moderna se inclina mais para as amizades diferenciadas, amizades que se limitam a um dos aspectos da personalidade, deixando outros fora do jogo”. Se retomarmos nossos apontamentos introdutórios, de uma contemporaneidade caracterizada por fluidez, instantaneidade, urgência, vínculos superficiais e enfraquecimento das identidades, podemos conferir ainda mais robustez ao que defendia o sociólogo alemão e reconhecer que ‘conhecer o outro’ passou a se referir cada vez mais a características externas.

As relações humanas, dessa forma, são diferenciadas em termos de conhecimento recíproco. Uma questão de coerência social, em que cada pessoa precisa saber um mínimo de coisas sobre a outra para dar seguimento às relações. Essa é, para Simmel (2009), a característica sociológica da combinação segredo-revelação. Toda negociação entre seres humanos pressupõe que um sabe mais ou menos que o outro, a depender do que esse outro deixa revelar (GOFFMAN, 2002). E, além da barreira entre o que é intencionalmente ou não visibilizado e ocultado, existe a referência ao que é intencionalmente ou não respeitado. Na medida em que há uma esfera ideal de segredo que envolve todo ser humano, essa barreira se coloca em relação ao outro, que pode ou não se aventurar a invadi-la, sob o risco de perturbar a intimidade alheia. Para o autor, todo homem significativo possui uma força interna que regula e procura marcar essa distância, que solicita respeito e sensibilidade ao outro frente a essa barreira.

Ocorre que, para Simmel (2009), essa força interna – que demanda o comportamento secreto – gera uma atração social específica. Para o detentor do segredo, “[...] a exclusão tão enfatizada dos que não o detêm traz um forte sentimento de posse [...] (SIMMEL, 1999, p. 222). E tal posse pouco tem a ver com o conteúdo em si, mas principalmente com a consciência da exclusão do outro. Esse sentimento de propriedade eleva o detentor a uma posição de exceção, pois sua exclusividade é amplificadora de significados. E o que é ‘negado’ a muitos se torna valioso.

A intenção de ocultar que, de certo modo, implica respeito/aceitação voluntário ou não da outra parte, desenvolve uma intensidade de grande potência quando está perante a uma clara intenção de violação/descoberta por parte dos excluídos (SIMMEL, 2009). Geralmente, é, em um momento como esse, que o segredo faz emergir sua faceta da dissimulação, da malversação, como forma de defesa.

A exclusão do outro também pode conferir uma espécie de proteção para os que detêm o segredo. Segundo Despret (2011), a prática do segredo pode ter a intenção de manter distância. A autora nos faz pensar nas organizações, exemplificando esse viés protetor do segredo a partir do campo da psicologia clínica, em especial na figura do profissional terapeuta. Contrariando a tradicional visão de que o segredo protege o paciente, ela propõe um olhar para a proteção que o terapeuta usufrui. Isso porque a chamada prática da intimidade, baseada no segredo paciente-terapeuta, reivindicada pelo profissional como seu domínio de competência, se configura como um “saber indeterminado” resultante de experiências práticas, que permanece apenas sob o seu ‘controle’. Como contraponto, a construção de um saber especializado, a partir de regras, prescrições e vigilâncias, pressupõe um conhecimento acessível, no mínimo, a um grupo de múltiplos interventores que fiscalizam o desenvolvimento desse saber, nesse caso, o de uma profissão. O segredo paciente-terapeuta acaba por legitimar a autonomia e o domínio do profissional, tornando visíveis as hierarquias entre *expert* e profano (inclui-se aqui o próprio paciente). O segredo que, lembremos, mais separa do que esconde, evita proximidades ameaçadoras de atores externos a um determinado círculo, criando assimetrias na condição de dispositivo demarcador. Aqui percebemos que o segredo produz espaços de intimidade não apenas nas subjetividades, mas nas relações entre indivíduos e grupos.

Goffman (2002), ao abordar as equipes de representação, também expõe alguns usos estratégicos do segredo nas organizações. Um deles se revela na necessidade de serem alcançados objetivos organizacionais, em que se faz necessário contornar determinadas informações, deixando de expor algumas, ao mesmo tempo em que se dá a impressão de que apenas determinadas informações estão em vigor. Os sigilos impostos ao grupo muitas vezes não servem somente para evitar a publicização de informações ou métodos organizacionais, mas para atribuir maior importância a outros. Outro exemplo é o uso das reticências de forma estratégica. Em algum momento, haverá situações em que não é possível tratar assuntos abertamente. Contudo, mesmo que duas partes saibam que há informações não reveladas, o limite – e conseqüente separação e organização – imposto pelo segredo é mantido para que a relação siga minimamente estável. Essa prática é muito comum em negociações, por exemplo.

Além do que emerge da exclusão do outro, Simmel (2009) reconhece a atração social do segredo na consciência da possibilidade do rompimento. O detentor do segredo também é atraído pelo poder de dar as cartas, de surpreender e até mesmo de (auto)destruição. Para Bobbio (2015), o segredo favorece o desvio. E, por vezes, esse desvio exige novo(s) segredo(s) para que se evite uma outra descoberta. Assim, um espaço original de invisibilidade pode até mesmo se alargar, em virtude dessa tensão permanente de ocultação e revelação. Se o segredo carrega um fascínio por sua posse e manutenção, carrega também o fascínio da ruptura, da traição. Para Simmel (2009), todas as relações são permeadas por esse tensionamento entre a vontade de guardar e revelar. Logo, diferenciam-se pela ‘quantidade’ de segredo que as envolvem e desenvolvem-se pela medida das energias dispensadas no esforço de manter ou romper os limites que balizam tais porções.

Por um lado, a sensação de posse de algo valioso, a posição de exceção, a consciência da exclusão do(s) outro(s). Por outro, a dificuldade de suportar a tensão da manutenção do segredo, o poder de transformação de um cenário. Segundo Simmel (2009), essa tensão permanente é o que constitui a atração social, o fascínio pelo segredo. Tensão essa que só é possível de ser dissolvida no momento da revelação.

Da mesma forma que necessitamos de certas proporções de verdade e erro em nossas vidas, também precisamos desse misto de clareza e opacidade para darmos prosseguimento em nossas relações. Conviver com o desconhecido faz da idealização impulso natural do ser humano. O segredo é sempre intensificado pela faculdade humana de imaginar, que confere ênfases e sentidos que dificilmente correspondem ao seu ‘verdadeiro’ conteúdo. E, se viver o tensionamento – entre guardar e romper a barreira – é o que fomenta o fascínio pelo segredo por parte de quem o detém, a possibilidade de invadir e penetrar no âmago de um segredo pode ser a chave para a destruição de um encanto para quem está do outro lado da barreira. Esse é, para Simmel (2009), o perigo das entregas absolutas: uma “realidade banal”, de fraca imaginação, sem espaço para surpresas.

Feitas essas considerações, importa dizer que iniciamos a apresentação do objeto empírico evidenciando a relevância de seu caráter secreto e, agora, encerramos nosso referencial teórico, adensando nossa compreensão acerca do segredo, que considera sua dinâmica comunicativa, como um viabilizador interacional (SIMMEL, 1999). O segredo, assim entendido, se configura como aspecto

fundamental para pensarmos a (in)visibilidade em perspectiva dialógica, na medida em que se configura como seu regulador, demarcando processos contínuos de decisões que não inviabilizam totalmente umas às outras. Da mesma forma, o segredo se apresenta como elemento relevante no que diz respeito ao imaginário que perpassa os processos de significação que tomam a maçonaria como seu referente, fomentando a espécie de 'aura' que envolve a organização. E, ainda, no tocante aos processos de comunicação organizacional, naturalmente o caráter secreto se impõe em relação aos processos culturais, de inter-relação sistêmica e de institucionalização na/da maçonaria. Assim, estabelecidos em um referencial que segue uma orientação de cunho interacionista, confere relevância ao segredo e propõe um olhar diferenciado para a ideia de (in)visibilidade, seguimos com a apresentação do percurso metodológico que realizamos para explorarmos o objeto de pesquisa, junto das respectivas análises e resultados obtidos.

6 MAÇONARIA E CONEXÕES EM REDES DIGITAIS

Após apresentarmos as bases teóricas que fundamentam nosso estudo, passemos às questões de ordem metodológica. Antes de iniciarmos a exposição dessa etapa da investigação, cabe esclarecermos como ela se dará. Para os capítulos 6, 7 e 8, seguiremos a mesma estrutura de apresentação, em que evidenciaremos as fases de nosso percurso metodológico, discorrendo, primeiramente, sobre os aportes aos quais recorreremos como técnicas de coleta e análise de dados. Exibiremos, então, os critérios adotados para a execução das coletas, bem como os modos como foram realizadas. Após, indicaremos os critérios que basearam as análises e, em seguida, realizaremos a apresentação das análises em si, junto de seus respectivos resultados.

Optamos por esse modo de organização por dois motivos principais. O primeiro é relativo ao fato de contarmos com três importantes etapas de coleta e análise de dados e, por isso, entendemos que o texto se torna mais objetivo e menos redundante, na medida em que não necessitamos explicar todos os procedimentos para depois retornarmos – de forma fragmentada – com as respectivas análises. Ademais, consideramos que esse modo de exposição evidencia ainda mais os porquês das escolhas pelos procedimentos, sempre motivados pelas revelações do objeto de estudo, oriundas de cada etapa de análise.

Importa dizer que, após os três capítulos de análise, no capítulo 9, discorreremos sobre nosso último procedimento analítico, que relaciona os três anteriores. Essa análise transversal, que responde diretamente ao objetivo geral da pesquisa, será apresentada nos mesmos padrões de organização das anteriores (primeiro seus critérios, depois os movimentos de análise e, por fim, os resultados).

Cabe retomar, ainda, que o percurso metodológico teve como base a referência epistêmica interacionista. Assim, vale ressaltar que o interacionismo simbólico não indica técnicas específicas de coleta e análise de dados e, por isso, nosso percurso é orientado, mas não limitado a essa lente. Procuramos, então, escolher procedimentos metodológicos observando o avanço da exploração do problema e objeto de pesquisa, buscando manter o rigor paradigmático, mas observando, também, possíveis lacunas que a lente interacionista poderia deixar.

Nesse sentido, o primeiro procedimento metodológico realizado foi a Análise de Redes Sociais Online (ARS), que justamente atenta para um fator que é motivo de crítica à abordagem interacionista: a ausência do olhar para as estruturas, bem como

para as ações criativas dos atores nelas inseridas (BOURDIEU, 1990). Dessa forma, procuramos analisar redes – em que a maçonaria está inserida – que se configuram em uma macroestrutura (no caso, o *Twitter*) que apresenta modos de fazer socialmente elaborados e disponibilizados para acionamentos (BRAGA, 2017), assim como envolve relações de poder que estão além da imediaticidade de uma interação específica.

Utilizamos a ARS a fim de explorarmos o objetivo específico ‘A’ da pesquisa, que é *examinar a ocorrência de pressão dos públicos sobre a maçonaria no que diz respeito à abertura e visibilidade, bem como averiguar as conexões da organização em/a partir de dispositivos interacionais por ela endossados*”. Como dissemos, no contexto do dispositivo interacional *Twitter*, operaremos tanto com redes que se estabelecem a partir de perfis oficiais da maçonaria quanto com redes que circulam conteúdo sobre a maçonaria sem necessariamente incluírem perfis oficiais da organização nessas relações.

Vale ressaltar que a ARS foi escolhida, prioritariamente, para fins de contextualização. Procuramos, nessa primeira ‘entrada’ em campo, realizar um exame do nosso objeto empírico de forma macro – no caso, a maçonaria como um todo no Brasil e suas conexões – para, a partir desses achados, avançarmos em recortes acerca de suas especificidades. Nesse sentido, acreditamos que, para a consecução dos objetivos propostos, tendo em vista a dimensão da organização maçonaria, bem como suas peculiaridades regionais, se faz necessário situar o objeto tanto nessa perspectiva macro, como no que diz respeito às suas singularidades (conforme apresentaremos nos capítulos posteriores).

Isso posto, antes de esmiuçarmos o procedimento de coleta, seguimos com os fundamentos de base da ARS, a partir da compreensão de Recuero (2017, p. 8), que a considera uma perspectiva de “[...] estudo de grupos sociais que permite sua análise sistemática a partir de sua estrutura, através de medidas específicas [...]”. Para a autora, optar pela ARS implica reconhecer grupos sociais como redes, em que os atores sociais estão inseridos em estrutura(s) de relações (entre indivíduos e organizações).

Importa, na ARS, observar a posição dos atores sociais nessas estruturas que, obviamente, modificam-se de acordo com suas ações e constituem-se a partir de complexas relações. De acordo com Recuero (2017, p. 8), “A posição desses atores

é, ao mesmo tempo, produto e produtora de interações, ou seja, a rede influencia e é influenciada pela posição de seus usuários”¹⁵.

Encaminhando ao recorte da ARS online, cabe destacar que o conceito de rede social não se reduz ao que circula no senso comum, que relaciona rede social automaticamente a dispositivos como *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*. Para Recuero (2017), é o modo de uso/apropriação dos indivíduos sobre um artefato técnico que tem potência para desvelar redes. Ainda assim, no que se refere à especificidade de uma rede social online, há aspectos importantes a serem considerados. Por exemplo, conexões ativas e um volume de informação circulante em escala muito maior do que o offline. Boyd (2010) indica algumas características das interações online, denominadas por ela como dinâmicas de rede: as audiências invisíveis, o colapso dos contextos e o borramento das fronteiras entre público e privado. Feitas essas considerações sobre a especificidade das redes sociais online, seguimos, a partir de Recuero (2017), com alguns conceitos de base para a compreensão tanto do engendramento das redes/estruturas quanto da sua própria representação sistematizada. Tais conceitos são fundamentais para o entendimento dos processos de coleta e análise de dados que realizamos.

Segundo Recuero (2017), a ARS representa os grupos sociais em sociogramas (os *grafos* sociais) a fim de observar os atores, suas posições em determinada estrutura e as interações que possibilitam tais posicionamentos. Os atores sociais são chamados de *nós* ou *nodos*, enquanto suas relações ou laços sociais são denominados *conexões* ou *arestas*. O grafo, dessa forma, consistirá em uma representação de um conjunto de nós e suas respectivas conexões. Quando nos referimos ao nó que representa um ator social, significa que pode se referir a um indivíduo ou um grupo, uma categoria ou uma organização¹⁶. Já as conexões, geralmente são expressas por números ou direções, a fim de estabelecer que laços são ‘fortes’ ou ‘fracos’, a depender do ‘peso’ ou valor da conexão. Quando se configura um conjunto de nós mais densamente conectados, forma-se um *cluster*, que são espécies de comunidades. Em um cluster, os nós ficam mais próximos devido a maior

¹⁵ O foco na estrutura para a compreensão da dinâmica dos grupos sociais é oriundo dos fundamentos da Sociometria, vertente basilar para o desenvolvimento da ARS. É dessa perspectiva que a ARS ‘importa’ a Teoria dos Grafos, que permite a sistematização das estruturas.

¹⁶ Normalmente, em um grafo os nós representados pertencem à mesma categoria. No entanto, há situações em que o grafo revela uma rede composta por nós de categorias diferentes como, por exemplo, indivíduos e organizações. Nesse segundo caso, trata-se de uma rede de dois modos.

intensidade de suas interações e, por isso, seus laços são mais fortes. Conseqüentemente, os clusters estão relacionados a fenômenos como as conexões redundantes (de alta similaridade entre as informações circulantes) e o fechamento de rede (quando todos os nós em uma rede estão interconectados)¹⁷.

Os grafos também podem expor a distância entre os nós, os chamados graus de separação (a quantas conexões um nó está em relação a outro). Além do afastamento, o grafo pode revelar a direção das conexões, a depender da especificidade da rede que será examinada. Redes direcionadas se configuram quando "[...] as conexões estabelecidas na rede não são iguais (ou não têm o mesmo peso) entre os atores" (RECUERO, 2017, p. 20)¹⁸. Ressaltamos, ainda, que o grafo pode retratar uma rede egocentrada ou inteira. Na rede ego, a estrutura se conforma a partir da centralidade de um nó e a partir dele se dão os graus de separação. Já uma rede inteira só é possível de ser exposta quando é mapeada de forma integral, ou seja, é limitada em relação a um externo.

Seguimos com as métricas utilizadas para a aplicação da ARS. Segundo Recuero (2017), as medidas mais comuns, baseadas na teoria dos grafos e de ênfase matemática, possibilitam ao investigador uma compreensão da estrutura da rede e do papel dos atores a serem observados. Existem métricas de rede e métricas de nó. As primeiras oferecem prismas sobre uma rede em seu todo, a partir do fornecimento de características gerais da estrutura a ser mapeada. As métricas de nó, por sua vez, focam o posicionamento dos nós na rede, bem como suas características individuais e/ou coletivas. A partir dos dados providos pelas métricas, podem ser feitas as interpretações acerca do posicionamento dos atores, de suas relações e do fenômeno interacional específico em si. Dado o exposto, passamos às métricas que empregamos no processo de análise.

a) Quanto às métricas de rede:

- Diâmetro de rede: identifica, entre as conexões, a maior distância entre os nós dentro do grafo (caminho mais distante entre dois nós).

¹⁷ Os *clusters* podem revelar outros fenômenos como: a homofilia, quando há alta similaridade entre os atores que o constituem no que se refere a fontes e circulação de informações; as pontes, que são nós que conectam grupos diferentes, pois transitam em circuitos mais heterogêneos; e os buracos estruturais (BURT, 1992), que se conformam quando não há laços entre nós/clusters que divergem no que se refere a fontes e circulação de informação.

¹⁸ As redes direcionadas geralmente representam as conexões por setas. Nas redes não direcionadas, em que não importa ou não há direção nas conexões, a representação é simplificada por linhas.

- Densidade: identifica o número de conexões em um grafo em relação ao total possível (a medida máxima é 1). Ou seja, o quão conectada determinada rede está. Um grafo completo (1) é aquele que tem conexões para todos os seus pares de nós. No geral, uma rede mais densa tem maior propensão para a circulação de informações, pois há atores mais conectados e maior participação.
- Modularidade: identifica subgrupos presentes em um grafo (os clusters, por exemplo), bem como os buracos estruturais.
- Componentes conectados: identifica a quantidade de grupos de nós integralmente conectados, sem nós flutuantes. Cada componente conectado é um subconjunto no grafo, isto é, (sub)redes desconectadas das demais.

b) Quanto às métricas de nó:

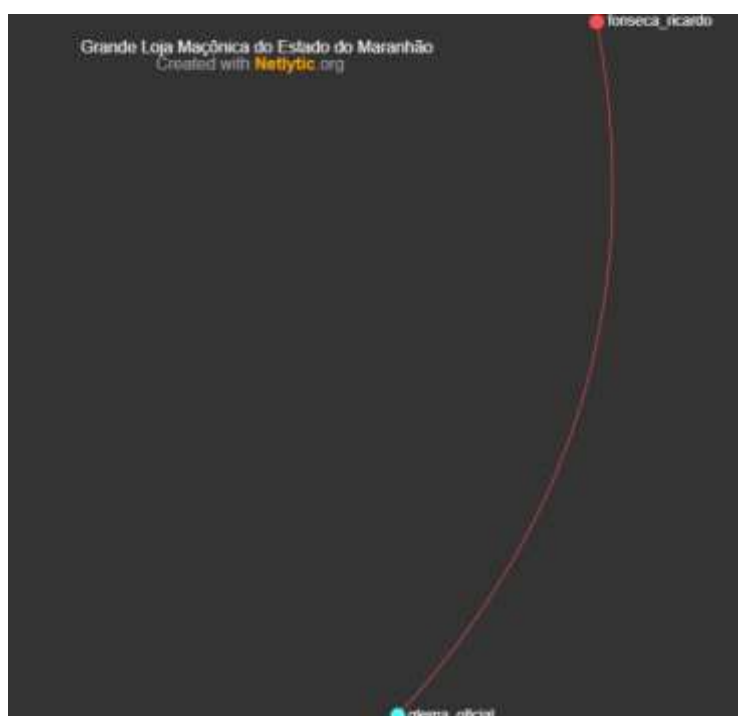
- Grau de entrada (*indegree*) e de saída (*outdegree*): referem-se, respectivamente, ao número de conexões que o nó recebe e faz. Essa duas métricas são possíveis apenas em redes direcionadas (como o caso do *Twitter*). Ambas indicam a centralidade dos nós na rede, a partir de premissas diferentes. Enquanto a primeira pode revelar, por exemplo, o quão citado determinado ator é, a segunda pode indicar um ator mais ativo, que faz mais citações ou procura constituir mais relações.
- Grau: apresenta o número total de conexões de um nó, independentemente das direções. Essa métrica é utilizada para redes não direcionadas, como a análise de uma rede de amigos no *Facebook*, que depende da reciprocidade. Ainda assim, é capaz de revelar certa centralidade de determinados nós em uma rede.
- Grau de intermediação: identifica os nós pontes, aqueles capazes de conectar diferentes grupos.

Existem outras métricas aplicáveis à ARS, porém não correspondem ao foco da nossa análise. Para o emprego das métricas, recorreremos ao software *Netlytic* (netlytic.org), tanto para coleta quanto para análise dos dados. Trata-se de uma ferramenta de coleta automática de dados de conversações em sites de rede social online (estruturas relativamente estáveis). Cabe destacar que ele permite analisar dados de seis fontes diferentes. Entre elas, conforme dissemos, utilizamos o *Twitter*. Dessa fonte, procuramos coletar dados de perfis oficiais da maçonaria e de outros atores que fazem circular conteúdos sobre a organização.

Realizamos coletas nos dias 6, 7, 8 e 9 de julho de 2020. Iniciamos procurando utilizar como parâmetro de busca perfis ou *hashtags* no *Twitter* relacionados a potências maçônicas. Como primeiro critério de busca, elegemos os cinco perfis de

potências maçônicas com mais seguidores no *Twitter*, por considerarmos os mais representativos, em virtude do alcance imediato de seus conteúdos postos a circular. Com mais seguidores, entendemos que a probabilidade de constituição de grafos para análise é maior. Os perfis eleitos foram os seguintes: @portalgob (Grande Oriente do Brasil), com 1817 seguidores; @gorgs (Grande Oriente do Rio Grande do Sul), com 428 seguidores; @grandelobjabahia (Grande Loja Maçônica do Estado da Bahia), com 368 seguidores; @glema_oficial (Grande Loja Maçônica do Estado do Maranhão), com 212 seguidores; e @GRANDELOJATO (Grande Loja do Estado do Tocantins), com 185 seguidores. Procedemos, então, com tentativas de coleta cujos parâmetros de busca foram os próprios perfis citados e algumas *hashtags* por eles utilizadas. De modo geral, as buscas foram irrelevantes, pois na maioria das tentativas não foi possível a geração de um grafo e, em poucos casos, como no exemplo que segue (figura 4), coletado em 9 de julho e referente ao perfil @glema_oficial, obtivemos como resultado um grafo insignificante, composto apenas por dois nós. Nesse caso, a conexão se constituiu a partir de um *tweet* individual que cita o perfil da Grande Loja Maçônica do Estado do Maranhão (figura 5). Não conseguimos identificar outras relações desse ator (@fonseca_ricardo) com a organização. Por sua vez, o perfil @glema_oficial não reagiu ao *tweet*.

Figura 4 - Grafo da Rede GLEMA no *Twitter*

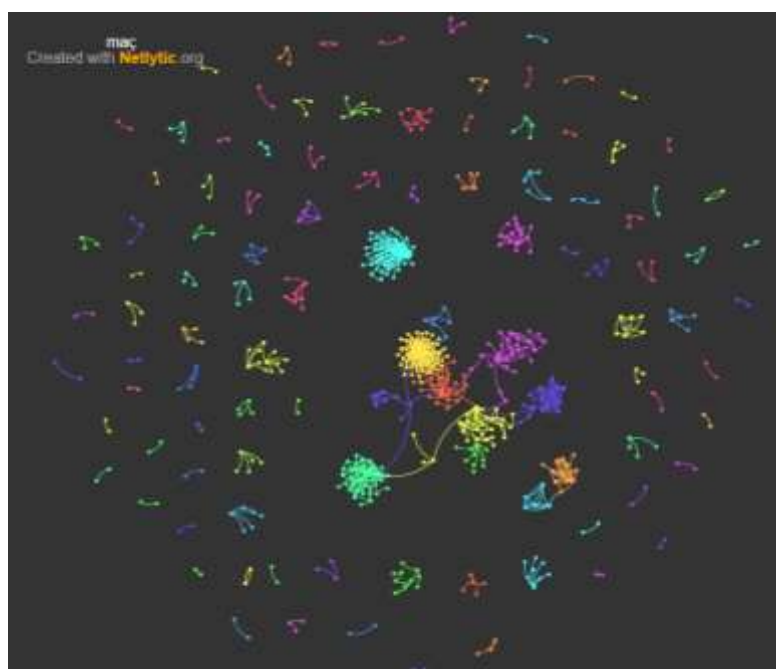


Fonte: elaborado pelo autor com emprego do software *Netlytic* (2020)

Figura 5 - *Tweet* na Rede GLEMA

Fonte: Fonseca (2020)

Tendo em vista a irrelevância dos resultados obtidos com operadores de busca relacionados diretamente a perfis chancelados pela organização, seguimos para a segunda fase da coleta, dessa vez utilizando parâmetros mais gerais. No dia 6 de julho de 2020, realizamos nova coleção de dados a partir da palavra-chave 'maçonaria'. Relacionados a tal filtro de seleção, o *Netlytic* coletou os últimos 1000 *tweets* (quantidade máxima permitida pelo software por coleta). Nesse contexto, conformou-se uma rede composta por 718 atores – com conexões estabelecidas – que postaram conteúdo relacionado à 'maçonaria' e por 767 arestas (conexões entre os nós). Na figura 6, o grafo que representa a rede que denominaremos Rede Maçonaria:

Figura 6 - Grafo da Rede Maçonaria no *Twitter*Fonte: elaborado pelo autor com emprego do software *Netlytic* (2020)

Procuramos entender alguns aspectos que envolvem a estrutura que se constitui em torno/a partir da Rede Maçonaria no *Twitter*, identificando os atores (denominados 'nós') e grupos sociais que se destacam ao procurarem conexões e impulsionarem a circulação de sentidos acerca da temática. Dito isso, importa lembrar que o *Netlytic* aplica em seu mapeamento diversas métricas de rede. Dentre elas, nos interessam as que se referem a *densidade*, *componentes conectados* e *modularidade*.

Em relação à densidade, a Rede Maçonaria apresenta o valor de 0,001621, o que significa uma rede pouco densa – lembremos que o valor máximo de densidade é 1. Isto é, o grafo não está muito conectado, pois há poucas ligações entre os nós em relação ao número total que seria possível. A baixa densidade reforça a dificuldade de as informações circularem, visto que há muitos nós que estão isolados ou limitados a poucas conexões. Podemos perceber visualmente essa questão ao observarmos os diversos pares ou grupos de nós 'flutuantes', ou seja, que estão isolados dos demais.

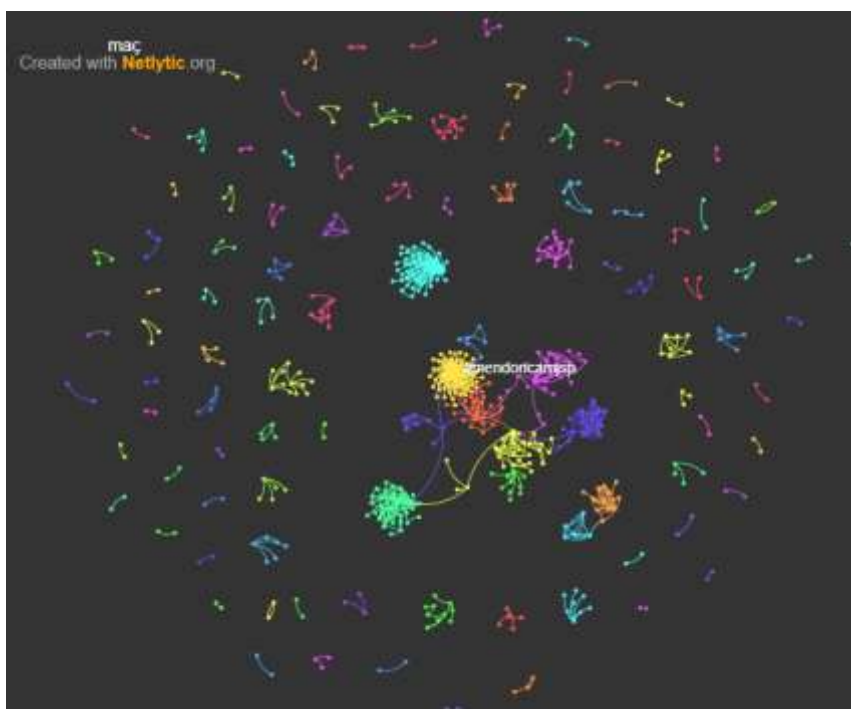
Cada um desses grupos de nós isolados dos demais é um *componente conectado*. Essa métrica revela os grupos de nós presentes no grafo que têm a chamada conexão integral, ou seja, os (sub)conjuntos de nós em que há um caminho possível para a informação circular entre quaisquer dois de seus integrantes. Como podemos visualizar, há uma grande quantidade de componentes conectados na Rede Maçonaria, pois cada par ou grupo de nós conectados que está isolado é um componente. Isso significa que há diversas pequenas redes desconectadas, flutuantes, que não mantêm interações com os demais grupos. Ao centro do grafo, há um componente principal, formado por diferentes *clusters* (espécies de comunidades/circuitos de informação constituídas das conexões).

Os *clusters*, conjuntos de nós conectados de forma mais densa (representados no grafo pelas diferentes cores), são as maiores expressões da métrica da *modularidade*, que revela a tendência à grupabilidade (a determinados nós se conectarem entre si). Tendo em vista que há muitos (pequenos) componentes conectados no grafo em questão, destacam-se os *clusters* centrais do grafo, por apresentarem um considerável número de nós com tendência a conexões mais frequentes.

Realizada a aplicação das métricas de rede, passamos às métricas de nó para uma rede direcionada, que é o caso do *Twitter*. Começamos pelo grau de entrada (*indegree*), que se refere ao número de conexões que os nós recebem e permite visualizar a centralidade de determinado(s) nó(s) na rede, de acordo com o número

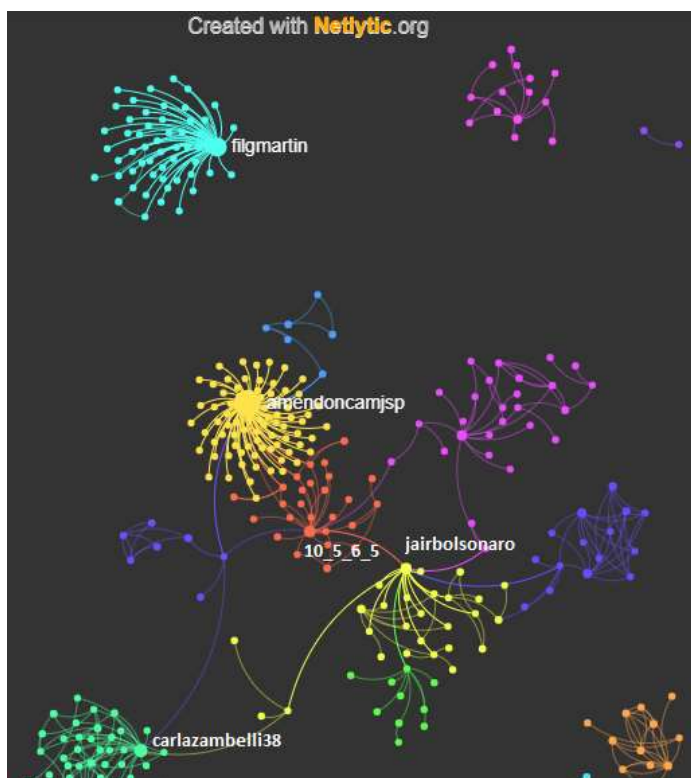
de citações. Os nós mais citados, nas postagens que utilizavam a palavra-chave 'maçonaria', foram os perfis @amendoncamjsp (84 citações), @filgmartin (51 citações), @carlazambelli38 (26 citações), @10_5_6_5 (19 citações) e @jairbolsonaro (17 citações). Esses nós possuem maior visibilidade e posição destacada na estrutura dessa rede, pois recebem maior número de conexões. Nas figuras 7 e 8, respectivamente, estão a representação do grafo inteiro sob a métrica *indegree* e um recorte da parte central do grafo, em que estão localizados os nós com maior grau de entrada.

Figura 7 - Grafo da Rede Maçonaria sob métrica *indegree*



Fonte: elaborado pelo autor com emprego do software *Netlytic* (2020)

Figura 8 - Nós mais citados na Rede Maçonaria



Fonte: elaborado pelo autor com emprego do software *Netlytic* (2020)

O nó @amendoncamjsp corresponde ao perfil no *Twitter* de André Mendonça, que ocupava o cargo de Ministro da Justiça e Segurança Pública do Brasil na data da coleta (julho de 2020). Das 84 citações relacionadas a este nó, 82 estão ligadas aos *tweets* da figura 9 (79 *retweets*) e da figura 10 (3 *retweets*). Em comum, ambos sugerindo conexões entre o ministro e a organização e realizados por perfis sem comprovada relação com a organização, inclusive os *retweets*.

Figura 9 - Nós mais citados na Rede Maçonaria (André Mendonça)



Fonte: Considerando... (2020)

Figura 10 - Nós mais citados na Rede Maçonaria (André Mendonça 2)



Fonte: Maçonaria... (2020)

Movimento semelhante ocorre com as citações referentes ao nó @filgmartins, ligado à conta no *Twitter* do então assessor da Presidência da República, Filipe Martins. As 51 citações estão todas relacionadas a um comentário de outro perfil (@DomdasThreads) relacionado a um *tweet* produzido pelo assessor. Na figura que segue, podemos observar que a citação não relaciona a maçonaria à figura do assessor. Seu perfil é, de certa forma, 'carregado' em inúmeros *retweets* em virtude do comentário do perfil @DomdasThreads, que menciona uma outra pessoa como 'embaixadora da maçonaria', sem qualquer fundamentação.

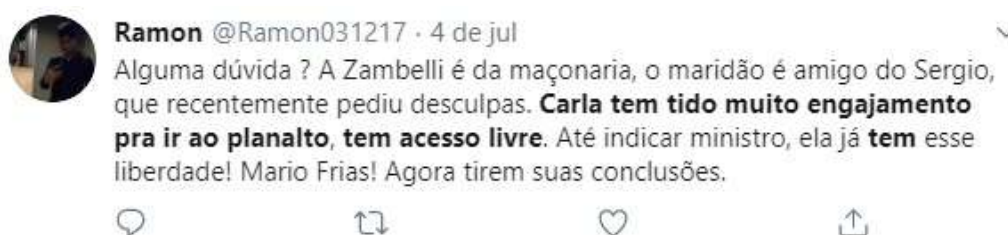
Figura 11 - Nós mais citados na Rede Maçonaria (Filipe Martins)



Fonte: Martins (2020)

Em relação ao nó @carlazambelli38, que corresponde ao perfil da Deputada Federal Carla Zambelli, observamos um movimento diferente. As 26 citações relacionadas ao seu perfil não estão limitadas a *retweets*. Ainda que digam respeito, de forma geral, ao mesmo tema – a ligação da deputada com a maçonaria –, são diferentes postagens, individuais. Todas as citações sugerem conexões da deputada com a organização, especialmente devido ao fato de que ela é casada com um membro da ordem e de que a cerimônia de seu matrimônio foi realizada em um templo maçônico. Algumas postagens, como a da figura 12, insinuem que tal ligação com a maçonaria confere influência e prestígio no meio político à deputada. Importa destacar que, tanto nas postagens que reconhecem certo poder oriundo da relação com a organização quanto nas que apenas indicam tal conexão, sempre há um viés negativo no que se refere à ligação de Carla Zambelli com a maçonaria.

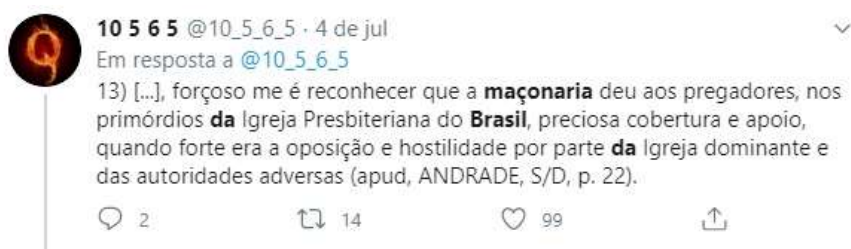
Figura 12 - Nós mais citados na Rede Maçonaria (Carla Zambelli)



Fonte: Alguma... (2020)

O nó @10_5_6_5, que se refere a um perfil de mesmo nome, obteve 17 citações. Trata-se de um perfil de engajamento político de direita conservadora, sem referências oficiais a partidos ou organizações. Merece destaque o fato de que esse nó recebeu várias citações a partir de *retweets*, mas que se referem às suas próprias postagens, como no exemplo que segue (figura 13). Na Rede Maçonaria, os temas impulsionados por @10_5_6_5 têm a ver com supostas relações entre a organização e o presbiterianismo no Brasil, porém não há quaisquer conexões entre esse ator e perfis oficiais da maçonaria.

Figura 13 - Nós mais citados na Rede Maçonaria (@10_5_6_5)



Fonte: Forçoso... (2020)

Por último, o nó @jairbolsonaro, que recebeu 17 citações, corresponde à conta oficial do Presidente da República. Diferentemente dos outros perfis ligados a atores políticos do país (André Mendonça e Carla Zambelli), as conexões com o Presidente Jair Bolsonaro não promovem sua associação com a organização, mas têm por objetivo alertar o Chefe de Estado em relação a supostos movimentos da maçonaria – geralmente associados à ala militar do governo – no intuito de derrubá-lo do poder (figura 14). Por outro lado, como nos demais exemplos anteriores, os produtores de conteúdo não têm qualquer vínculo oficial com a organização, bem como não apresentam fontes ou dados consistentes que embasem suas ideias.

Figura 14 - Nós mais citados na Rede Maçonaria (Jair Bolsonaro)



Fonte: Tonello (2020)

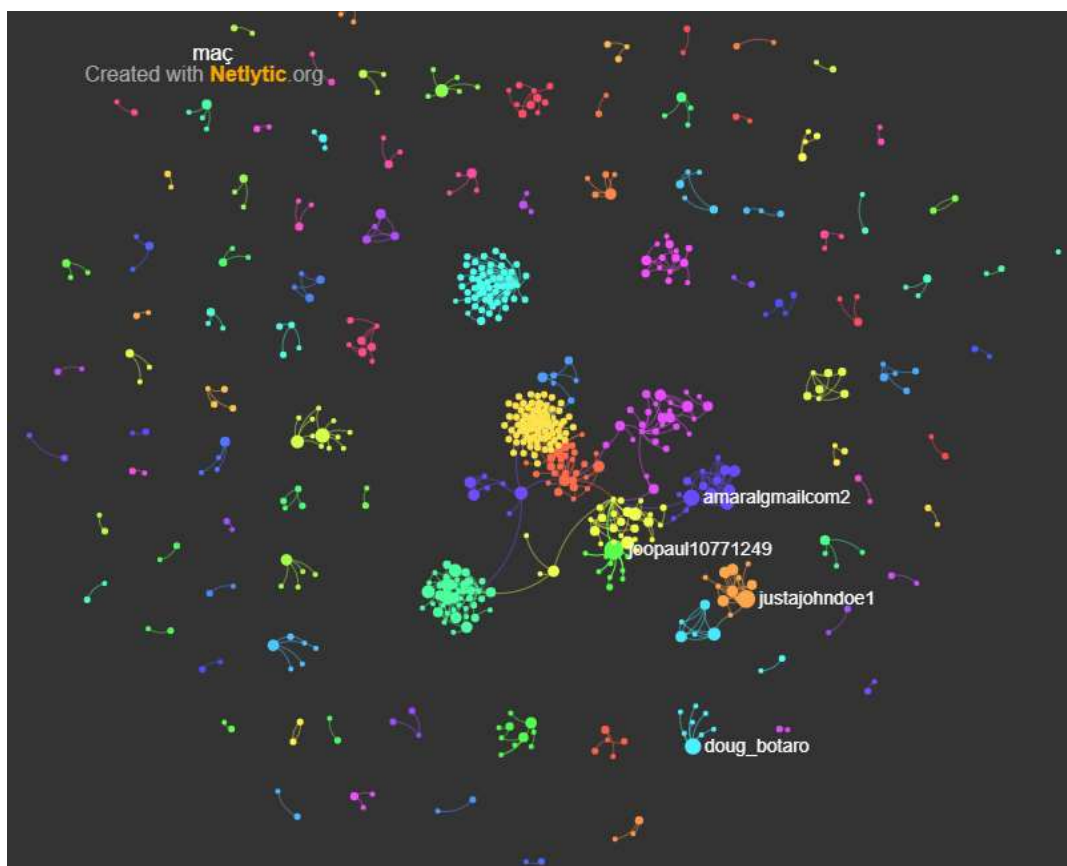
Da aplicação da métrica do grau de entrada, elencamos três aspectos principais em relação ao conteúdo posto a circular – relacionado à palavra-chave ‘maçonaria’ – envolvendo as citações dos nós de maior destaque. A primeira delas é a atribuição de importante influência, especialmente política, à organização. As postagens reconhecem a maçonaria como destacado ator nas relações políticas do poder público, em diferentes esferas. Merece ênfase o fato de que não é exibida qualquer fonte credível que exponha ligações da organização com os movimentos

políticos indicados e que justifique essa outorga de poder por parte dos nós produtores de conteúdo.

O segundo aspecto vem a reboque da atribuição de influência política à organização. Ao mesmo tempo que os atores sociais sugerem notável poder à ordem maçônica, esse reconhecimento é carregado de um viés pejorativo. As interferências políticas da maçonaria indicadas nas postagens sempre são expostas de forma acusatória e depreciativa, pois são tratadas como prejudiciais. Essa qualificação negativa não parece estar ligada a um público específico, pois nas construções relacionadas às figuras do poder público, tanto os críticos (do Ministro André Mendonça e da Deputada Carla Zambelli) quanto os apoiadores (como no caso do Presidente Jair Bolsonaro) associam a organização, de diferentes maneiras, à imagem de tais personalidades de forma negativa.

Por último, cabe ressaltar que, na aplicação do grau de entrada, não verificamos nenhuma citação a perfis oficiais da maçonaria, seja potência ou loja. Sendo assim, na conformação dessa rede específica, que trata da temática 'maçonaria', não há qualquer tentativa de construção de sentido sobre a organização que inclua menções a seus perfis oficiais. Isso demonstra que os nós constituintes do grafo não procuraram construir relações com as representações oficiais da organização.

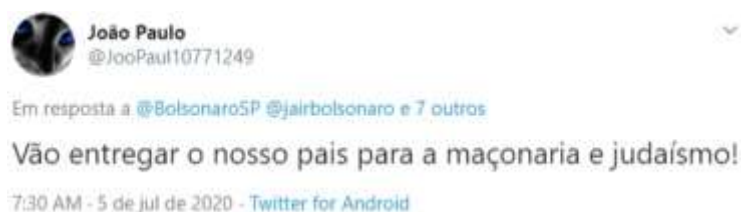
Passamos, agora, à aplicação da métrica 'grau de saída' (*outdegree*). Nessa etapa, interessa-nos averiguar os nós mobilizadores da estrutura, ou seja, os atores que mais procuram conexões. Os nós de alto grau de saída também têm papel de destaque na rede, pois ao procurarem aproximações, tendem a gerar relações e estímulos à conversação. Na figura 15, apresentamos o grafo da Rede Maçonaria sob a métrica *outdegree* e seus nós de maior destaque.

Figura 15 - grafo da Rede Maçonaria sob a métrica *outdegree*

Fonte: elaborado pelo autor com emprego do software *Netlytic* (2020)

Em primeiro lugar, destacamos que os nós mais citados (*indegree*) não correspondem aos mais ativos no grafo (*outdegree*). Inclusive, entre os nós mais citados, apenas o perfil @10_5_6_5 realizou postagens e buscou conexões. De maneira geral, a rede não apresenta atores de grande centralidade no que diz respeito às relações constituídas, ou mesmo quanto à participação intensa na rede. Apenas cinco perfis procuraram mais do que 5 conexões: @joopaul10771249 (9 conexões), @justajohndoe1 (8 conexões), @amaralgmail.com2 (7 conexões), @doug_botaro (7 conexões) e @roboredorash (6 conexões). Dessas ligações com outros nós, muitas estão concentradas em uma ou duas postagens, como é o caso dos três últimos perfis elencados. Seguimos com exemplos dos conteúdos postos a circular pelos nós @JooPaul10771249 e @JustAJohnDoe1, que apresentam maior grau de saída, nas figuras 16 e 17.

Figura 16 - Perfis com mais conexões da Rede Maçonaria (@JooPaul)



Fonte: Vão... (2020)

Figura 17 - Perfis com mais conexões da Rede Maçonaria (@JustAJohn)

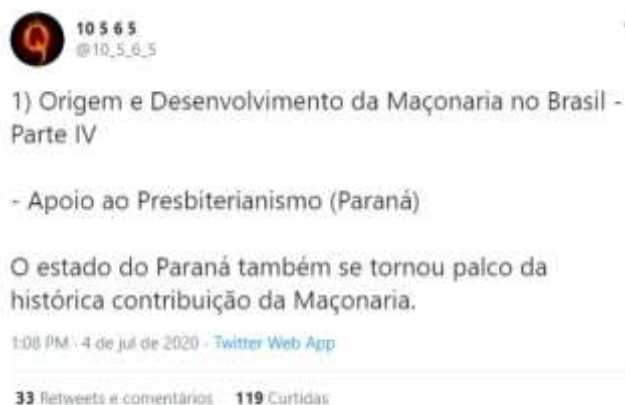


Fonte: Não sou antisemita... (2020)

Como podemos observar, ambos os nós correspondem a contas no *Twitter* cujo responsável (indivíduo ou organização) não é identificável. O mesmo ocorre com os demais nós com maior grau de saída e muitos outros nós produtores de conteúdo presentes no grafo. É também frequente, entre os atores com mais conexões e/ou postagens, a produção de conteúdo que desprestigia ou denigre a maçonaria. Na figura 16, constatamos que a organização é depreciada sem qualquer justificativa, enquanto, na figura 17, o motivo da abordagem pejorativa é a ligação da ordem com o ideal progressista. No grafo, além dos exemplos das figuras 16 e 17, há uma grande quantidade de *tweets* que relacionam a organização a ilicitudes, conspirações, práticas nefastas, ou que simplesmente maculam a imagem da organização, sem que haja qualquer justificativa explicitada em tais postagens.

Merece destaque também o fato de que o nó com mais posts na Rede Maçonaria (@joepg2019) – que não figura como um destaque de grau de saída por não estabelecer muitas conexões – efetuou apenas 13 postagens (no caso, 13 *retweets*). Além desse, apenas mais dois perfis realizaram mais de 10 postagens no grafo. Cabe ressaltar que os 13 *retweets* – feitos por @joepg2019 – correspondem a postagens do nó @10_5_6_5, um dos atores com maior grau de entrada. Na figura 18, podemos examinar uma dessas postagens.

Figura 18 - Perfil com mais postagens da Rede Maçonaria (@10_5_6_5)



Fonte: Origem... (2020)

Os demais *tweets* do nó @10_5_6_5 seguem a mesma linha, que se propõe a explorar as aproximações históricas entre a maçonaria e o presbiterianismo no Brasil. Podemos afirmar que as conexões relacionadas a este nó são as únicas que fazem circular sentidos sobre a organização que podem ser considerados, de alguma forma, positivos. De maneira geral, enaltecem a influência histórica da organização na conformação política do país. No entanto, tais conexões representam 23 (entre graus de entrada e saída) de um total de 767.

Ainda sobre a métrica *outdegree*, reafirmamos que não há nós de grande centralidade no que diz respeito à mobilização de relações. Poucos atores procuram mais que uma ou duas conexões, limitando-se a poucas interações. E, mesmo os *clusters* formados a partir dos nós com mais conexões, não configuram fluxos de conversações consideráveis que estimulem ou desenvolvam o aprofundamento do debate sobre o tema 'maçonaria'.

Voltando ao grafo de forma geral, independente da aplicação das métricas de nó, salientamos que, tanto nas tentativas de construções de sentidos que prestigiam a organização quanto nas que fazem referências negativas não encontramos perfis oficiais da maçonaria responsáveis pelos conteúdos postos a circular, tampouco identificamos qualquer menção a perfis oficiais da organização. Após averiguarmos todos os nós existentes o grafo, também não encontramos perfis de indivíduos que se identificam como pertencentes à ordem maçônica. Dessa forma, toda a construção de sentido acerca da maçonaria – na rede em análise – é feita sem o envolvimento da fala autorizada, isto é, da dimensão da organização comunicada (BALDISSRA, 2009b). Afinal, na aplicação da métrica de grau de entrada, verificamos que a

maçonaria não foi procurada para as interações. E, na métrica de grau de saída, percebemos que a organização também não se revela um ator social mobilizador de debate em torno da palavra-chave que utilizamos como operador ('maçonaria').

Percebemos, também, que tanto os nós de maior grau de entrada quanto os de maior grau de saída não possuem alto grau de intermediação, ou seja, não têm potência para realizar conexões entre diversos *clusters*. Ademais, além da articulação central do grafo, que corresponde aos *clusters* principais (limitada a muitos *retweets* e que apresenta pouca conversação), não há mais conexões entre *clusters* na rede como um todo. Isso revela, além da existência de muitos buracos estruturais (BURT, 1992), a tendência à formação (mesmo que em estágio inicial) de bolhas informativas, o que desestimula o debate em relação ao tema 'maçonaria' e dificulta a circulação de informações.

Esse componente conectado central, formado pelos principais *clusters*, representa a temática geral da Rede Maçonaria, que está relacionada a relações de poder de viés político. Independente da métrica utilizada, sejam nós de destaque por mais citações ou conexões, a temática que envolve o reconhecimento da influência política da organização combinado a um ato judicativo de desvalorização é uma constante nas articulações existentes no grafo, com poucas exceções. Comprovamos esse aspecto ao realizarmos leitura flutuante sobre os 1000 *tweets* que constam no grafo.

De maneira geral, podemos dizer que a Rede Maçonaria não revelou zonas de conversação amplas, debates aprofundados ou conexões que se estendem consideravelmente. Os perfis dominantes são de atores sociais individuais, de modo que as figuras públicas apenas aparecem sob o filtro *indegree*. Os *clusters* apresentam baixo nível de conexão entre si – associando-se geralmente apenas ao nó principal – e com demais grupos, o que é facilmente perceptível na visualização de muitos pares ou grupos de nós flutuantes. A Rede Maçonaria se configura, dessa forma, como indício relevante da existência de interações superficiais envolvendo a organização nessa rede social online.

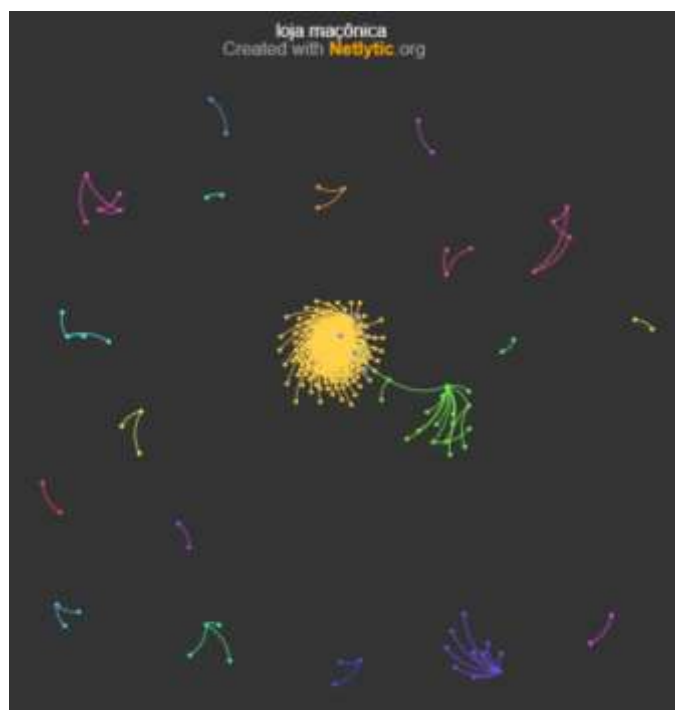
Nesse sentido, podemos dizer que o grafo constitui uma rede desarticulada, tendo em vista o pouco aprofundamento das relações que nela se estabelecem. Os produtores de conteúdo fazem suas colocações, geralmente bem afirmativas (algumas até acusatórias), porém não adquirem valor de circulação (ROSA, A., 2019), isto é, suas afirmações não repercutem em novos *retweets* ou conversas continuadas.

Importa reafirmar que, além de não aparecer como produtora de conteúdo na rede em questão, a organização – em perspectiva oficial – não é convocada para interações por parte dos nós que compõem o grafo. O que nos leva a entender que os atores individuais não desejam aprofundamento para com a organização, com a finalidade de compreendê-la. Essa “lonjura” (BENJAMIN, 1985) fortalece significações que exaltam influências ou difamações, ambas sem qualquer indício comprobatório, mas que seguem fomentando a ‘aura’ que envolve a organização.

Sendo assim, passamos a uma segunda tentativa de análise, novamente utilizando parâmetros gerais de busca. No dia 9 de julho de 2020, realizamos outra coleta, dessa vez tomando como palavra-chave a expressão ‘loja maçônica’. Decidimos usar essa palavra-chave, mais característica ao convívio maçônico, a fim de averiguarmos se, dessa vez, a fala oficial da organização apareceria. Feita a busca, o *Netlytic* encontrou apenas 386 *tweets* com referência a essa palavra-chave, o que já revela uma produção de conteúdo menor vinculada a esse parâmetro. E, nesse sentido, acreditamos que a expressão ‘loja maçônica’, ao gerar a constituição de uma rede reduzida (em comparação à palavra-chave ‘maçonaria’), revela que há um menor domínio dos atores individuais sobre termos mais peculiares ao universo maçônico, que exigem maior conhecimento sobre a organização.

Dessa forma, constituiu-se uma rede composta 316 nós com conexão e por 346 arestas. A densidade da Rede Loja Maçônica é 0,002570. Novamente temos um valor que significa uma rede de baixa densidade, com poucas conexões entre os nós em relação ao número total possível no grafo. De modo similar à Rede Maçonaria, há muitos pares de nós flutuantes, em outro grafo que evidencia que há dificuldade para que as informações circulem na rede em questão. Quanto aos *componentes conectados*, também verificamos um panorama semelhante à primeira coleta. Como dissemos, há muitos (sub)conjuntos isolados, que constituem diversas ‘pequenas redes’ desconectadas. E em relação à *modularidade*, há apenas dois *clusters* conectados (os maiores ao centro do grafo). Na figura 19, exibimos o grafo que representa a rede que denominaremos Rede Loja Maçônica:

Figura 19 - Grafo da Rede Loja Maçônica no *Twitter*

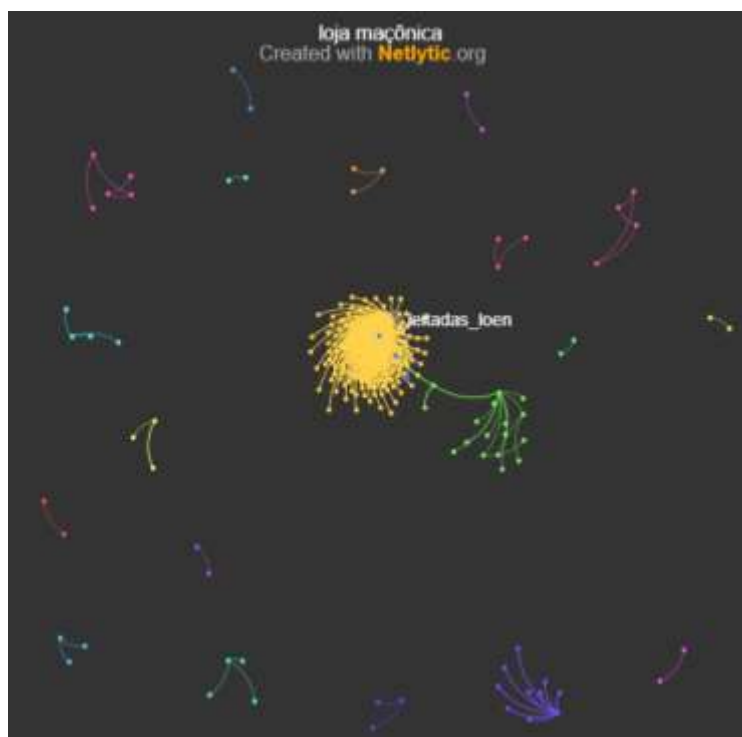


Fonte: elaborado pelo autor com emprego do software *Netlytic* (2020)

Seguimos com as métricas de nó, mais uma vez iniciando pelo grau de entrada (figura 20). O grafo apresenta apenas um nó com mais de 2 citações, que é o perfil @leitadas_loen. Chama a atenção o fato de que esse ator recebeu 284 citações e exerce predominância na Rede Loja Maçônica em relação à visibilidade.

O nó @leitadas_loen corresponde ao perfil no *Twitter* de um usuário não identificável, de engajamento político ligado à direita conservadora, que se define como *digital militiaman* (miliciano digital). Como podemos examinar na figura 21, as citações ao perfil são decorrentes de uma citação anterior, feita pelo perfil @TimDuck2, que gerou inúmeros *retweets*. Ainda assim, a posição do nó @leitadas_loen na estrutura da rede é favorecida por essas interações. Tal como foi apresentado no grafo anterior, a maçonaria é abordada sob a ótica da política, nesse caso em uma espécie de flagrante/revelação – em tom de ironia – acerca do envolvimento de famosas figuras do cenário político brasileiro com a organização.

Figura 20 - Grafo da Rede Loja Maçônica sob métrica *indegree*



Fonte: elaborado pelo autor com emprego do software *Netlytic* (2020)

Figura 21 - Nó mais citado da Rede Loja Maçônica (@leitadas_loen)



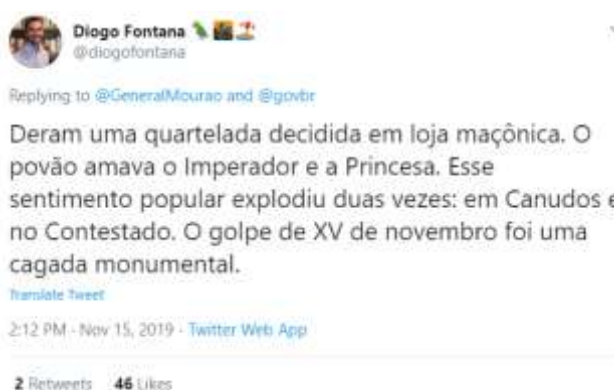
Fonte: Loja... (2020)

Como dissemos, não há outros nós com grau de entrada considerável e, por isso, não apresentaremos outros exemplos que emergem da aplicação dessa métrica. Ainda assim, importa dizer que, após leitura flutuante dos 386 *tweets* que compõem a Rede Loja Maçônica, podemos afirmar que as construções de sentido acerca da organização seguem a mesma tendência da rede analisada anteriormente. Nessa linha, verificamos novamente muitas publicações que reconhecem a maçonaria como

importante agente nos movimentos políticos do país, como na figura 21, em que a organização é associada a importantes figuras políticas.

Cabe destacar que a maior parte das postagens ligadas à temática política é de viés negativo. Podemos observar um exemplo na figura 22, que denuncia uma manobra supostamente realizada pelo Vice-Presidente da República e ala militar do governo federal, sob influência e encobrimento da maçonaria. Essa postagem foi um *retweet* do perfil @antimaconaria, um dos nós de destaque no contexto da aplicação da métrica *outdegree*. Com 9 conexões, trata-se do segundo perfil mais mobilizador na rede (apenas atrás do perfil @cleberroldao, que buscou 12 conexões). Vejamos, na figura 23, a imagem do perfil @antimaconaria e sua descrição, que se apresenta como uma conta criada especificamente para o ataque à maçonaria e a outros grupos e valores.

Figura 22 - Perfis com mais conexões da Rede Loja Maçônica (@antimaconaria)



Fonte: Fontana (2020)

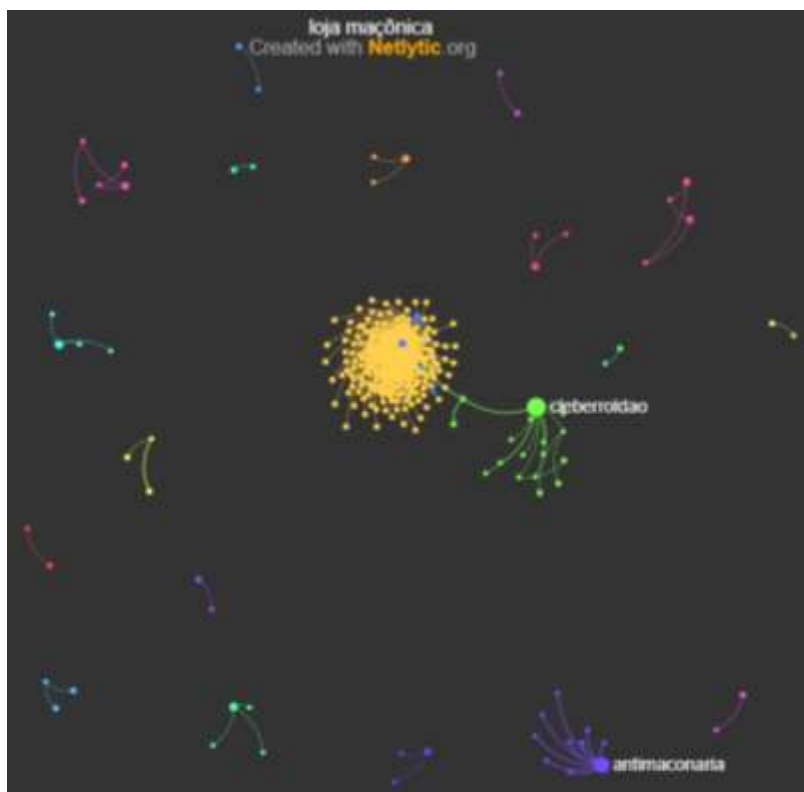
Figura 23 - Perfis com mais conexões da Rede Loja Maçônica (@antimaconaria 2)



Fonte: Anti-Maconaria (2020)

Na figura 24, podemos observar a posição de destaque do nó @antimaconaria no grafo sob a métrica *outdegree*. O outro nó evidenciado na imagem é o perfil @cleberroldao que, como dissemos, obteve o maior número de conexões. Vale destacar que todas as publicações desses nós estão ligadas a supostas relações políticas da maçonaria.

Figura 24 - Grafo da Rede Loja Maçônica sob métrica *outdegree*



Fonte: elaborado pelo autor com emprego do software *Netlytic* (2020)

Ainda sobre a métrica *outdegree*, não identificamos nós de relevância no que se refere à mobilização de públicos. Apenas outros dois atores realizaram três conexões, enquanto a maioria esteve limitada a uma ou duas. Da mesma forma, os *clusters* existentes não configuram fluxos de conversações que impulsionam a temática em questão.

Retomando o grafo de forma geral, merece destaque o fato de que, assim como na primeira coleta, não observamos qualquer citação a perfis chancelados pela maçonaria. Mais uma vez, não há tentativa de construção de relações com as representações oficiais da organização. Da mesma forma, não encontramos indícios

da fala autorizada da organização, nem mesmo de perfis abertamente identificados como pertencentes à ordem.

E, também seguindo a lógica da primeira coleta, constatamos que a Rede Loja Maçônica não revelou zonas de conversação amplas, debates aprofundados ou conexões que se estendem consideravelmente. De maneira geral, as mesmas características foram encontradas neste segundo grafo: dominância dos perfis de atores sociais individuais não iniciados e sem qualquer vínculo oficial com a organização; *clusters* com baixo nível de conexão entre si; excesso de pequenos componentes conectados flutuantes; e ausência de participação da dimensão da organização comunicada (BALDISSERA, 2009b) no debate acerca do tema.

Após a apresentação dos dados obtidos das duas coletas, passemos à análise de cunho geral. Para isso, primeiramente acionamos os fundamentos epistêmicos que nos orientam, indicados pela matriz interacionista. A análise de redes sociais, seja online ou face a face, nos permite olhar relações que expõem a circularidade do fenômeno comunicacional, tendo em vista os encadeamentos de ações que revelam a construção de sentidos conjunta, nesse caso acerca da maçonaria. E a observação desses diferentes atores produzindo conteúdos sobre a organização, inclusive independentes da intenção ou participação da maçonaria, reforça a importância de considerarmos a comunicação em um 'todo' da qual ela faz parte (FRANÇA, 2008), nesse caso as dimensões que estão além da fala autorizada. Mesmo distantes da organização, os produtores de conteúdo que não são iniciados, ou sequer especialistas no tema, exigem que atentemos para as mais diversas relações que compreendem os processos de comunicação organizacional.

A concepção interacionista, em uma de suas imagens-raiz (BLUMER, 1980), também explica que os objetos são constituídos pelos significados que os indivíduos lhe atribuem. Ademais, um mesmo objeto pode ter significações diferentes, a depender do contexto de intenção/afeto dos sujeitos. Nesse sentido, as redes analisadas, caracterizadas pela ausência de perfis oficiais da organização, ou mesmo de perfis de indivíduos declarados como maçons, apontam para um processo de significação em que, na falta de informações advindas da dimensão da organização comunicada (BALDISSERA, 2009b), os atores sociais individuais atribuem sentidos alternativos à maçonaria. Enquanto a organização, no contexto do *Twitter*, mantém seu histórico voltado ao desejo de invisibilidade, alguns de seus públicos demonstram um comportamento que tende a formação de imaginários a partir de informações

imprecisas, ou seja, processos de significação sem a necessidade de experiências concretas com a maçonaria.

Vimos que o pensamento sempre se apoia no simbolismo, a fim de dissipar o caos das nossas infinitas impressões sensoriais. Como afirma Ruiz (2003), o simbólico liga para além do natural, pois confere sentido ao que está distante, fraturado. Em um contexto de pouca (ou nenhuma) experiência direta para com a organização, os atores não iniciados recorrem ao simbolismo para reproduzirem sentidos já existentes ou (re)criarem sentidos que não têm necessariamente relação com a concretude. Um exemplo evidente está na afirmação de uma maçonaria que supostamente age de forma sigilosa a fim de dominar o cenário político nacional, mesmo que a organização não forneça diretamente qualquer elemento que indique tais ações e que os falantes não explicitem nada que comprove suas suspeitas.

Em um mundo que não é apenas apresentado, mas representado (RUIZ, 2003), os participantes das redes analisadas impregnam sentidos e os fazem circular de alguma forma, independentemente do que a organização 'oferece'. Em que pese os fatos de os sentidos não serem estanques e do imaginário pressupor a própria potencialização das possibilidades de (re)criação, é válido observarmos como as informações sobre a maçonaria circulam em direções diversas, mesmo sem qualquer indicativo oficial da organização. As redes constituídas por circuitos que dispensam a fala autorizada apontam baixo interesse pela interação organização-públicos, tanto por parte da maçonaria (que se mantém recuada, sem procurar, por exemplo, engajamento de públicos não maçônicos, ou até para rebater acusações) quanto por parte dos atores individuais (que não consideram importante a participação da organização de forma oficial em suas redes, seja para aprofundamento seja para cobrá-la em relação a acusações). Essa indiferença mútua acaba por conformar redes irrelevantes, de baixo nível de conexão entre os nós (poucas conexões e postagens por parte dos nós com maior grau de saída e reações praticamente nulas dos nós com maior grau de entrada) e, conseqüentemente, zonas de conversação bem reduzidas.

Por outro lado, como dissemos, ausência da fala oficial/autorizada nos grafos potencializa a criação de novas camadas de sentidos acerca da organização e, principalmente, a renovação das camadas mais antigas, que reforçam a 'aura' sustentada pelo segredo. Vale dizer que um dos principais fatores de fortalecimento da 'aura' que envolve a maçonaria é o poder que os atores individuais conferem à organização. Intimamente ligado ao caráter secreto, esse 'poder invisível' também

acaba sendo reforçado pelos sentidos que relacionam a maçonaria a ações (clandestinas ou nefastas) ou influências (sobre figuras de destaque no cenário político) de viés negativo que, insistimos, não apresentam justificativas ou comprovações explicitadas por parte dos 'acusadores'. Dessa forma, se, em princípio, a atuação de um poder invisível seria um papel social (DURAND, 2001) rejeitado no imaginário social, tendo em vista a alavancagem dos papéis ligados à visibilidade promovida pelas tecnologias do imaginário (SILVA, J., 2003), no caso da maçonaria, o efeito da 'desvalorização' da invisibilidade acaba sendo, efetivamente, a potencialização da 'aura' que confere ganhos simbólicos à organização.

Dada a 'ausência' da fala oficial da organização nas redes em questão, é fato que os atores individuais não iniciados travam apenas entre si uma disputa de sentidos (BALDISSERA, 2004) sobre a maçonaria, tendo em vista o afastamento da organização dessa 'arena'. Os atores individuais se impõem no dispositivo interacional e direcionam os sentidos como desejam, com interferências nulas (nas redes analisadas) ou irrelevantes (se pensarmos no *Twitter* de forma geral) da organização.

Refletindo a partir de Baldissera (2009b), entendemos que o fato de a dimensão da organização falada – representada por esses atores individuais não iniciados – exercer dominância na produção de informações organizacionais quando comparada às dimensões da organização comunicante e comunicada expõe uma das grandes expressões do atual estágio do processo de midiatização da sociedade: atores sociais individuais com maiores possibilidade de acesso e uso/apropriação de lógicas midiáticas, familiarizados com os modos de fazer socialmente elaborados e disponibilizados para acionamentos (BRAGA, 2017) em dispositivos como o *Twitter*, muitas vezes a frente das organizações.

Esse cenário, de amplificação das interconexões, permite a atores que, até então, estavam excluídos ou distantes de um determinado sistema, passem a perturbá-lo com maior intensidade e, até mesmo, invadi-lo, estabelecendo novos circuitos de informação que escapam aos controles desse sistema. Em nosso caso, a maçonaria é o sistema que passa a ser inquietado por novos atores que estabelecem redes de informação sobre a organização e que, mesmo assim, a dispensam dos circuitos que se formam. Ao mesmo tempo, a organização – nem sempre via fala autorizada – tem a oportunidade de adentrar em circuitos estranhos ou que ainda não está habituada e, nesse processo, pode alcançar determinados objetivos, como também pode correr riscos. Nas redes analisadas, por exemplo, verificamos

‘flagrantes’ de figuras públicas em lojas maçônicas, postos a circular mesmo sem a manifestação da organização comunicada (BALDISSERA, 2009b).

Feitas essas considerações, afirmamos que, em relação ao objetivo específico para o qual o procedimento foi adotado, não percebemos pressão dos públicos no que diz respeito à abertura e visibilidade da maçonaria. Isso porque, mesmo considerando que existe produção de conteúdo acerca da organização por parte de atores de fora do sistema, que muitas vezes a põe ‘em xeque’ por meio de acusações (que não são, de fato, comprovadas), não são perceptíveis – no material empírico analisado – movimentos por parte dos públicos que solicitem conversações diretas com a organização. Mais que isso, verificamos uma construção de sentido ‘independente’ à organização, em que os atores individuais desconsideraram as representações oficiais da maçonaria em seu processo produtivo. Essa ocupação do centro da cena por parte dos atores individuais, como dissemos, está diretamente ligada à atuação comedida da organização no *Twitter*, pois, ao examinarmos suas conexões nas redes desse dispositivo específico, também não encontramos nenhum indício relevante de tentativas de estabelecimento de relações por parte da maçonaria.

Dessa forma, entendemos, orientados pela perspectiva das dimensões da comunicação organizacional de Baldissera (2009b), que a maçonaria, no contexto dessa rede social online específica, opera de forma moderada em relação à dimensão da organização comunicada e, inclusive comunicante, visto que consegue limitar possíveis atuações de potencial desviante de seus membros (vale lembrar que não encontramos indícios de perfis de maçons declarados nas redes analisadas). Por outro lado, os públicos se comportam de maneira agressiva – e aqui não nos referimos apenas a episódios de comunicação violenta, mas a uma postura de ditar as regras do jogo – e assumem o protagonismo sobre o tema ‘maçonaria’ no *Twitter*, propondo e (re)afirmando sentidos de acordo com seus interesses, afetos, temores e imaginários, sem se preocuparem em pressionar a organização a fim de obterem posicionamentos ou aprofundamento de relações. Limitada às interações da dimensão da organização falada e praticamente excluída do jogo de impressões (GOFFMAN, 2002) devido à própria conduta caracterizada por relações superficiais, a maçonaria revela indícios, nessa rede específica, de uma postura comedida em seus processos de gestão da (in)visibilidade, o que a coloca como coadjuvante da construção de sentido sobre si mesma.

Ocorre que o fato de ser coadjuvante da trama ‘contada’ não parece incomodar a organização. E esse comportamento, que evita qualquer tipo de conflito aberto e direto com os públicos, pode ser fundamental para que não se configure nenhum tipo de pressão por mais abertura ou visibilidade, o que não parece ser desejo da organização. É fato que não ocupar o centro da cena pode ser um risco, pois ao deixar que a voz preponderante seja a dos atores individuais de fora do sistema, a história a ser contada fica à mercê da heterogeneidade de percepções e (re)afirmações. Por outro lado, além de esquivar-se de pressões, o ato de ‘sair’ do centro da cena e deixar que a trama seja desenvolvida pelos públicos impulsiona o desenvolvimento da ‘aura’ em torno da organização que, como dissemos, confere ganhos simbólicos à maçonaria. Se historicamente foi alvo de boatos, especulações e suspeitas, hoje, em uma rede social como o Twitter, isso é potencializado pelas condições do atual estágio de midiaticização da sociedade, caracterizado pela (co)criação contínua de circuitos alternativos (ROSA, A., 2019). E, se a organização não demonstra interesse em desmentir, em interferir, em construir por si e disputar sentidos (BALDISSERA, 2004), inferimos que ela aprecia o modo como o palco se configura nesse dispositivo interacional.

Os achados referentes ao objetivo específico A nos inquietam quanto aos modos como a organização atua em outros dispositivos midiáticos. Revelada uma postura de muita moderação da maçonaria no *Twitter*, em que permite que outros atores assumam o centro da cena, compreendemos que seria necessário um olhar para outro tipo de mídia endossada pela organização, a fim de verificarmos se ela avança em termos de visibilidade, bem como examinarmos o que é por ela visibilizado. Dessa forma, no próximo capítulo, seguimos com outro procedimento executado a fim de cumprirmos mais um objetivo da pesquisa.

7 DESEJOS DE VISIBILIDADE DA FALA AUTORIZADA MAÇÔNICA

O segundo movimento realizado em nosso trajeto metodológico foi direcionado ao objetivo específico B da pesquisa: *examinar o que é visibilizado pela maçonaria em dispositivos interacionais por ela endossados*. Para isso, recorreremos à Análise de Conteúdo (AC), a partir de Bardin (2011), para explorarmos materialidades em mídias oficiais da organização, no caso os sites das três grandes potências maçônicas do Brasil: o Grande Oriente do Brasil (GOB), a Confederação Maçônica do Brasil (COMAB) e Confederação da Maçonaria Simbólica do Brasil (CMSB)¹⁹. Vale dizer que fizemos essa escolha em virtude da grande quantidade de produções midiáticas endossadas pela maçonaria, uma vez que cada loja maçônica pode ter um site ou perfil em redes sociais online, por exemplo. Assim, consideramos que esse recorte contempla uma visão geral da maçonaria no Brasil, por se tratar das entidades mais representativas no cenário nacional. Afinal, as três potências contemplam todas as lojas maçônicas e orientes independentes do país sob suas administrações, de modo que suas falas acabam por representar, de forma oficial, toda a maçonaria no Brasil.

Seguimos, então, como uma exposição dos princípios basilares da perspectiva da AC que nos orienta, a partir de Bardin (2011). Segundo ela, a AC procura lidar com as mais diversas formas de comunicação – sejam quais forem seus suportes – para além de seus significados imediatos. Para isso, desempenha duas funções que, em geral, são coexistentes: uma heurística, no sentido da tentativa exploratória e tendência à descoberta; e outra de administração da prova, relativa à verificação de hipóteses e/ou afirmações provisórias.

A autora defende que há, na verdade, diferentes abordagens da análise de conteúdo, e não uma AC como método pronto e definitivo. Existem, com efeito, regras de base que guiam um esforço empírico sempre considerável em qualquer tentativa de AC, que irá se adequar (e se reinventar) ao que o próprio objeto e domínio de saber solicitam. Para ela, a AC poderia ser então entendida como um conjunto de técnicas de análise das comunicações, não como instrumento específico, mas como um leque de apetrechos: “ou, com maior rigor, será um único instrumento, mas marcado por

¹⁹ Vale destacar que a Confederação Maçônica do Brasil e a Confederação da Maçonaria Simbólica do Brasil reúnem, respectivamente, Grandes Lojas e Grandes Orientes independentes, que também são entidades autônomas (como o Grande Oriente do Rio Grande do Sul, por exemplo), pois também têm status de Potência maçônica regular.

uma grande disparidade de formas e adaptável a um campo de aplicação muito vasto: as comunicações” (BARDIN, 2011, p. 37).

Ir além dos significados imediatos implica reconhecer que, na AC, desvia-se o olhar para significações de outras ordens, de modo que o investigador não se limita a compreender um significado como receptor comum. Nesse sentido, Bardin (2011) explica que a AC se articula entre a superfície dos textos com seus elementos característicos e fatores que determinam tais características. Não se reduz a uma simples decifração, mas implica atingir, através de significantes ou significados manipulados, outros significados de naturezas diversas. Em síntese, para a autora, a AC pode ser definida como

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) dessas mensagens. (BARDIN, 2011, p. 48).

Dessa forma, desvelando o que está por trás das palavras e chegando a significados de outras ordens, a AC procura compreender realidades através da comunicação, olhando para os atores em jogo, bem como seu ambiente em dado momento. Nesse processo, ela não apenas classifica/categoriza dados brutos para representá-los, mas os manipula a fim de evidenciar realidades.

Acerca dos procedimentos adotados na AC, Bardin (2011) explica que a técnica se divide em três fases: a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados obtidos e interpretação. A pré-análise é uma fase de organização, em que os dados e ideias iniciais são operacionalizados e sistematizados. Nesse momento, propõe-se um esquema de desenvolvimento das próximas etapas, que pode ser flexível. A pré-análise divide-se em outras subfases, que ocorrem sem obrigatoriedade cronológica. São elas: leitura flutuante (primeiros contatos com o texto se deixando invadir por impressões diversas a fim de que surjam hipóteses ou que teorias se projetem); escolha dos documentos (demarcação do universo de análise, constituição do corpus a partir de regras de exaustividade, representatividade, homogeneidade e pertinência); formulação de hipóteses e objetivos (etapa não obrigatória, visto que a AC pode ser acionada para procedimentos exploratórios); referência de índices e indicadores; e preparação do material (edição).

A segunda fase da AC, de exploração do material, compreende a administração propriamente dita das técnicas escolhidas no *corpus* de análise pré-definido (BARDIN,

2011). Ressaltamos a importância da operação de codificação, que consiste – do recorte à categorização – na transformação dos dados brutos em uma representação descritiva. É do material codificado que irão emergir as inferências. Por fim, na fase de tratamento dos resultados e interpretação, frente aos dados brutos já transformados em uma representação categorizada, são realizadas as inferências acerca do objeto estudado e, a partir delas, interpretações na direção de mobilizações teóricas ou mesmo de novas análises. Isso posto, passamos à apresentação dos movimentos que realizamos a cada fase da AC.

Primeiramente, cabe destacar que realizamos a coleta do material dos sites no mês de agosto de 2020. Em nossa pré-análise, realizamos leitura flutuante sobre os três sites das potências maçônicas e decidimos considerá-los de forma integral para a preparação e exploração do material. Assim, conforme Bardin (2011), seguimos a regra da exaustividade, em que se evita deixar de fora da análise qualquer elemento (a não ser que haja razões justificáveis), e não a da representatividade, que se propõe a recolher amostras (nesse caso, de determinadas páginas dos sites, por exemplo) do material coletado. Optando pela análise de dados de forma integral, cumprimos também as regras de homogeneidade (contemplando documentos que não apresentam singularidades que os excluam de um critério prévio de escolha) e de pertinência (documentos abertos ao público em geral e adequados enquanto fonte de informação).

Seguimos, então, para a exploração do material, em que optamos pela Análise Temática dentre os diferentes ângulos de entrada para a execução de uma AC. Segundo Bardin (2011), o viés temático na AC permite alcançar o latente, o original, o contextual dos itens de significação extraídos e codificados. Ainda de acordo com a autora, o processo de exploração do material via análise temática prevê a verificação/descoberta de núcleos de sentidos. Logo, o tema será a chamada “unidade de registro” (UR), isto é, a regra de recorte, unidade de significação, base para categorização. O tema é a unidade que se liberta do texto com potencial de evidenciar tendências, valores, entre outras possibilidades que classificamos como núcleos de sentidos.

Para iniciarmos o processo de codificação (transformação de dados brutos em uma representação), antes de descobrirmos/extrairmos os núcleos de sentidos (unidades de registro), devemos definir quais serão nossas “unidades de contexto” (UC), que são as unidades de compreensão para a codificação das URs. As

dimensões da unidade de contexto são superiores às da unidade de registro e se faz necessário um acordo prévio para a determinação dessa dimensão, de acordo com o material coletado. Na análise temática, uma unidade de contexto pode ser a frase, o parágrafo ou mesmo o capítulo. Como nos propomos a coletar dados de sites e optamos por analisá-los de forma integral, decidimos expandir as unidades de contexto e, para isso, elegemos as seções de cada site para essa finalidade. Tendo em vista que nosso objetivo é examinar o que é visibilizado pela organização, nos interessa observar os principais núcleos de sentidos que orientam o conteúdo posto – ou não – a circular nos dispositivos e que revelam possíveis estratégias de (in)visibilidade por parte da organização, e não qualquer (micro)tema que possa constar em determinada frase e/ou parágrafo.

Dessarte, passemos à apresentação do material coletado e explorado. Importa dizer que, para cada um dos três sites analisados, após examinarmos todas as suas unidades de contexto (seções dos sites) e constatarmos as unidades de registro (temas) nelas existentes, organizamos o material em três quadros, compostos pelas unidades de contexto que foram base para análise, as unidades de registro extraídas (núcleos de sentidos encontrados) e os excertos correspondentes. Tais quadros estão expostos nos Apêndices B, C e D, de modo que os excertos estão resumidos em um exemplo para cada núcleo de sentidos encontrado. Isso posto, discorreremos acerca das temáticas que se destacaram, junto de algumas materialidades em específico que se revelaram indícios relevantes para inferências posteriores. Ao final da apresentação do material tratado, seguiremos com sua categorização, de forma transversal, considerando os três sites.

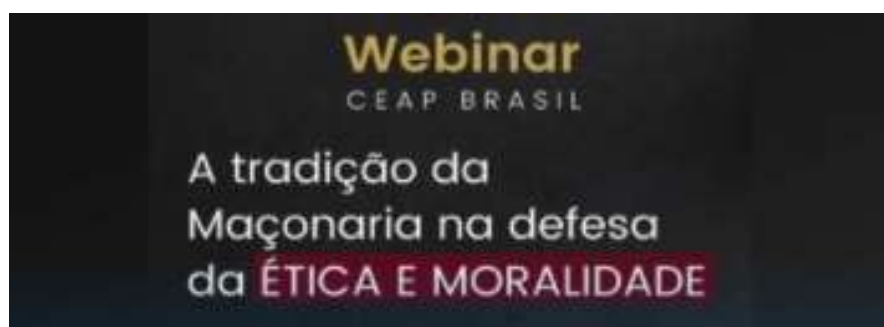
Iniciamos pelo site do Grande Oriente do Brasil (GOB). As unidades de contexto que tomamos por base são: “Home” (página principal), que é basicamente ocupada por notícias e links para as redes sociais da organização; “Sobre o GOB”, que conta com itens como histórico, estrutura administrativa, lideranças, projetos culturais e educacionais e questões de legislação interna; “Maçonaria”, que apresenta explicações sobre o que vem a ser a organização e acerca de seu histórico no mundo e no Brasil; “Comunicação”, que exhibe notícias e links para outras mídias organizacionais e para o projeto de universidade corporativa do GOB; “APJ”, que destaca a Ação Paramaçônica Juvenil, organização sob tutela do GOB que congrega jovens; “FRAFEM”, que salienta a Ação Civil Paramaçônica Feminina, outra organização sob tutela do GOB, que congrega mulheres familiares de maçons; e

“Como se tornar maçom”, seção que indica requisitos para a iniciação na ordem, além de um link para um formulário de interesse. O site ainda conta com a aba “Serviços online”, porém não a elegemos como UC para análise, pois apenas encaminha links para acesso de membros da organização, além de uma espécie de ‘fale conosco’ comum, destinada ao público geral.

Levando em conta todas as unidades de contexto, isto é, o site como um todo, verificamos que as unidades de registro (temas) de maior frequência são *aperfeiçoamento moral e intelectual, fraternidade maçônica, igualdade/diversidade e captação de novos membros*. Discorreremos sobre eles, recorrendo a alguns exemplos extraídos do material analisado.

O tema do *aperfeiçoamento moral e intelectual* está presente em praticamente todo o site, aparecendo em seis das sete unidades de contexto. Ele remete aos valores e princípios de base da organização desde seus primórdios, como vimos no capítulo de apresentação do objeto. O GOB, em seu site, valoriza o caráter educativo da ordem maçônica, estabelecendo a organização como esse ‘lugar do saber’, que tanto posiciona a maçonaria como vanguarda em direção ao progresso, como orienta seus membros em direção a essa espécie de ‘moral universal’, que congrega um conjunto de virtudes a serem seguidas pelos iniciados. Nas figuras 25 e 26, dois exemplos de como tal núcleo de sentidos se apresenta. O primeiro, presente na página principal do site, evidencia um evento organizacional que trata da temática; e o segundo, que consta na unidade de contexto “Maçonaria”, exhibe a possibilidade de aperfeiçoamento individual que um futuro iniciado pode alcançar caso ingresse na ordem.

Figura 25 – UR aperfeiçoamento moral e intelectual 1 (GOB)



Fonte: Grande Oriente do Brasil (2020b)

Figura 26 – UR aperfeiçoamento moral e intelectual 2 (GOB)

O que se obtém sendo Maçom?

– A possibilidade de aperfeiçoar-se, de instruir-se, de disciplinar-se, de conviver com pessoas que, por suas palavras, por suas obras, podem constituir-se em exemplos;

Fonte: Grande Oriente do Brasil (2020a)

O tema ainda aparece em outros espaços do site, como em citações de eventos organizacionais de cunho educativo, em projetos de relacionamentos com entidades paramaçônicas e como pré-requisito para ingresso de novos membros na organização. De maneira geral, o núcleo de sentidos *aperfeiçoamento moral e intelectual* parece estar ligado não apenas à defesa da tradição da principiologia que acompanha a trajetória da maçonaria, mas também a uma estratégia de valorização do status que pode ser alcançado pelo indivíduo que se propõe a ingressar na organização.

Os núcleos de sentidos que denominamos *fraternidade maçônica* e *igualdade/diversidade* foram encontrados em quatro unidades de contexto cada. Percebemos como a organização confere importância à exposição desses que são dois de seus três princípios de base. Sobre a questão da fraternidade, ela é abordada no site do GOB a partir dos dois eixos que a maçonaria, de forma geral, explora a temática: solidariedade entre iniciados e, principalmente, em relação às ações filantrópicas para com o ‘mundo profano’. Chama a atenção que a ajuda mútua entre irmãos, assunto que é alvo de muita curiosidade e rumores no senso comum, é uma prática pouco explorada pela organização quando se refere à fraternidade. Na figura 27, verificamos o único exemplo em que a temática aparece com esse viés, porém em um tom bem diferente se comparado ao que é posto a circular pelos atores individuais não iniciados no que diz respeito ao assunto, que geralmente indicam negociações e trocas de favores entre os membros da ordem. No que se refere à exploração da temática da fraternidade sob o viés da filantropia (figura 28), entendemos que há uma tentativa da organização em aproximar-se de outros públicos, a partir da estratégia de direcionamento da visibilidade (SILVA, D., 2018) para ações organizacionais voltadas para esse viés específico, a fim de reforçar positivamente sua imagem-conceito perante o ambiente externo.

Figura 27 – UR fraternidade - ajuda mútua (GOB)



Fonte: Grande Oriente do Brasil (2020b)

Figura 28 – UR fraternidade - filantropia (GOB)



🕒 10 de agosto de 2020

**Com Aconchego e Ajuda aos
Menos Favorecidos Somos
Mais Felizes!**

Fonte: Grande Oriente do Brasil (2020b)

Em relação à unidade de registro *igualdade/diversidade*, assim a denominamos por considerarmos que os sentidos desse núcleo extrapolam o princípio da igualdade maçônica. Entendemos que a intenção do GOB é expor a igualdade entre os membros como um princípio respeitado na gestão interna de pessoas e, especialmente, por ocasião dos processos de seleção para ingresso na ordem. As referências à igualdade na maçonaria geralmente aparecem no intuito de despertar interesse em novos candidatos, em um dizer de si que enaltece a igualdade, bem como o pertencimento à organização, como podemos ver no seguinte trecho, extraído da UC “Como se tornar

maçom”: “A admissão à Maçonaria é restrita a pessoas adultas sem limitações quanto à raça, credo e nacionalidade, desde que gozem de reputação ilibada e que sejam homens íntegros” (GRANDE ORIENTE DO BRASIL, 2020a, documento não paginado). Podemos verificar que, além de garantir uma seleção com critérios tidos como igualitários, o trecho indica ao possível candidato que ele conviverá com pessoas de reputação ilibada e íntegras. Todavia, cabe destacar que a igualdade vem acompanhada de um ‘desde que’, garantidor de uma espécie de filtro, que é anterior à aplicação da igualdade.

Por isso acreditamos que esse núcleo de sentidos extrapola a questão da igualdade e adentra na problemática da diversidade. Importa salientar que não afirmamos que a diversidade seja um desejo da organização. O que queremos dizer é que, em virtude de alguns tensionamentos entre o que é dito em relação à igualdade e o que é praticado, emerge a questão da diversidade como fator de discussão. Nesse sentido, vejamos outros trechos, nas figuras 29 e 30.

Figura 29 – igualdade/diversidade 1 (GOB)

A presença da mulher na Loja Maçônica fortalece a Fraternidade e conscientiza os Maçons, do seu papel na educação, na união e na ambiência cristã. Sua presença na Loja a torna mais alegre, mais pacífica e com mais integração.

Fonte: Grande Oriente do Brasil (2020c)

Figura 30 – igualdade/diversidade 2 (GOB)

A Ação Paramaçônica Juvenil é uma entidade gratuita, uma doação da Família Maçônica incondicional aos jovens de bons costumes e, diferente das demais paramaçônicas, é uma iniciativa brasileira que ainda não se expandiu pelo mundo, se diferenciando das demais por aceitarem nesta “Ação” jovens de ambos os sexos, reforçando o intuito de humanização entre estes, e instruindo-os para serem cidadãos atuantes.

Fonte: Grande Oriente do Brasil (2020d)

Como abordamos no subcapítulo de apresentação do objeto, o princípio da igualdade maçônica tem levantado questionamentos ao longo do tempo. E, nos dias atuais, em que as discussões acerca das diversidades ganham cada vez mais espaços e vozes, alguns posicionamentos organizacionais podem ser encarados de forma negativa por parte dos públicos. Um exemplo é a proibição da iniciação de mulheres na maçonaria. Em que pese a tradição, o fato de não ser admissível a participação das mulheres como membros iniciados pode causar estranheza e gerar

questionamentos a diversos grupos sociais. Na figura 29, o trecho extraído da UC “FRAFEM” revela que a organização parece estar consciente desse desconforto e demonstra apoio a uma organização paramaçônica composta por mulheres que compartilham os valores da ordem. No entanto, percebemos que esse lugar da mulher na maçonaria é acessório, limitado a um plano secundário de atividades-meio e sem qualquer protagonismo. Afinal, todas as atividades ligadas às mulheres, que constam no trecho, não as capacitam à iniciação, isto é, não as colocam em ‘igualdade’.

No trecho da figura 30, extraído da UC “APJ”, novamente percebemos que a organização parece não acompanhar (ao menos no que se refere a seu planejamento de fala autorizada) a evolução das discussões que envolvem as diversidades, visto que o GOB ‘aceita’, na Ação Paramaçônica Juvenil, o ingresso de jovens de ‘ambos’ os sexos. Em tal posicionamento, por exemplo, a organização não atenta para a complexidade que envolve as questões de gênero. Assim, ao direcionar dessa forma tal temática, sem cuidado em relação ao contexto atual, a organização pode vir a ser inquietada por algum público. E, mesmo que a intenção do GOB seja aproximar-se apenas de públicos que compartilham suas visões de mundo, parte desses públicos – que interagem entre diferentes teias de significados (GEERTZ, 2008) – também pode questionar tais mensagens.

O último núcleo de sentidos que destacamos é *captação de novos membros*, que também obteve quatro ocorrências em diferentes unidades de contexto. Tal temática tem se relacionado a outros núcleos de sentidos de forma indireta, visto que em diversas páginas do site é perceptível a tentativa de exibição das vantagens em se fazer parte da maçonaria. Além disso, em diferentes espaços é traçado, mesmo que algumas vezes de maneira oblíqua, um perfil ideal do (candidato a) membro da ordem. Ao percorrer o site como um todo, além de verificar os benefícios (como o aperfeiçoamento), valores e princípios praticados e compartilhados (fraternidade, igualdade), feitos históricos e ações atuais da organização, um possível candidato atraído pelo modo de vida maçônico irá se deparar com um botão para manifestação de interesse, como podemos observar na figura 31:

Figura 31 – UR captação de novos membros (GOB)



Fonte: Grande Oriente do Brasil (2020e)

Assim como na unidade de contexto em que é apresentado o tópico “O que se obtém sendo maçom?”, na figura 31 o núcleo de sentidos *captação de novos membros* se revela de forma ostensiva e direta. Essa publicidade chama a atenção, considerando que historicamente o ingresso na ordem maçônica sempre foi tratado como um processo de extremo sigilo, em que determinados homens notáveis seriam discretamente avaliados e, se aprovados seus perfis, seriam posteriormente convidados à iniciação. Ao nos depararmos com um site que publiciza as vantagens de ingresso na ordem e que se propõe a fornecer um formulário de manifestação de interesse, percebemos um movimento de abertura da organização em relação às suas práticas tradicionais. Nesse caso, a maçonaria opta por uma estratégia de visibilidade que foge ao seu padrão histórico, e parece entender que, para a captação de novos membros, necessita aproximar-se das lógicas do regime de visibilidade ampliada.

Ainda que tenha aparecido em apenas duas unidades de contexto, o núcleo de sentidos *segredo* merece destaque em virtude de nossos objetivos de pesquisa, além de ser mais indício de movimentos de abertura por parte da organização. Vejamos a próxima figura:

Figura 32 – UR segredo (GOB)

A Maçonaria é uma sociedade secreta? – Não, pela simples razão de que sua existência é amplamente conhecida. As autoridades de vários países lhe concedem personalidade jurídica. Seus fins são amplamente difundidos em dicionários, enciclopédias, livros de história etc. O único segredo que existe e não se conhece senão por meio do ingresso na instituição, são os meios para se reconhecer os maçons entre si, em qualquer parte do mundo e o modo de interpretar seus símbolos e os ensinamentos neles contidos.

Fonte: Grande Oriente do Brasil (2020a)

No fragmento da figura 32, que consta na UC “Maçonaria”, a organização diz que não é uma “sociedade secreta”, pois justifica-se com base nos argumentos de

que sua personalidade jurídica é expressa e que existem escritos amplamente difundidos sobre ela. Entretanto, mesmo com tal afirmação (que se repete em outra unidade de contexto), podemos notar como a gestão da (in)visibilidade passa pela regulação. Ainda que negue o caráter secreto, a organização não abdica totalmente do segredo e do que sua existência pode causar, ao reafirmar posteriormente que há aspectos da maçonaria que permanecem sempre invisíveis ao mundo externo, como na frase que complementa o excerto da figura 32: “o único segredo que existe e não se conhece senão por meio do ingresso na instituição, são os meios para se reconhecer os maçons entre si, em qualquer parte do mundo e o modo de interpretar seus símbolos e os ensinamentos” (GRANDE ORIENTE DO BRASIL, 2020a, documento não paginado). Dessa forma, a organização ‘joga’ com esse importante núcleo de sentidos, fundamental na constituição da ‘aura’ que a envolve e, ao mesmo tempo, se propaga nos imaginários. Afinal, ao mesmo tempo em que afirma não ser uma sociedade secreta, ela o faz até certo ponto. E, por outro lado, ela afirma ser visível, mas garante que possui importantes segredos. Um jogo em que a organização revela ocultando, e vice-e-versa, pois procura afastar o lado negativo que pode ser relacionado ao segredo (ilícito, clandestino, nefasto), mas não o descarta totalmente, sob o risco de enfraquecer a ‘aura’ que o segredo ajuda a fomentar.

A temática do segredo, assim como os demais temas expostos, substancia o principal núcleo de sentidos do site do GOB, a *captação de novos membros*. Mesmo que não seja a unidade de registro com maior frequência, trata-se do tema central, pois indiretamente é abastecido pelos demais. Além das unidades de registro cujas análises detalhamos, outras como a *valorização da dimensão da organização*, os *requisitos para iniciação*, a *religião* e o *histórico da organização* também corroboram para o desenvolvimento desse núcleo de sentidos principal. Nessa linha, um elemento importante no conteúdo do site é a tentativa de esclarecer o que é maçonaria para os diferentes públicos, com uma manifesta intenção de contrapor algumas noções acerca da organização que circulam e movimentam os imaginários daqueles que são estranhos a esse domínio de saber/experiência. Vale ressaltar que esse esforço empreendido está evidentemente relacionado à tentativa de seduzir e, posteriormente, colher novos candidatos à iniciação, sempre adequados ao perfil específico desejado.

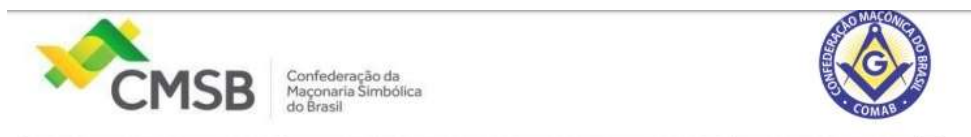
Após discorrermos sobre as unidades de registro de maior destaque encontradas no site do GOB, passamos ao segundo material analisado, o site oficial da Confederação Maçônica do Brasil (COMAB). Nesse site, as unidades de contexto

para compreensão dos núcleos de sentidos são as seguintes: “Home”, composta majoritariamente por notícias sobre a organização; “Institucional”, que exhibe informações sobre a maçonaria em geral (o que é, princípios e perguntas frequentes), bem como estrutura administrativa, lideranças e histórico da COMAB; e “Comunicação”, constituída por notícias referentes à COMAB, além de convites para eventos, publicações oficiais e links para outras páginas de interesse. O site ainda conta com a seção “Fale Conosco”, que segue o padrão de grande parte de sites organizacionais (apenas um formulário de contato) e, por isso, não a elegemos como UC relevante para análise. Reforçamos que, no Apêndice C, há um quadro que reúne as ocorrências das unidades de registro e seus respectivos exemplos.

No site da COMAB, o núcleo de sentidos com maior frequência é *política*, com três ocorrências e presente em todas as unidades de contexto. Merece destaque o fato de que a temática é tratada de maneira ambígua pela organização, pois ao mesmo tempo em que sua principiologia de base refuta as discussões de cunho político no ambiente maçônico (a fim de preservar a liberdade e a fraternidade)²⁰, a organização indica condutas a serem seguidas por seus membros em relação a algumas situações (especialmente as que envolvem questões partidárias) que se apresentam no cenário político nacional. Na figura 33, por exemplo, diante da iminência de manifestações que ocorreriam em 15 de março de 2020, a organização orienta, de forma indireta, que seus membros não se envolvam em tais eventos. Além de indicar cautela e uma análise rigorosa das intenções das manifestações, a maçonaria afirma que sua imagem não pode ser desmoralizada pelas ações de seus iniciados.

²⁰ Em um trecho do site, em que explica “o que é a maçonaria”, a COMAB indica que a “proibição de discussões político-partidárias” (CONFEDERAÇÃO MAÇÔNICA DO BRASIL, 2020b, documento não paginado) na organização.

Figura 33 – UR política 1 (COMAB)



CMSB E COMAB

NOTA CONJUNTA

As Obediências Maçônicas (Grandes Lojas e Grandes Orientes Estaduais) Confederadas à CMSB e COMAB, percebendo a intensa repercussão nacional dos movimentos sociais e políticos, pertinentes a "mobilização" popular, marcada para o dia 15 de março de 2020, orientam a todos os Irmãos a adotarem cautela frente às diversas intenções e reivindicações do evento.

A Maçonaria universal e secular vem ao longo dos anos exercendo seu papel de transformação e equilíbrio na sociedade, para que todos alcancem a felicidade.

Destarte, ela, enquanto instituição, não pode e não deve se submeter a nenhuma ordem política partidária ou de governo, ou atos que possam implicar na sua desmoralização e perda de credibilidade. A Maçonaria não pode ser instrumentalizada.

Fonte: Confederação Maçônica do Brasil (2020a)

Já na figura 34, ao contrário do que prega na nota oficial anterior ("enquanto instituição, não pode e não deve se submeter a nenhuma ordem política partidária"), a organização emite um manifesto endereçado ao parlamento brasileiro, com diversas queixas referentes a decisões políticas tomadas pelos parlamentares, inclusive sendo bem específica quanto aos temas. Dessa forma, constatamos a existência de ambiguidade (em relação aos princípios organizacionais) no desenvolvimento desse núcleo de sentidos no site oficial da COMAB.

Figura 34 – UR política 2 (COMAB)

MANIFESTO AO POVO E AO PARLAMENTO BRASILEIRO

Data: 26/11/2016

Publicado pela Confederação Maçônica do Brasil - COMAB

Muito próximo, no último dia 19 de novembro, comemoramos o dia da Bandeira do Brasil que ostenta com orgulho histórico, mesmo que com lágrimas sendo derramadas, o lema de "Ordem e Progresso". Derrama ela, lágrimas ao ver MILHÕES de brasileiros desempregados, outros tantos MILHÕES com renda diminuída e com o receio de somarem coro ao choro inconsolado dos primeiros e outros MILHÕES de empreendedores que sofrem com a queda do faturamento, recuperações judiciais, falências e a com a imposição de uma carga tributária aplicada de forma INJUSTA para custear os interesses corporativistas incrustados no "poder" público e a INCOMPETENTE gestão de alguns governos. Resultado: comemorar um Natal e um Ano Novo com expectativas de "dar dó a qualquer Ser vivo". Num

Fonte: Confederação Maçônica do Brasil (2016)

Os demais núcleos de sentidos que se destacaram entre as unidades de contexto, todos com duas ocorrências cada, seguem a linha do site do GOB: *aperfeiçoamento moral e intelectual*, *igualdade/diversidade* e, dessa vez, *liberdade* (outro princípio de base da tríade maçônica). A outra unidade de registro que obteve duas ocorrências foi a *promoção de eventos organizacionais*, que também podemos observar no quadro relativo ao GOB, porém não a consideramos relevante a ponto de expor seus exemplos, pois se restringem a eventos de confraternização interna que, no geral, envolvem os temas sobre os quais discorreremos.

Sobre o *aperfeiçoamento moral e intelectual*, observamos movimento semelhante ao site do GOB, em que há o enaltecimento desse valor, apresentado aos públicos como condição que é alcançada pelo indivíduo após a iniciação. Na figura 35, podemos observar, em um trecho de uma carta publicada pela COMAB, em que a organização diz “não à destruição dos valores morais (incluindo ideologia de gênero, pornografia e exposição infantil gratuitos)” e, assim, percebemos como é forte a imposição por parte da maçonaria de uma ‘moral universal’ como um modelo a ser seguido obrigatoriamente pelos membros da ordem e, preferencialmente, por todas as pessoas.

Figura 35 – UR aperfeiçoamento moral e intelectual (COMAB)



CARTA DE JOÃO PESSOA

Data: 25/10/2017

Publicado pela Confederação Maçônica do Brasil - COMAB

‘. A COMAB DIZ NÃO À DESTRUIÇÃO DOS VALORES MORAIS .’

(Incluindo ideologia de Gênero, Pornografia e Exposição Infantil gratuitos)

Fonte: Confederação Maçônica do Brasil (2017)

Essa noção de moral universal, de tendência conservadora, nos leva à próxima unidade de registro, que é a *igualdade/diversidade*. Também da mesma forma que no site analisado anteriormente, a igualdade é reconhecida pela organização como princípio central, que concede condições de entrada na organização a homens de

qualquer raça, credo ou cor. As mesmas incoerências perante as discussões atuais acerca das diversidades podem ser verificadas no site da COMAB, especificamente em relação à presença na ordem de mulheres, de ateus e de pessoas de baixa renda. Mais uma vez, salientamos que o objetivo não é confrontar as tradições da organização, mas sim evidenciar possíveis questionamentos advindos dos públicos que possam entrar em relação com ela, inclusive dos próprios iniciados e suas famílias. Nesse sentido, expomos o trecho da continuação da carta que ilustra a figura 35: “está em voga o ‘politicamente correto’, aonde grupos procuram ostentar ou impor o seu modo ou sua cultura a todos, fazendo com que aquilo que poderia ser construtivo na aceitação da diversidade, se transforme em uma luta de uns contra outros”. (CONFEDERAÇÃO MAÇÔNICA DO BRASIL, 2017, documento não paginado). Como no site do GOB, a COMAB comunica de forma direcionada aos que compartilham sua noção de moral universal. Todavia, ao posicionar-se dessa forma, assume os riscos de ter sua mensagem fortemente rejeitada por outros públicos, mesmo que não seja sua intenção atraí-los.

O outro princípio maçônico de base que se destacou como unidade de registro foi a *liberdade*. Na unidade de contexto “Institucional”, podemos verificar como a organização evidencia a temática: “a maçonaria defende a liberdade dos seus membros, tanto quanto luta para preservar a liberdade dos cidadãos em geral” (CONFEDERAÇÃO MAÇÔNICA DO BRASIL, 2020b, documento não paginado). Assim como em relação ao princípio da igualdade, a temática da *liberdade* é desenvolvida a fim de valorizar os pressupostos básicos (SCHEIN, 2009) da organização perante os públicos.

Ainda que tenha apenas uma ocorrência direta, o núcleo de sentidos *captação de novos membros* também deve ser destacado. Da mesma forma que no site do GOB, é evidente a preocupação da COMAB com essa questão. Outros núcleos de sentidos reforçam a temática, como a *superioridade do maçom em relação ao não iniciado* – “Se considerarmos que apenas são convidados a participar da Maçonaria homens virtuosos e representantes da sociedade, pode-se dizer que ela é uma elite” (CONFEDERAÇÃO MAÇÔNICA DO BRASIL, 2020b, documento não paginado) – e os *requisitos para iniciação* – “A Maçonaria escolhe homens de bem e faz deles ainda melhores” (CONFEDERAÇÃO MAÇÔNICA DO BRASIL, 2020b, documento não paginado). Nesses dois exemplos, de núcleos de sentidos muito próximos, percebemos que a maçonaria se coloca como geradora dessa qualificação de homens

de bem, pois além de selecionar ‘homens de bem’, ela ainda os faz melhores. Não se trata de uma organização ‘qualquer’, mas de uma ‘microsociedade’ – espécie de ‘bolha’ – com potência para aperfeiçoar os homens e, com isso, melhorar a própria sociedade. Na unidade de contexto “Institucional”, o tema *captação de novos membros* é tratado abertamente em itens do tipo: “Como se faz para ser maçom?” e “A maçonaria não é apenas um clube de negócios?”. O site da COMAB apresenta uma quantidade menor de elementos voltados para a estratégia de sedução de novos possíveis iniciados, se comparado à página do GOB. Em seu site não há, por exemplo, um formulário para manifestação de interesse ao ingresso na ordem. Mesmo assim, a *captação de novos membros* é novamente uma importante temática constituinte do conteúdo do site. E cabe ressaltar que a COMAB é uma entidade que congrega diferentes Grandes Orientes estaduais independentes e é através dessas potências que os maçons se filiam. Por esse motivo, formulários de manifestação de interesse à iniciação podem não ter o mesmo efeito para o site da COMAB. Por outro lado, a COMAB indica as páginas de suas potências confederadas.

O último núcleo de sentidos que apresentamos é o *segredo*. O mesmo tem apenas uma ocorrência, na unidade de contexto “Institucional”. Entretanto, em virtude de nossos objetivos de pesquisa, vale apontarmos mais uma vez que a maçonaria, através da COMAB, faz questão de se afastar da imagem de sociedade secreta, como podemos observar na figura 36, no trecho em que a organização responde à pergunta “A maçonaria é uma sociedade secreta?”.

Figura 36 – UR segredo (COMAB)

COMAB - CONFEDERAÇÃO MAÇÔNICA DO BRASIL
SUCESSORA DO COLÉGIO DE GRÃO-MESTRES DA MAÇONARIA BRASILEIRA - FUNDAÇÃO: 04/08/1970

OS RITUAIS MAÇÔNICOS CRIAM EMBARAÇOS AO CANDIDATO?

Não. Os rituais em geral e os utilizados na cerimônia de iniciação foram escritos para sublinhar virtudes que deverão ser desenvolvidas pelos candidatos, tais como, Justiça, Amor Fraternal, Temperança, Caridade, Solidariedade, etc.. Atualmente usa-se nos rituais uma linguagem erudita e ricamente ilustrada por simbolismo. Em nenhum momento são criadas situações que possam embaraçar ou desagradar os candidatos, ou que poderiam violar as suas convicções patrióticas, crença religiosa ou familiar.

A MAÇONARIA É UMA SOCIEDADE SECRETA?

Sociedades secretas geralmente são definidas como organizações desconhecidas do público e cuja existência seja escondida. A Maçonaria, por outro lado, é bem conhecida e orgulha-se de demonstrar a sua existência. Os seus Templos e as suas Lojas são facilmente identificados e muitos deles figuram nas listas telefônicas. Muitos de seus membros costumam usar anéis, distintivos de lapela, alfinetes de gravata que os identificam como maçons. Frequentemente os maçons participam ativamente junto à sua comunidade em trabalhos assistenciais. Finalmente, algumas atividades maçônicas são abertas e acessíveis ao público.

Fonte: Confederação Maçônica do Brasil (2020b)

Além de justificar o porquê não é uma sociedade secreta, a organização apresenta outros tópicos que parecem uma tentativa de reforçar um contraponto aos sentidos que circulam no imaginário dos indivíduos em geral. Vejamos, no outro trecho que compõe a figura 36, na resposta à pergunta “Os rituais maçônicos criam embaraços ao candidato?”, que a COMAB procura afastar noções deturpadas da ritualística e da fraternidade maçônica, que são convocadas do imaginário. Dessa forma, a temática do segredo é desenvolvida prioritariamente na tentativa de reagir à disputa de sentidos acerca da maçonaria que, como vimos na análise do capítulo anterior, por vezes é dominada pelos atores individuais não iniciados. Além disso, de maneira complementar, a temática é acionada no intuito de mitigar as desconfianças dos públicos e, principalmente, dos possíveis interessados na iniciação.

De maneira geral, além da tentativa de enaltecimento da imagem própria, algo comum em qualquer site organizacional, através do apontamento de feitos e valores, percebemos as mesmas intenções prioritárias nos sites da COMAB e do GOB: esclarecimentos do que vem a ser a maçonaria aos públicos externos e a tentativa de atração de novos membros. Vale ressaltar, ainda, a unidade de registro *política* que, ao ser explorada de maneira acentuada no site da COMAB – o que não é comum na maçonaria em geral –, expõe algumas contradições no discurso organizacional, especialmente no que se refere aos seus princípios de base (liberdade, igualdade e fraternidade), que podem ser questionados por públicos não maçônicos, tanto os que a organização parece descartar quanto os possíveis interessados no ingresso à maçonaria.

Seguimos, então, com o último site analisado nesse procedimento, da Confederação Maçônica Simbólica do Brasil (CMSB). As unidades de contexto para compreensão dos núcleos de sentidos são as seguintes: “Home”, constituída por notícias e campanhas internas; “Notícias”, composta por arquivo de diversos informes organizacionais; “Sobre”, que indica a finalidade, estruturação, histórico e alta cúpula da CMSB; “Palavras do secretário”, que conta com vídeos em que o secretário-geral da CMSB discorre sobre diferentes temas; “Biblioteca”, que expõe um acervo referente à maçonaria; e “UniCMSB”, relativa à proposta de universidade corporativa da organização. O site também apresenta a seção “Fale Conosco”, em padrão similar aos demais e, por tal motivo, não a elegemos como UC relevante para análise. Novamente, reforçamos que, no Apêndice D, apresentamos um quadro que reúne as ocorrências das unidades de registro e seus respectivos exemplos.

Mais uma vez, o núcleo de sentidos *aperfeiçoamento moral e intelectual* sobressai entre as unidades de registro encontradas, com quatro ocorrências. No site da CMSB, o tema se apresenta mais ligado ao desenvolvimento intelectual, especialmente em relação ao conhecimento maçônico. Grande parte do espaço do site é ocupado pela temática, visto que há seções inteiramente dedicadas, como “Biblioteca” e “UniCSMB”. A CMSB, dessa maneira, sustenta o caráter educativo da ordem maçônica, indicando a organização como um ‘lugar do saber’. Mesmo assim, a questão moral também é tratada, de modo que o aperfeiçoamento do maçom é explorado de maneira ampla. Observemos, na figura 37, um exemplo de como é tratada a questão do aperfeiçoamento do indivíduo que ingressa na organização. A mensagem da campanha garante que a condição de maçom fará com que o indivíduo se (auto)desenvolva. Cabe ressaltar que a organização usa um tom cuidadoso na mensagem, ao dizer que “ser maçom não te faz melhor do que os outros”, o que indica estar atenta possíveis atos judicativos dos públicos não maçônicos.

Figura 37 – UR aperfeiçoamento moral e intelectual (CSMB)



Fonte: Confederação da Maçonaria Simbólica do Brasil (2019a)

No entanto, em materiais da mesma ação, como na figura 38 (no banner e link posicionados à esquerda), a CMSB intitula essa campanha como “Não apenas um homem. Um maçom”). Sem o mesmo cuidado do exemplo anterior, nesse caso outro núcleo de sentidos se sobressai: *a superioridade do maçom em relação ao não iniciado*. Em outros materiais dessa campanha, a organização parece sugerir que o conjunto de virtudes a serem seguidas pelos iniciados não apenas os faz evoluir moral

e intelectualmente, como também os faz melhores que homens não iniciados. O que nos remete às afirmações de Souza (2012), de que a maçonaria se coloca como vanguarda da sociedade, no sentido de os maçons serem os guias dos ‘profanos’ para o aperfeiçoamento moral e intelectual.

Figura 38 – URs aperfeiçoamento e política (CMSB)



Fonte: Confederação da Maçonaria Simbólica do Brasil (2020)

Também, na figura 38, podemos identificar exemplos de mais duas unidades de registro importantes que reconhecemos no site da CMSB. A primeira é a *valorização da dimensão da organização* (com quatro ocorrências), como podemos ver nas indicações numéricas abaixo dos banners (“27 Grandes Lojas”, “+3000 Lojas Regulares” e “+120000 Membros Ativos”). Esses dados são reafirmados no site, bem como outras informações sobre a grandeza da organização que são valorizadas. E a segunda é o tema da *política* que, mesmo tendo apenas duas ocorrências, deve ser destacado em virtude do espaço considerável que ocupa na página principal do site e na unidade de contexto “Notícias”. Ao verificarmos as campanhas que constam na figura 38, “Em qual número você vai votar” (relacionada às eleições de 2018) e “Reage, Brasil” (também ligada às mesmas eleições), observamos movimento parecido com o que ocorre no site da COMAB. De encontro ao princípio da liberdade, especialmente no que se refere ao afastamento das discussões políticas no ambiente maçônico, a CMSB emite mensagens explícitas de teor político a seus membros. Ainda que não assuma oficialmente ligações com determinadas correntes ou

entidades políticas, a CMSB adentra em um terreno que expõe contradições no discurso organizacional.

Outro exemplo referente à UR *política* está na figura 39, em que apresentamos o banner que ocupava a parte central da página principal do site na ocasião das coletas. Nesse banner, a organização destaca a imagem do General Mourão, vice-presidente do país no momento, participando de um evento da organização. Em que pese o fato de o vice-presidente ser maçom publicamente declarado, o fato de não ocupar cargo na alta cúpula administrativa da CMSB e, mesmo assim, receber a posição de maior destaque na imagem, indica que há uma tentativa de aproveitamento da imagem do mesmo por parte da CMSB e, conseqüentemente, a sugestão de uma identificação política específica.

Figura 39 – UR política (CMSB)



Fonte: Confederação da Maçonaria Simbólica do Brasil (2020)

A última unidade de registro que abordaremos é a *gestão*. Além de obter quatro ocorrências no site, importa destacar esse núcleo de sentidos em virtude de sua não aparição nos materiais analisados anteriormente. A temática da gestão é explorada, principalmente, em relação às ações e aos projetos para com os públicos internos. Ademais, as relações com outros públicos, quando mencionadas, dizem respeito apenas a outras potências maçônicas, nacionais e internacionais. Vale destacar que, para além de questões frequentemente trabalhadas nas mídias pelas organizações de forma geral, a organização lida com temas sensíveis, como podemos verificar na figura 40, que é um recorte de um vídeo postado na aba “Palavras do Secretário”. Nessa iniciativa, ao tratar sobre a temática da evasão maçônica – que expõe dificuldades de uma organização que geralmente ostenta uma postura de

superioridade e sucesso absoluto – a maçonaria recua sua barreira para com o social, de modo que apresenta alguns aspectos que, por muito tempo, não foram visibilizados para além das fronteiras do sistema.

Figura 40 – UR gestão (CSMB)



Fonte: Confederação da Maçonaria Simbólica do Brasil (2019b)

Outro exemplo de assunto delicado que é tratado no site da CMSB é a menção ao “Livro Negro Nacional Virtual”, documento que expõe – em um cadastro nacional de livre consulta aos confederados – os indivíduos que foram convidados a se retirar de lojas maçônicas. O site não concede acesso a esse material para não iniciados, mas somente o fato de abordar essa questão, um problema significativo enfrentado pela organização – assim como a evasão voluntária – demonstra que há algumas questões que estão sendo ‘liberadas’ da tradicional barreira que separa a maçonaria da sociedade em geral. O indivíduo comum, observando tais assuntos, pode verificar que mesmo uma organização enigmática e, muitas vezes, até mesmo considerada mística, sofre com problemas similares aos que afetam outras organizações.

Por outro lado, uma iniciativa como a do Livro Negro pode ter como objetivo demonstrar aos públicos (maçônicos ou não) seriedade no acompanhamento das condutas internas e, conseqüentemente, no trato disciplinar dos membros ‘desviantes’. Por meio do constrangimento gerado aos sujeitos listados, que passam a servir de exemplo negativo, a organização se comunica com os demais membros e também com os interessados ao ingresso.

Feitas as considerações acerca dos núcleos de sentidos de destaque, importa dizer que, diferentemente das mídias endossadas por GOB e COMAB, não encontramos no site da CMSB elementos relacionados às temáticas do segredo e da captação de novos membros, importantes nas configurações anteriores. Por outro lado, o site da CMSB indica uma preocupação central voltada para os públicos internos, superior até mesmo à tentativa de valorizar a organização a fim de obter retornos de imagem-conceito (BALDISSERA, 2004) para com o público não maçônico. A maioria dos elementos da mídia em questão é voltada à gestão interna da organização, com atenção especial aos espaços de comunicação direta com os confederados. Em relação a essa questão, os sites anteriores também diferem, pois dedicam (poucos) espaços específicos para acesso aos públicos internos. Cabe ressaltar, também, que os sites do GOB e da COMAB vedam o acesso a quem não é iniciado a todo conteúdo voltado à gestão interna.

Isso posto, finalizamos a apresentação dos principais núcleos de sentidos encontrados nos sites das três potências maçônicas. Passamos, então, à fase de categorização, em que analisaremos de forma transversal toda a coleção de materiais, isto é, os achados dos três sites. Optamos por realizar um procedimento “por milha” (BARDIN, 2011), em que não é fornecido um sistema prévio de categorização. Ao contrário, as categorias – e seu título conceitual – são definidos no processo.

Na codificação do material, ao extrairmos os exemplos e definirmos os núcleos de sentidos, já realizamos o isolamento categorial. O passo seguinte é a classificação desses elementos. Cada unidade de registro, já isolada, deve ser analisada em relação ao que tem em comum com as demais. Ao mesmo tempo, devemos levar em consideração critérios de exclusão mútua. Dessa forma, chega-se à organização que a AC requer.

Assim sendo, da análise das unidades de registro extraídas, definimos três categorias principais, em que tais unidades foram agrupadas: *reforço dos princípios organizacionais*, *valorização/coesão interna* e *autodesmistificação*. Essa organização confere centralidade ao contexto de regulação de (in)visibilidade encontrado nos sites oficiais da maçonaria, pois, com essas categorias, agrupamos os núcleos de sentidos de acordo com as macroestratégias de visibilidade empenhadas pela organização em seus produtos midiáticos.

A categoria *reforço dos princípios organizacionais* abarca os pressupostos básicos da organização (SCHEIN, 2009). As unidades de registro (temas) que a

compõem são a *liberdade*, a *igualdade/diversidade* e a *fraternidade* (a tríade que define a principiologia maçônica de base, conforme abordamos no capítulo 2), junto do *aperfeiçoamento moral e intelectual*, todos esses elementos que acompanham a história da ordem. Com ocorrências na maior parte das unidades de contexto verificadas nos três sites, os núcleos de sentidos que compõem essa categoria orientam os demais. A organização opta por conferir alta relevância a tais temáticas que, direta ou indiretamente, pautam outras como *religião*, *política*, *histórico*, *requisitos para iniciação*. Ao observarmos essas e as demais unidades de registro, compreendemos que elas ‘carregam’ os núcleos basilares de sentido, de forma que os conteúdos dos sites são perpassados integralmente por esses temas principais. Importa dizer que essa categoria é medular para quaisquer estratégias de (in)visibilidade empregadas pela organização. Trata-se, efetivamente, da principal estratégia: evidenciar os pressupostos básicos da organização, a fim de eles orientem de forma positiva as relações (inter/intra)sistêmicas.

A segunda categoria, *valorização/coesão interna*, diz respeito às ações organizacionais para geração de engajamento, harmonia e alinhamento comportamental dos iniciados. Os núcleos de sentidos que a compõem são *promoção de eventos organizacionais*, *política* e *gestão*. Salientamos que, apesar de fornecerem projeções aos demais públicos, tais unidades de registro foram classificadas nessa categoria por entendermos que sua aparição é especialmente direcionada aos iniciados. Nesse sentido, elencamos alguns exemplos em que a organização faz questão de visibilizar o trabalho desenvolvido para/com os próprios maçons: a maioria dos eventos divulgados é destinada aos próprios membros; as questões políticas envolvem muito mais a orientação de postura a ser adotada pelos iniciados do que uma tentativa de projeção à sociedade; e as informações relativas à gestão dizem respeito, principalmente, a projetos de âmbito interno. As temáticas, dessa forma, são convocadas no intuito de procurar/retomar/reforçar o contato com/entre iniciados, devido ao tamanho da organização.

A terceira categoria é a da autodesmistificação. As unidades de registro que a constituem são *captação de novos membros*, *requisitos para iniciação*, *superioridade do maçom em relação ao não iniciado*, *dimensão da organização*, *histórico da organização*, *líderes*, *estrutura administrativa*, *segredo*, *rito* e *religião*. O aspecto que agrupa esses temas e, ao mesmo tempo, os diferencia dos demais, é o fato de serem direcionados, principalmente, aos públicos externos à vida maçônica. Nesse sentido,

entendemos que há dois pilares principais que sintetizam a estratégia de visibilidade que denominamos autodesmistificação. O primeiro é a tentativa de valorizar de forma positiva a organização, a fim de obter ganhos de imagem-conceito (BADISSERA, 2004) perante diferentes públicos, como ocorre em qualquer organização, a partir de temáticas de aproximação e elucidação do contexto organizacional (*líderes, estrutura administrativa, histórico, dimensão, segredo, rito, religião*). E o segundo é a busca por renovação do corpo organizacional, evidenciado pelas temáticas da *superioridade do maçom em relação ao não iniciado, dos requisitos para iniciação* e da *captação de novos membros*. A autodesmistificação se dá em virtude das ações organizacionais que notadamente se propõem a desmistificar alguns sentidos que circulam no senso comum, oriundos da efervescência criativa do imaginário (RUIZ, 2003), da qual tanto falamos até aqui e cujas causas – se não as principais – são as próprias barreiras tradicionalmente impostas pela organização. Conforme abordamos anteriormente, a própria organização se nutre das construções advindas do imaginário, na medida em que isso fortalece a ‘aura’ que a envolve. Contudo, algumas delas podem ser tão negativas a ponto de prejudicarem a imagem da organização, tendo em vista que nem sempre o segredo é ligado somente a um ‘poder invisível’, mas também ao ilícito, ao nefasto, à mentira, dentre outras propriedades negativas.

Entre as ações de visibilidade para autodesmistificação presentes nos sites das três potências, podemos citar a exposição de alguns iniciados (como nas fotos que identificam membros da alta gestão), a abordagem de alguns temas-tabu (como a presença da mulher na maçonaria) e o convite à iniciação (a ponto de elaborar uma espécie de anúncio). Contudo, percebemos que todas essas iniciativas de desmistificação ocorrem ‘em termos’ ou ‘até certo ponto’. Ao mesmo tempo em que avança em direção à visibilidade (em determinadas temáticas), a organização também dá a impressão de não procurar afastar totalmente alguns dos sentidos alternativos postos a circular pelos atores sociais não iniciados, pois, como dissemos, nem todos são prejudiciais.

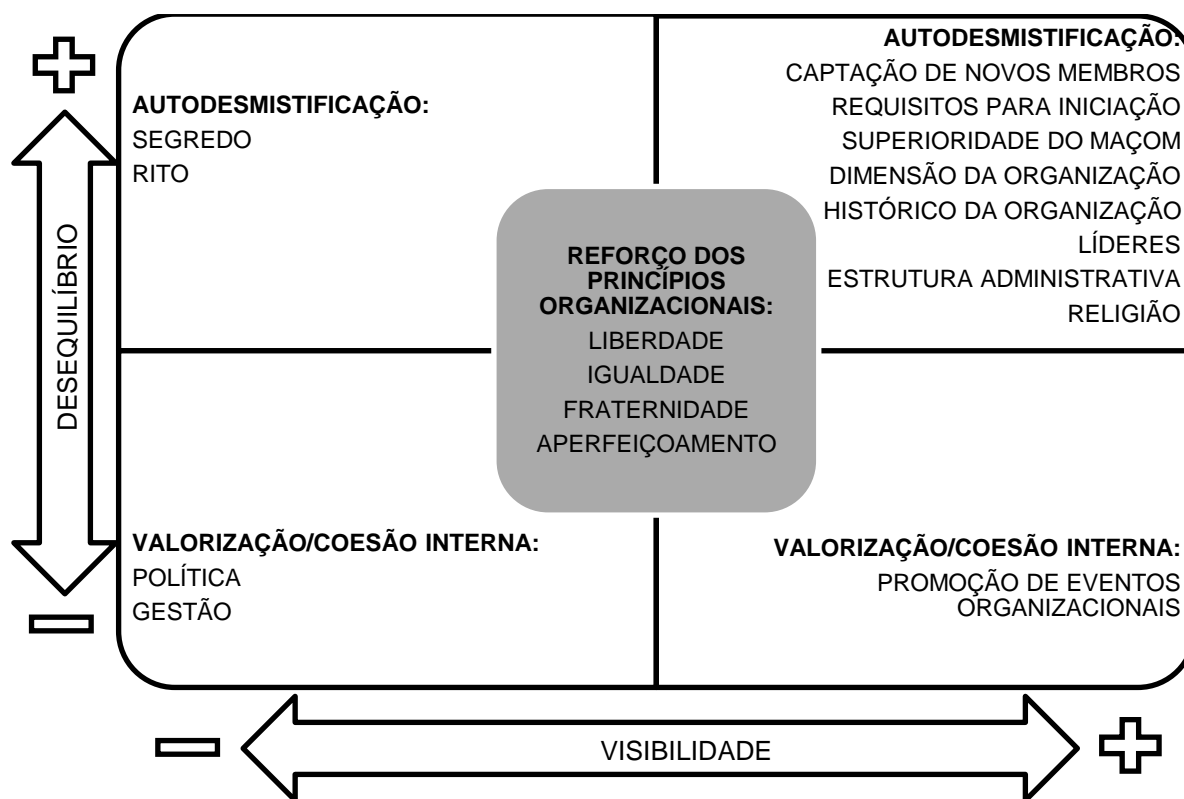
Ao analisarmos alguns dos núcleos de sentidos citados nessa categoria, constatamos que, na *captação de novos membros* e *requisitos para iniciação*, há um perfil claramente desenhado do indivíduo que está sendo convidado a fazer parte da ordem. Ou seja, a abertura não é para todos. Já em *segredo* ou *rito*, percebemos que as questões referentes ao secretismo são rechaçadas apenas para que se afaste uma impressão que aproxime a maçonaria do ilícito ou clandestino. No entanto, garantida

sua projeção ilibada, o caráter secreto é mantido em parte, quando a organização admite que sua simbologia, sinais de reconhecimento e assuntos debatidos em reuniões fechadas permanecem visíveis apenas aos iniciados. É dessa forma que se efetua uma autodesmistificação da maçonaria. A organização se permite a uma espécie de abertura didático-instrutiva, no intuito de afastar sentidos prejudiciais às suas relações, mas até certa medida. Ao mesmo tempo, ela reforça alguns desses elementos historicamente enraizados pela atividade imaginal que, mesmo sem intervenção direta da organização, contribuem para o fortalecimento de seu poder simbólico.

Sendo assim, cabe ressaltar duas características fundamentais da estratégia de autodesmistificação. Primeiramente, como dissemos, ela é parcial, pois a organização calcula até que ponto deve visibilizar, pois tal movimento não pode pôr coisas valiosas a perder. E, em segundo lugar, salientamos que o prefixo 'auto' é essencial nessa definição, visto que a decisão desse limite do que deve ser esclarecido é apenas da organização, que procura eliminar ou afastar fatores de risco ligados ao segredo, deixando apenas o que lhe interessa para a imaginação dos públicos. Dessa forma, sem entrar em zonas de conversação que poderiam ser vulneráveis, a maçonaria concede algumas doses de desmistificação a fim de dirimir projeções prejudiciais, sem deixar que se perca o interesse pelas questões nebulosas que a envolvem.

Dessarte, após a definição categorial, verificando o que solicita agrupamento/exclusão no contexto da coleção, prosseguimos na tentativa de alcançarmos uma representação dos dados brutos, para que esses revelem outras inferências. Isso posto, chegamos a um diagrama (figura 41) como representação final da análise temática realizada, que põe em relação as categorias inferidas.

Figura 41: análise categorial dos sites das potências maçônicas



Fonte: elaborado pelo autor

No centro do quadrante, está estabelecida a categoria *reforço dos princípios organizacionais*, que definimos como principal estratégia de visibilidade utilizada pela maçonaria nos dispositivos midiáticos analisados. Ela orienta os demais núcleos de sentidos e impulsiona as estratégias de visibilidade de segundo nível, por isso sua posição central. Ao redor desse núcleo-base, as demais unidades de registro, dentro de suas respectivas categorias, seguindo a lógica de dois eixos. Há uma subdivisão nas outras duas categorias que estabelecemos: *valorização/coesão interna* e *autodesmistificação*. Tais fragmentações decorrem da relação com os eixos *visibilidade* e *equilíbrio*, representados por setas. Para fundamentar essa subdivisão, discorreremos acerca dos eixos.

Em relação ao equilíbrio sistêmico (CAPRA, 2002), as categorias estabelecidas (*valorização/coesão interna* e *autodesmistificação*) se mantêm de forma integral. A estratégia de visibilidade direcionada aos públicos internos – *valorização/coesão interna* – tende a provocar menores afetações em relação ao equilíbrio sistêmico, pois procura justamente a harmonia e coesão dos membros. Por outro lado, a estratégia voltada aos públicos não maçônicos – *autodesmistificação* –, que se propõe a

estabelecer relações intersistêmicas, tem maior propensão a causar desequilíbrio, pois pode ocasionar irritações e desajustes internos em virtude dessas conexões.

A mesma lógica é empregada para a questão da visibilidade, eixo que destaca o aspecto da regulação do par dialógico (MORIN, 2000) visibilidade-invisibilidade, que pressupõe constantes decisões sobre o que estará mais ou menos visível. No diagrama, os núcleos de sentidos à esquerda implicam um menor esforço em dar a ver por parte da organização, ao passo que os temas à direita têm nível maior de visibilidade. Tendo em vista o objetivo específico ao qual esse procedimento está relacionado, não expomos no diagrama elementos que permanecem protegidos pela barreira do segredo (invisíveis) e, por isso, definimos o eixo apenas considerando maior ou menor nível de visibilidade.

Em função dos eixos que regulam o diagrama, emergem subdivisões nas categorias iniciais. Em relação à categoria *valorização/coesão interna*, verificamos que as unidades de registro *política* e *gestão* não receberam os mesmos espaços de alta visibilidade como a unidade de registro *promoção de eventos organizacionais*. Enquanto esta geralmente ocupou as páginas principais dos sites e a maior parte dos conteúdos expostos nas abas de notícias, aquelas normalmente estavam localizadas em páginas de menor destaque. Embora as três temáticas sejam direcionadas essencialmente aos públicos internos, notamos que os núcleos de sentidos *política* e, principalmente, *gestão*, estavam situados em locais com menor apelo aos públicos externos como, por exemplo, a questão da evasão maçônica, no site da CMSB, que teve ocorrência em um dos vídeos publicados nas “Palavras do Secretário”, com pouco destaque para visitantes não costumeiros.

Quanto à categoria *autodesmistificação*, a (sub)divisão também se dá em função de onde se situaram as ocorrências das unidades de registro, visto que as temáticas segredo e rito não ocupam mais que alguns parágrafos em meio a outros tantos que compõem abas específicas. Ao contrário, as demais unidades de registro são destacadas e, por vezes, até mesmo intitulam seções dos sites. No entanto, para essa (sub)divisão também consideramos que há uma restrição maior de informação no que se refere aos temas *segredo* e *rito*. São feitas explicações curtas, sem aprofundamento, ao passo que os outros temas se desenrolam de forma mais livre, com abordagem mais vasta. E, embora todos os núcleos de sentidos dentro dessa categoria envolvam um processo de autodesmistificação, em relação à regulação da (in)visibilidade, *segredo* e *rito* são unidades de registro que indicam maior resguardo

por parte da organização, pois são autodesmistificados, mas com uma precaução maior.

De maneira sintética, assim representamos a codificação de nossa análise temática. Categorias que revelam estratégias de visibilidade empregadas pela organização nos dispositivos midiáticos analisados, dispostas em um diagrama. Nesse contexto, há um núcleo de sentidos (estratégia central) que fundamenta e impulsiona estratégias/categorias de segunda ordem. Essas se organizam no diagrama em função da relação que possuem com os dois eixos (visibilidade e equilíbrio) que, por sua vez, orientam a formação de outras subcategorias. A partir desse diagrama, podemos compreender o que é visibilizado pela organização em relevantes dispositivos interacionais por ela endossados, o que contempla o objetivo específico ao qual se destinou este procedimento.

Contemplando as estratégias de visibilidade reveladas dos materiais, podemos substanciar o olhar que adotamos para a (in)visibilidade, como um par dialógico (MORIN, 2000), sempre em relação tensional, em virtude das escolhas – entre dar a ver e ocultar – que constantemente são realizadas nas interações. As estratégias reveladas, especialmente a da autodesmistificação, exemplificam o fato de que, quando optamos por umas das dimensões desse par, não necessariamente inviabilizamos a outra. A autodesmistificação nos mostra como uma organização pode jogar com diferentes níveis de iluminação e opacidade. Nesse caso, revelando de forma explicativa alguns aspectos historicamente nebulosos e, ao mesmo tempo, realizando uma definição de limites do que pode estar explícito, bem como a tentativa dessa imposição.

Importa dizer que, em comparação ao que observamos anteriormente no *Twitter*, a maçonaria se propõe a avançar em estratégias de exposição em um tipo de mídia na qual o controle do ‘dizer de si’ é maior. A partir de Goffman (2002), compreendemos que, se, na rede social online, a organização não consegue exercer a posição de reguladora da impressão alheia, em seus sites oficiais ela pode definir a situação de forma mais fácil, sem a pressão imediata dos públicos. Assim, ela avança em termos de visibilidade se compararmos com o *Twitter*, tendo em vista o maior volume de informações disponibilizadas, a abordagem de temáticas mais polêmicas e o aprofundamento de algumas questões.

A opção por mais visibilidade, no caso de uma organização que normalmente deseja a invisibilidade, está relacionada à necessidade de legitimação (BERGER;

LUCKMANN, 2004) em uma “sociedade da autopromoção” (THOMPSON, 2008). Considerando que a busca por legitimação ocorrerá em um contexto de midiaticização acelerada, esse processo ocorre, principalmente, via dispositivos midiáticos. Podemos observar, no conteúdo posto a circular nas mídias analisadas, que a organização emprega estratégias de visibilidade orientadas pelos dois fundamentos basilares da legitimação, segundo Berger e Luckmann (2004): educativo (princípios, tradições, histórico, simbólica, estrutura) e justificativo (caráter secreto, ações de filantropia, política). Atuando nesses dois eixos, a organização busca o principal objetivo da legitimação, que é a manutenção da ordem institucional, pois sua função integradora a protege das perturbações externas.

Não obstante, lembremos que Berger e Luckmann (2004) advertem que nenhum indivíduo assimilará um processo de legitimação/ institucionalização como o outro, em virtude das divergências de interpretação dos universos simbólicos. Vimos que, mesmo adotando cautela, as estratégias de visibilidade escolhidas para os sites podem gerar situações de risco, como observamos nos materiais referentes à unidade de registro *igualdade/diversidade*. Em algumas situações, na tentativa de abordar de forma positiva o princípio maçônico da igualdade, a organização acaba adentrando na problemática das diversidades, com posicionamentos polêmicos. Depois que tais conteúdos entram em circulação, podem gerar questionamentos advindos de públicos maçônicos ou não. E, se isso não se reflete em inquietações imediatas na mídia em questão, há o risco de reverberar em outros dispositivos em que organização tenha maior vulnerabilidade.

Importa salientar, ainda, que as estratégias de (in)visibilidade empregadas pela maçonaria nos sites analisados estão pautadas, de acordo com Baldissera (2009b), principalmente pela dimensão da organização comunicada, isto é, dentro da esfera de um dizer de si planejado e autorizado, que procura sempre coesão e coerência. Também vimos com o autor que esta é apenas uma das dimensões dos fluxos da comunicação organizacional, embora ainda seja para a qual as organizações mais atentam. E, levando em conta o tipo de mídia que analisamos neste procedimento, bem como as próprias características dos sites no que diz respeito à interatividade, não conseguiríamos contemplar os demais fluxos multidirecionais que contemplam o “processo de construção e disputa de sentidos no âmbito das relações organizacionais” (BALDISSERA, 2009a, p. 158). No entanto, na medida em que a maçonaria opta por estratégias como a da autodesmistificação, pensada a partir dos

comentários diversos, especulações, boatos e notícias falsas que vêm dos públicos não maçônicos, significa que a organização também atenta para as outras dimensões da comunicação organizacional, nesse caso, a da organização falada (BALDISSERA, 2009b). Nesse sentido, no intuito de mantermos o olhar interacionista, que procura as articulações, importa compreender o que pensa a própria organização, não apenas através da fala autorizada, mas a partir dos sujeitos. No próximo capítulo, então, apresentamos o olhar da maçonaria para o regime hegemônico de visibilidade ampliada, com base em entrevistas realizadas com iniciados.

8 O REGIME DE VISIBILIDADE AMPLIADA SEGUNDO OS MAÇONS

A terceira etapa de nosso percurso metodológico está relacionada aos objetivos específicos C (*verificar a existência de políticas de comunicação que orientem a maçonaria para um contexto de visibilidade ampliada*) e D (*compreender como a própria organização contempla as questões do segredo e da invisibilidade tensionadas por um regime societário hegemônico de alta exposição e circulação de informações*). Para a consecução desses objetivos, utilizamos a técnica da entrevista para a coleta de dados. E, para a análise do material coletado, recorreremos novamente à Análise de Conteúdo (AC), de viés temático, a partir de Bardin (2011).

Importa dizer que, após examinarmos a organização de forma geral (no contexto brasileiro) nas análises anteriores, verificando suas conexões em uma rede social online e o conteúdo que deseja visibilizar em seus sites mais representativos, necessitamos realizar um recorte a fim de buscarmos os olhares dos próprios maçons. Esse movimento foi necessário, primeiramente, pelo tamanho da organização, que impossibilitaria a utilização da técnica da entrevista, visto que uma amostra da maçonaria de forma integral implica em muitas potências independentes e centenas de lojas autônomas, além dos diferentes níveis hierárquicos dos iniciados. Nesse contexto, optamos por realizar entrevistas com maçons de diferentes níveis hierárquicos e lojas, mas filiados à mesma potência, no caso o Grande Oriente do Rio Grande do Sul (GORGS). Essa amostra, que abrange sujeitos que compartilham o mesmo contexto organizacional (dado que as potências são independentes), permite examinarmos diferentes olhares para as mesmas dinâmicas e processos organizacionais. Ademais, o recorte se justifica na medida em que, para ser parte da ordem, uma potência ou loja precisa ser reconhecida como regular pelas demais. Isto é, as células traduzem a organização como um todo, pois as orientações de base são transversais a quaisquer de seus membros e contextos. Antes de detalharmos os critérios de seleção dos entrevistados, seguimos com alguns apontamentos acerca da técnica da entrevista.

Amplamente utilizada na pesquisa qualitativa, a entrevista, na condição de recurso metodológico que colhe dados apoiada na experiência subjetiva da fonte, permite a exploração de questões de cunho implícito para uma combinação com enfoques prático, analítico e interpretativo (SIERRA CABELLERO, 1998).

Duarte (2005) observa que, por ser uma técnica dinâmica e flexível, a entrevista se mostra útil não apenas para a exploração da intimidade do entrevistado, mas para o aprofundamento descritivo de processos complexos a partir do ponto de vista do envolvido, aspecto esse que é vital em nossa investigação. Na mesma linha, Goldenberg (2011) afirma que a flexibilidade da técnica de entrevista se adequa melhor à averiguação de temáticas de maior complexidade.

Em nosso procedimento, optamos pela entrevista *semiaberta* ou *semiestruturada*. Nesse gênero de entrevista, é produzido previamente um roteiro ou matriz com as chamadas questões-guia, que procuram dar conta do problema de pesquisa e dos objetivos em questão (DUARTE, 2005). Cabe ressaltar que esse roteiro é, de certo modo, flexível, pois as questões-guia podem ser alteradas/adaptadas conforme o andamento da entrevista.

Quanto aos critérios para seleção dos entrevistados, primeiramente destacamos que, por se tratar de uma pesquisa qualitativa, não há busca por exaustividade numérica, e sim por relatos mais aprofundados. Assim, o primeiro critério de seleção dos participantes foi, como dissemos, a filiação à Potência Maçônica do Grande Oriente do Rio Grande do Sul (GORGS).

Aplicado esse critério, buscamos a diversidade de olhares dentro da própria organização. Para isso, o segundo critério adotado foi a participação de maçons de diferentes níveis hierárquicos, funções e, até mesmo, gerações. A intenção foi contar com relatos tanto de iniciados vinculados à alta administração do GORGS e suas assessorias diretas (Grão-Mestrado e seus Ministérios), quanto de iniciados alocados nas lojas (subunidades fundamentais que constituem a potência). No nível da administração do GORGS, definimos como prioridade entrevistar dois membros da alta administração (do Grão-Mestrado ou dos Ministérios) e dois membros do setor de Comunicação do GORGS. E, no segundo nível, contemplamos duas lojas, definidas conforme o aceite para entrevistas. Em cada loja, entrevistamos três iniciados, de níveis hierárquicos diferentes: um maçom que atingiu o grau de Mestre há mais de 10 anos e que exerça ou tenha exercido o cargo máximo em loja, que é o de Venerável; um maçom que atingiu o grau de Mestre e que nunca tenha exercido o cargo de Venerável; e um maçom cuja iniciação é mais recente, que tenha atingido, no máximo, o grau de Aprendiz ou Companheiro.

Cabe ressaltar que optamos por olhares diversos por considerarmos que possibilitam informações mais amplas para a pesquisa e, assim, permitem

compreender o fenômeno em estudo, não apenas pelo viés dos gestores ou dos mais experientes, mas a partir dos diferentes sujeitos e suas experiências, de modo que contradições também podem ser evidenciadas. A seguir, no Quadro 1, apresentamos os critérios de seleção do perfil dos entrevistados.

Quadro 1 – Perfil dos entrevistados

NÍVEL	PERFIL	QTDE
POTÊNCIA	GRÃO-MESTRADO E/OU MINISTÉRIOS	2
	SETOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	2
LOJA	VENERÁVEL	2
	MESTRE	2
	APRENDIZ/COMPANHEIRO	2

Fonte: elaborado pelo autor

Quanto ao instrumento de coleta de dados, como dissemos, trabalhamos com um roteiro de questões-guia, conforme as diretrizes da entrevista do tipo semiestruturada. Esse roteiro foi adaptado conforme o contexto do entrevistado (se membro da administração do Grão-Mestrado/GORGS, do setor de Comunicação do GORGS ou das lojas). Dessa forma, apresentamos nos Apêndices E, F e G os três roteiros-guia, divididos em blocos idênticos – de acordo com as premissas de viabilidade da Análise de Conteúdo: o primeiro bloco, introdutório, contempla perguntas sobre o perfil do entrevistado no que diz respeito à sua vida de iniciado; o segundo é voltado às políticas de comunicação que orientam a maçonaria; o terceiro procura compreender como a própria organização contempla as questões do segredo e da invisibilidade no contexto do atual regime de visibilidade ampliada; por fim, no quarto e último bloco, reservamos um momento para comentários complementares dos entrevistados.

Acerca dos procedimentos de preparação para as entrevistas, iniciamos com um primeiro contato com a administração do GORGS, a fim de solicitarmos uma autorização geral. Obtivemos uma carta de anuência da organização e, então, realizamos os convites – deixando clara a participação voluntária – aos participantes. Não houve restrição de data e local para a realização da entrevista, sendo que tais condições foram indicadas pelos entrevistados. A única exigência foi um ambiente que permitisse uma conversa apenas entre pesquisador e o participante, sem interferências.

Quanto aos aspectos éticos, importa dizer que submetemos o projeto de execução do procedimento de entrevistas ao Conselho de Ética em Pesquisa da UFRGS para avaliação, via Plataforma Brasil. O projeto foi aprovado, na data de 26 de fevereiro de 2020, conforme parecer nº 3.856.945. Essa informação foi passada aos entrevistados no início de cada entrevista, junto da explicação da proposta de estudo e seus objetivos. Após, foi lembrada a questão da participação voluntária e da autonomia (no sentido de que todas as opiniões seriam levadas em consideração) dos entrevistados, bem como esclarecidas as regras e dinâmicas da entrevista. Informamos também que o entrevistado poderia ficar à vontade para retirar sua participação a qualquer momento, sem qualquer tipo de penalização. O último procedimento prévio ao início da coleta de dados foi a entrega – para assinatura do participante – do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), documento que garante a confidencialidade e privacidade das informações prestadas pelo entrevistado. O TCLE está exposto no Apêndice H.

Acerca dos dados coletados, vale salientar que utilizamos nomes fictícios para a apresentação das análises, para preservação do anonimato dos participantes, conforme descrito no TCLE. Recorremos a gravadores de áudio como apoio técnico à coleta de dados. As gravações resultado das entrevistas estão arquivadas pelo prazo de cinco anos (a contar da data da realização da entrevista), sob responsabilidade do Prof. Dr. Rudimar Baldissera, orientador da pesquisa.

No que se refere ao gerenciamento de riscos, ressaltamos aos participantes que as entrevistas, a partir das questões exploradas, poderiam causar certo nível de cansaço, em virtude do tempo que a conversa poderia durar, bem como algum desconforto emocional, como constrangimentos ou lembranças marcantes referentes a alguma experiência vivida na organização que viesse à tona com a entrevista. Não obtivemos nenhum relato referente a tais questões durante as coletas.

Feitas essas considerações sobre os aspectos éticos, seguimos com mais informações de contexto que podem qualificar a análise, no sentido de elucidar algumas nuances da realização das entrevistas (condições de execução do procedimento). A primeira questão que pontuamos é em relação aos contatos iniciais para agendamento das entrevistas (acerto de datas e locais). Nesse sentido, importa ressaltar que os contatos com os maçons vinculados às lojas foram bem mais fáceis do que as solicitações aos maçons vinculados à alta administração do GORGS. A estes foram necessárias explicações mais extensas no que se refere aos objetivos da

pesquisa, bem como mais de um contato para agendamento. Ainda assim, cabe destacar que, em todos os processos de agendamento e explicação da pesquisa, optamos por logo indicar que não se tratava de uma 'busca pelos segredos' da maçonaria, mas sim por reflexões de cunho comunicacional no âmbito da organização que, pelo histórico da maçonaria, poderiam adentrar na problemática do segredo, mas não em seu conteúdo. Somente após essa explicação, mais aprofundada à alta administração do GORGS, constatamos os convidados mais à vontade para o aceite.

Ainda sobre os agendamentos, é necessário frisar o impacto da pandemia da COVID-19 na realização das entrevistas. A primeira coleta foi realizada em março de 2020, dias antes do início das medidas mais restritivas de isolamento. Após essa primeira entrevista, tivemos que aguardar até o mês de outubro de 2020 para que os participantes estivessem mais confortáveis em realizar o procedimento de forma presencial. Dessa forma, encerramos as coletas em janeiro de 2021, todas presenciais. A opção por não seguirmos com entrevistas online se deu em virtude da presencialidade ter potencial para enriquecer o processo investigativo, ao permitir o melhor registro de expressões e comportamentos dos entrevistados, bem como do contexto ambiental. Trata-se de variável metodológica muito importante para o processo interpretativo, ainda mais por estarmos em interação com membros de uma organização historicamente ligada ao desejo de invisibilidade, investigando sobre temática sensível.

Dessa forma, ao aguardarmos por certa estabilidade do contexto pandêmico, nossa maior dificuldade foi a disponibilidade para o agendamento das entrevistas. Alguns participantes ainda demonstravam desconforto mesmo quando as rotinas estavam mais normalizadas, outros consideravam incoerente participarem desse tipo de atividade enquanto estavam em regime de *home-office* em seus trabalhos, e alguns tinham suas próprias rotinas atribuladas. Ainda assim, conseguimos agendar e realizar as coletas em tempo hábil, em locais como cafés (1), residência do entrevistado (1), local de trabalho do entrevistado (3) e sedes templárias ou administrativas do GORGS (5).

Quanto à realização das entrevistas, cabe destacar que, com o emprego da modalidade *semiestruturada*, obtivemos fluidez no processo, na medida em que podíamos flexibilizar a condução do roteiro. Tendo em vista a suscetibilidade da temática abordada, inclusive com potencial de desconforto aos participantes, procuramos uma dinâmica mais natural nas conversas para coletarmos o máximo de

dados relevantes e, também, captar indícios a partir de aspectos subjetivos. Dessa forma, como propõe a técnica, sempre que a resposta obtida não fosse suficiente, ou quando restassem ainda dúvidas sobre determinada questão, novas perguntas sobre esse assunto em particular eram realizadas.

Apresentamos, então, uma breve descrição acerca do contexto de realização de cada entrevista, bem como alguns dados do perfil dos entrevistados, respeitando a confidencialidade tratada no TCLE (Apêndice H). Ainda sobre o acordo de não revelar as identidades dos participantes, aplicaremos um código para identificação de cada um, que segue a seguinte lógica: grau na maçonaria; posição na estrutura administrativa do GORGS - Loja (L) ou Potência (P) -; e numeral diferenciador; exemplos MESTRE L1, COMPANHEIRO P2, APRENDIZ L3.

APRENDIZ L1 - Iniciado em 2019. Médico. Realizamos a entrevista no dia 13 de outubro de 2020, em um café, no período da tarde, encaixando um horário entre seus atendimentos em diferentes locais. Ao chegar, o entrevistado solicitou que trocássemos de mesa, a fim de realizarmos a entrevista em um espaço mais reservado no café. Cabe destacar que o entrevistado acabou atrasando um pouco em relação ao horário acertado e, por isso, a condução precisou ser levemente acelerada, o que prejudicou a tomada das respostas e, conseqüentemente, impediu maior aprofundamento. De qualquer forma e, até por se tratar de alguém com menor experiência na vida maçônica, as respostas foram bem curtas e objetivas, sem muito interesse em ampliação das respostas por parte do entrevistado. Assim, seja pelo pedido por um local mais reservado, ou pelo interesse em finalizar logo a entrevista, sem conceder espaço para aprofundamentos, consideramos que esse foi um dos entrevistados mais cautelosos durante o procedimento.

APRENDIZ L2 - Iniciado em agosto de 2018. Advogado. Realizamos a entrevista no dia 03 de novembro de 2020, no salão de confraternizações da sede templária da loja, cerca de uma hora e meia antes do início de uma sessão maçônica. O entrevistado solicitou o local para aproveitar o deslocamento ao encontro semanal da loja. Ele solicitou a um 'irmão', que chegou ao templo no mesmo momento que nós, que avisasse aos demais que chegassem que realizávamos uma entrevista e que era necessário que ficássemos isolados. A partir da metade da entrevista, conversamos enquanto ele organizava seus materiais para o início da sessão. Percebemos indícios de cautela no entrevistado, com respostas bem objetivas e enfáticas ao estabelecer uma posição hierárquica que limita o que pode ser respondido, com expressões como

“na visão de um aprendiz...”, “na minha posição de aprendiz posso dizer que...”, que podem ter sido dadas dessa forma por estarmos no ambiente da loja, pois, mesmo isolados em uma sala para a entrevista, os demais integrantes poderiam saber de sua realização.

MESTRE L1 - Iniciado em 2016. Militar. Conversamos no dia 13 de março de 2020, no quartel em que trabalha o entrevistado. A entrevista ocorreu após o término do expediente, assim pudemos realizá-la em sua sala e sem interferências. O participante demonstrou interesse e valorizou a temática da pesquisa. Por outro lado, também notamos muita vontade do entrevistado em expor os princípios basilares da maçonaria, encaixando-os em algumas respostas, o que pode ser tomado como interesse em projetar imagem positiva da ordem, ou como uma espécie de fuga de algumas perguntas.

MESTRE L2 - Iniciado em 2005. Policial rodoviário aposentado e empresário. Conversamos no dia 26 de outubro de 2020, na empresa do entrevistado, em uma sala de reuniões. O participante expressou grande valorização quanto à realização da pesquisa, indicando até mesmo outras possibilidades de estudo. Notamos uma postura mais crítica quanto ao contexto da organização em relação ao tema.

MESTRE L3 - Iniciado em 2005. Funcionário público da área de Tecnologia da Informação. Realizamos a entrevista no dia 7 de janeiro de 2021, na residência do entrevistado, especificamente na sala de estar, ao final da tarde/ início da noite. Um fato que chama atenção é que o filho do entrevistado (adolescente), não acompanhava o processo, mas circulava pelo ambiente. Questionamos sobre a possibilidade/necessidade de um local mais reservado, mas o participante indicou que não haveria problema e que seu filho não iria interferir. O entrevistado também demonstrou muito interesse pela temática e expressou valorização pelo estudo em questão, sinalizando a importância de outras iniciativas como a que ele estava participando. Também demonstrou postura bem crítica em relação ao contexto da organização para com a temática. O entrevistado já ocupou o cargo de venerável em loja.

MESTRE L4 - Iniciado em 2001. Militar. Mais uma entrevista em um quartel, dessa vez no auditório, que estava desocupado, no dia 30 de outubro de 2020. E, novamente, uma postura muito crítica em relação à atuação da maçonaria no contexto pesquisado, bem como interesse em aprofundar as respostas. O entrevistado, atualmente, ocupa o cargo de venerável em sua loja.

COMPANHEIRO P1 - Iniciado em 2017. Administrador. Entrevista realizada no dia 21 de dezembro de 2020, em sede (administrativa ou templária) do GORGS, no local de trabalho do participante. Fez questão de gravar a entrevista em seu celular. Mostrou-se bem aberto aos questionamentos, demonstrou valorização pelo estudo em questão e também revelou postura crítica para com a atuação da organização.

MESTRE P2 - Iniciado em 1998. Jornalista. Entrevista realizada 21 de dezembro de 2020, em sede (administrativa ou templária) do GORGS, no local de trabalho do participante. Também fez questão de gravar a entrevista em seu celular. Dentre os participantes, foi o que adotou a postura mais fechada, negando-se a responder diversas perguntas, sob a justificativa de que não cabiam à sua posição hierárquica e, portanto, não tinha autorização para respondê-las. Logicamente, a entrevista não se desenvolveu da melhor forma, mesmo quando tentávamos flexibilizar o questionário semiestruturado. Além disso, interrompemos a dinâmica por algumas vezes por necessidades de rotina do participante. Cabe ressaltar que foi necessário mais de um contato para a realização da entrevista. O primeiro negado e o segundo, após mais explicações por nossa parte, autorizado (após consulta ao Grão-Mestrado).

MESTRE P3 - Iniciado em 1998. Professor aposentado. Entrevista realizada no dia 12 de janeiro de 2021, em sede (administrativa ou templária) do GORGS, no local de trabalho do participante. O entrevistado faz parte da alta administração da potência. Solicitou, antes do início da gravação, que pudesse ler o questionário a ser aplicado. Após breve apreciação, notamos maior tranquilidade do entrevistado para com o procedimento e seguimos com a gravação e a realização das perguntas. A entrevista não foi curta, porém as questões não foram muito aprofundadas, visto que o entrevistado fazia muitos direcionamentos desviantes. Desse modo, percebemos muita cautela nas respostas desse participante. Ao final, nos presenteou com um brinde institucional (medalha comemorativa).

MESTRE P4 - Iniciado em 1998. Advogado. Entrevista realizada no dia 14 de dezembro de 2020, em sede (administrativa ou templária) do GORGS, no local de trabalho do participante. O entrevistado também faz parte da alta administração da potência. Mais uma vez, necessitamos uma segunda tentativa para o agendamento, após uma primeira negativa. Após acolher nossa explicação, o entrevistado não solicitou leitura do questionário e nem pediu para gravar a entrevista em seu celular. Inclusive fez questão de dizer que iria responder de forma bem 'moderna'.

Reiteramos que nossa intenção foi alcançar a heterogeneidade de olhares possíveis dentro da organização. Dos perfis apresentados, podemos notar diferentes gerações de iniciados, graus hierárquicos, tempos de vida maçônica e atividades na chamada 'vida profana', diversidade que acreditamos ter potencializado a coleta de dados. Importa ressaltar, ainda, que analisamos materiais oriundos de falas de pessoas, de modo geral, discretas, ainda que em níveis diferentes, tendo em vista as características do modo de vida maçônico. Conquanto, podemos dizer os entrevistados podem ser classificados em dois grupos: os mais 'fechados' e difíceis de acessar informações, mais arraigados às tradições de ocultismo da ordem maçônica; e os mais 'abertos', iniciados que compartilham de desejos de maior visibilidade por parte maçonaria, pois acreditam que tal iniciativa seria salutar para a organização. Seguimos, então, com a apresentação das análises executadas sobre o material coletado.

Recorrendo novamente à Análise de Conteúdo de viés temático (Bardin, 2011), no procedimento de pré-análise (após realizarmos a degravação do material e respectiva organização) realizamos a leitura flutuante de todas as entrevistas. Após as primeiras impressões acerca dos depoimentos, assinalamos todos os trechos que nos chamaram a atenção em perspectiva dos objetivos aos quais o procedimento se destinou, a fim de projetarmos possíveis codificações e inferências.

Por se tratar de análise temática, mais uma vez, o processo de exploração do material implicou evidenciação de núcleos de sentidos, visto que o tema é a unidade de registro, base para categorização. Por conseguinte, devemos também indicar quais foram nossas unidades de contexto, das quais emergiram os temas. Tendo em vista que as dimensões da unidade de contexto são superiores às da unidade de registro (BARDIN, 2011), decidimos definir os núcleos temáticos do roteiro-guia de perguntas (Apêndices E, F e G) como nossas unidades de compreensão, visto que eles estão ligados aos objetivos específicos C e D da pesquisa. Portanto, temos como unidades de contexto as subdivisões do roteiro-guia "*Comunicação organizacional e políticas orientadoras*" e "*A maçonaria no atual regime de visibilidade ampliada*".

Antes de passarmos aos subcapítulos, apresentamos um quadro com todos os núcleos de sentidos extraídos do material coletado, bem como as categorias que os organizam e respectivas unidades de contexto em que foram encontrados.

Quadro 2 – O regime de visibilidade ampliada segundo os maçons

Unidades de contexto	Categorias	Núcleos de sentidos (URs)
Comunicação organizacional e políticas orientadoras	O lugar da comunicação	Comunicação organizacional geradora de coesão interna
		Concepção instrumental da comunicação organizacional
	Políticas de comunicação organizacional	Ausência de política formalizada para a comunicação organizacional
		Outras referências e orientações comunicacionais
		Obsolescência das estratégias de comunicação organizacional
	Preferências da organização comunicada	Públicos relevantes declarados
		Estratégias comunicacionais de fala autorizada
A maçonaria no atual regime de visibilidade ampliada	Preocupação com a continuidade organizacional	Noção de interdependência sistêmica
		Risco de obsolescência
		Adaptações na formação maçônica para renovação organizacional
		Importância da manutenção das tradições
	Visões sobre o regime hegemônico de visibilidade ampliada	Motivos para transição do secreto ao discreto
		Afetações do atual regime hegemônico de visibilidade ampliada
		Exploração da temática da (in)visibilidade no âmbito da maçonaria
	Gestão da (in)visibilidade	Aspectos positivos e intenções de maior visibilidade
		Uso estratégico do segredo
		Segredo como regulador da (in)visibilidade
		Práticas condenadas e riscos da visibilidade
		Manifestações discretas da rede maçônica

Fonte: elaborado pelo autor

Na sequência, o capítulo é dividido em duas partes, referentes a cada unidade de contexto. Assim, em cada subcapítulo, discorreremos acerca das unidades de registro encontradas, bem como sobre as categorias geradas do processo de codificação.

8.1 Comunicação organizacional e políticas orientadoras

Iniciamos com a apresentação dos núcleos de sentidos extraídos da unidade de contexto *Comunicação organizacional e políticas orientadoras*, referente ao núcleo temático B do roteiro-guia das entrevistas. A cada grupo de unidades de registro que apresenta similaridades e, ao mesmo tempo, diferenciações em relação aos demais,

evidenciaremos o segundo nível de codificação, isto é, a forma categorial. Ao final do subcapítulo, exibimos um diagrama em que procuramos sintetizar a tentativa de transformação dos dados brutos em uma representação descritiva.

O primeiro núcleo de sentidos que apresentamos, **Comunicação organizacional geradora de coesão interna**, foi revelado das respostas dadas pelos entrevistados à primeira pergunta do roteiro-guia, acerca da importância da comunicação organizacional para a maçonaria – seja no nível loja ou potência. Importante ressaltar que houve estranhamento, por parte de todos os entrevistados, no que se refere à pergunta de abertura, pois alguns demonstraram-se receosos e/ou titubeantes para avançar na resposta, enquanto outros questionavam se tratávamos do âmbito ‘interno’ ou do ‘externo’. Explicamos aos entrevistados, de maneira breve, que nossa concepção da comunicação organizacional era mais ampla e que, mesmo que não necessariamente se tratasse de uma divisão rígida em dois níveis (interno e externo), visto que eles seriam transversais, a pergunta teria a ver sim com ambas as dimensões. Após essa curta elucidação, boa parte dos entrevistados prontamente expressou que a coesão dos membros da/na ordem ocupava lugar central no que se refere à importância da comunicação organizacional. Os participantes evidenciaram aspectos como a indispensabilidade de uma linguagem comum (apenas) aos iniciados, a condição ‘familiar’ de uma irmandade construída ao longo do tempo e que tem proporções mundiais, a necessidade de circulação de informações administrativas entre os membros e a própria construção contínua de uma imagem positiva para o próprio maçom. A fim de exemplificarmos esses e outros aspectos que conformam os núcleos de sentidos evidenciados, faremos a exposição de excertos (numerados e com a identificação dos participantes conforme os códigos que apresentamos), como os que seguem.

E11: A comunicação em si, ela é feita para melhorar essas relações entre os seus associados, a instituição e o associado, entre eles tornar essa coisa única. (MESTRE P2).

E12: A comunicação vai fomentar muito meu interesse em permanecer na irmandade. (APRENDIZ L2).

Essas duas falas explicitam a relação feita pelos iniciados entre comunicação organizacional e a busca por valorização e manutenção do interesse/envolvimento dos públicos internos, bem como pela ‘harmonia’ entre os membros para pertencer à irmandade. Chama a atenção a fala do Aprendiz L2 (excerto E12), que acentua a

responsabilidade da organização em comunicar para os novos integrantes de forma que os mantenha engajados, como um processo contínuo de convencimento, que parece se manter imprescindível mesmo após a iniciação. O outro ponto que podemos salientar desses trechos é o que relata o Mestre P2 (excerto E11), ao afirmar que a comunicação deve tornar associado e instituição uma “coisa única”. Além do argumento referente à coesão interna, podemos notar indícios de uma noção da comunicação organizacional com tendência à redução de complexidade, na medida que o desejo de total harmonia não contempla os “[...] fluxos de sentidos, de diferentes ordens e qualidades, sobre os quais os sujeitos em interação se exercem para (re)construí-los e disputa-los [...]” (BALDISSERA, 2017, p. 82). Percebemos, a partir do olhar dos entrevistados sobre a importância da comunicação organizacional, que eles conferem considerável precedência ao âmbito interno, em especial à imprescindibilidade de um ambiente coeso, harmônico e de valorização do maçom. Indícios de uma concepção da comunicação organizacional que privilegia a coerência e concordância em detrimento das possibilidades oferecidas pelo conflito (BALDISSERA, 2009a). Na visão dos entrevistados, não há espaço para tensionamento e/ou dispersão, oriundos tanto dos próprios indivíduos iniciados quanto de perturbações de origem externa.

Cabe destacar, ainda, que é notável, nas falas dos entrevistados de modo geral, que a divisão entre público interno e externo é bem demarcada em suas compreensões de comunicação organizacional. Fato que, conseqüentemente, afasta possibilidades de reflexão sobre a dinâmica de interfaces entre as dimensões da comunicação organizacional (BALDISSERA, 2009b), o que é típico de uma visão gestonária tradicional.

A segunda unidade de registro segue a tendência revelada pela primeira temática, mas de forma mais ampla e, por isso, a chamamos de **Concepção instrumental da comunicação organizacional**. Mesmo que esse não fosse um objetivo a ser verificado na entrevista, muitas das falas expressaram uma ideia de comunicação reduzida ao ferramental (como é o caso dos excertos E13, E14 e E15), tendência que não é incomum nas organizações de modo geral, tendo em vista a forte influência do paradigma funcionalista que perdura até os dias atuais.

E13: A gente não vai negar tudo, só que vai **transmitir de uma maneira que a gente pode transmitir e quem vai receber essa informação não vai estranhar**, vai entender. (MESTRE L1).

E14: Não há esse diálogo porque **o diálogo não é necessário ali. O diálogo acontece em canais que há essa necessidade.** (MESTRE P2).

E15: **Ela é disciplinada** pelo grão mestre (*a comunicação*). (MESTRE P4).

Essa concepção está fortemente ligada à ideia de controle do fenômeno comunicacional que, simplificado à condição de instrumento ou ferramenta, atinge efeitos premeditados, pois é manejado de acordo com as intenções do emissor. Nos excertos, podemos ver desejos de transmissão de informações de maneira calculada que garantem resultados programados (E13), intenções de comunicação apenas em canais adequados (E14) e uma noção de controle absoluto sobre a comunicação (E15). Vale ressaltar o termo utilizado pelo Mestre P4, no excerto E15, quando diz que comunicação pode/deve ser “disciplinada” pela autoridade suprema da ordem. Nesse caso, emerge a questão do regramento rígido que é aplicado aos iniciados, o que tende a fazer com que eles acatem e sigam o que é comunicado pela alta cúpula (inclusive orientações do que, como e onde comunicar). Essa questão reforça a necessidade de controle dos processos de institucionalização apontada por Berger e Luckmann (2004), sendo que, no caso da forma de sociabilidade maçônica, a comunicação também é alvo de padrões pré-definidos de conduta, por vezes ajustados por maquinarias coercitivas. No entanto, cabe salientar que a noção de controle comunicacional, por parte dos entrevistados, extrapola o âmbito ‘interno’, o que a faz mais próxima de um desejo ou, até mesmo, de uma ilusão.

Os dois núcleos de sentidos apresentados nos permitem aproximá-los, de modo que configuram uma primeira categoria oriunda do nível mais básico de codificação. As temáticas evidenciadas revelam que os dados coletados indicam uma espécie de lugar que a comunicação ocupa na vida organizacional maçônica. Dessa forma, emerge a categoria **O LUGAR DA COMUNICAÇÃO NA MAÇONARIA**, que ocupa um espaço de restrição, tendo em vista que reduz a dimensão complexa do fenômeno, limitando-o a uma espécie de ferramenta disponível aos interesses da gestão e cujos efeitos podem ser premeditados. Entre esses interesses da gestão, o maior é a coesão dos públicos internos e, para isso, a atividade de comunicação organizacional é diminuída e fixada como instrumento que ‘serve’ a esse propósito.

As próximas três unidades de registro têm a ver especificamente com as políticas de comunicação afirmadas pela organização. A primeira delas, que emerge das respostas analisadas no que se refere à existência ou não de políticas de comunicação na maçonaria, bem como se e como elas chegam aos iniciados

(respeitando os níveis hierárquicos), denominamos de **Ausência de política formalizada para a comunicação organizacional**. Tal unidade de registro é revelada em respostas curtas e objetivas de grande parte dos entrevistados, como podemos ver nos excertos E16, E17 e E18.

E16: Documento da instituição não, não tem. (COMPANHEIRO P1).

E17: Não. Não tem orientação nenhuma. (MESTRE L2).

E18: Não, é mais uma comunicação interpessoal. (APRENDIZ L1).

No excerto E17, podemos verificar um Mestre afirmando que, no nível das lojas, não é recebida qualquer orientação formal no que refere a políticas de comunicação. A mesma negativa foi dada pelos dois Mestres que já ocuparam o cargo de Veneráveis em loja. No nível da administração da potência, o Companheiro P1, que atua na área da comunicação, afirma (excerto E16) que não há um documento oficial que rege as políticas de comunicação do GORGS. E, ainda, no excerto E18, um aprendiz revela que as orientações – referentes à comunicação organizacional – que recebe são, em sua maioria, repassadas informalmente ou percebidas no próprio fazer. Cabe ressaltar que não obtivemos nenhuma resposta que indicasse algum documento (plano, projeto, norma) que oriente políticas de comunicação organizacional no contexto do GORGS, ou mesmo na maçonaria.

No entanto, perante essas negativas, chegamos ao núcleo de sentidos **Outras referências e orientações comunicacionais**, pois percebemos que os iniciados adotam outros parâmetros para suas práticas comunicacionais, tendo em vista que não há planos ou programas de comunicação, sob a forma de documentos oficiais, que cheguem às lojas. Podemos dividir essas referências/orientações em dois tipos, sendo que o primeiro diz respeito à própria formação maçônica e, naturalmente, à convivência com membros mais antigos que orientam o comportamento comunicacional dos mais novos, como podemos verificar no excerto E19.

E19: O que a gente tem como base são os próprios fundamentos da maçonaria, do que se expõe ou não e aí baseado nisso a gente pratica a comunicação. (COMPANHEIRO P1).

Já o segundo tipo de referência se refere aos outros documentos oficiais da organização que, em virtude da importância que a ordem concede à questão do segredo e do comportamento ‘exterior’ dos seus membros, acabam transpassando a temática comunicacional, indicando formas de comportamentos aos irmãos, o que

implica afetações nas atividades de comunicação organizacional. Como exemplos, seguem os excertos E20 e E21.

E20: Existe. Como se fosse **um manual, que ele regula como tem que ser conversado**, as fases do que pode ser feito. (MESTRE L1).

E21: Tem **o regimento da loja que também faz e permeia a atitude de um maçom** dentro de loja, dentro do GORGS e sendo um representante maçom na sociedade. (MESTRE L3).

A indicação de parâmetros de comportamento comunicacional aos maçons, seja via documentos oficiais, ou pela orientação – direta, por ordens, ou indireta, por exemplos concedidos – dos mais antigos aos mais novos, revela que há uma espécie de formação continuada dos sujeitos no que se refere à comunicação. Isso nos remete à cultura organizacional, que se exerce, de acordo com Baldissera (2009c), como força coercitiva-formadora nos indivíduos e, assim, prescreve comportamentos, normatiza compreensões, impõe modelos a serem seguidos e indica limites a não ultrapassar. Nessa linha, segundo Morin (2005), estamos lidando com o aspecto de fechamento da cultura, que atua na prescrição e impregnação de normas, regras e valores aos indivíduos.

Evidenciamos ainda um núcleo de sentidos que revela impressões negativas dos iniciados no que se refere às estratégias de comunicação da organização no contexto atual. Nesse sentido, elencamos as principais queixas dos entrevistados: a ausência de articulação para o desenvolvimento de projetos comunicacionais maiores, que deveria ser liderada pelos níveis organizacionais superiores (potência); a consequente incapacidade das lojas para o avanço na área da comunicação organizacional, na qualidade de subunidades sem expertise; e a realidade de práticas comunicacionais ineficientes e, até mesmo, antiquadas. Nos depoimentos a seguir, alguns exemplos dessas questões que evidenciam a unidade de registro que chamamos de ***Obsolescência das estratégias de comunicação organizacional***.

E22: Esse tipo de assunto ele **devia ser tratado, assim, como uma estratégia de ordem, e não está sendo tratado assim**. (MESTRE L4).

E23: Hoje ele é bastante insipiente, o externo, até nós temos o site da loja, mas ele não é amplamente divulgado [...]. **Os processos continuam ainda muito arcaicos, muito velhos**. (MESTRE L2).

As três últimas unidades de registro apresentadas podem ser agrupadas em uma segunda categoria, que denominamos ***POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL***. Na tentativa de verificarmos a existência de políticas de

comunicação que orientam a maçonaria para um contexto de visibilidade ampliada, constatamos que não há políticas formalmente afirmadas no âmbito da organização. Por outro lado, percebemos outros pontos de apoio dos quais os iniciados se valem como orientação para ajustes de comportamentos comunicacionais, bem como críticas dos iniciados no que concerne às estratégias de comunicação adotadas pela organização.

A próxima unidade de registro, ***Públicos relevantes declarados***, tem a ver justamente com as estratégias de comunicação exercidas pela organização e assim a denominamos por estar relacionada às intenções da organização comunicada (BALDISSERA, 2009b). Em consonância com o que foi dito em relação à comunicação organizacional como geradora de coesão entre os membros, todos os entrevistados afirmaram que o principal público de interesse da organização é o próprio maçom, sendo que alguns estenderam essa asserção às famílias, como nos excertos que seguem.

E24: O grande público é o interno, ponto. De interação com o público externo, nós teríamos alguma coisa com os familiares. (MESTRE L2).

E25: Os maçons e suas famílias. (MESTRE P2).

Após recebermos respostas bem diretas quanto ao principal público da organização, seguimos questionando sobre que outros públicos seriam relevantes para e, mais uma vez, obtivemos uma resposta (quase) geral: as instituições de caridade/benemerência. O que era esperado, tendo em vista o que observamos em relação à filantropia na análise dos sites das três grandes potências. Insistimos um pouco mais, a fim de captarmos outras interações valorizadas pela organização, e recebemos algumas respostas pontuais, como referências aos poderes públicos e à necessidade de a organização se relacionar para seguir com sua vida administrativa. Ainda assim, nada ganhou destaque a ponto de se afirmar como outro público relevante. Como dissemos, notamos um consenso entre os entrevistados no sentido de responderem prontamente e de forma objetiva esse questionamento, sem intenção de aprofundar o assunto sobre os demais públicos com os quais a ordem interage.

Nessa perspectiva, podemos fazer uma relação entre esses relatos com o que verificamos nas interações da organização no *Twitter*. Os atores sociais não maçônicos, que fazem circular conteúdo sobre a maçonaria nas redes sociais online, são ignorados enquanto públicos pela organização. Isso reforça que a organização não se importa com a produção midiática elaborada por esses atores, pois, conforme

dissemos, ela pode até ser encarada como fomento da ‘aura’ que envolve a maçonaria. Contudo, mesmo que essa produção seja vista como algo positivo, não há interesse da organização em realizar aproximações com esses atores.

Também perguntamos especificamente sobre as estratégias comunicacionais para o relacionamento com os públicos abertamente identificados como relevantes. O que foi revelado dessas respostas compõem o núcleo de sentidos **Estratégias comunicacionais de fala autorizada**. Primeiramente, vale ressaltar que alguns entrevistados afirmaram que não identificam estratégias comunicacionais planejadas para lidar com públicos de interesse. Por outro lado, um elemento que é destacado pelos participantes como estratégia bem definida de relacionamento é a chamada sessão aberta (reunião com caráter cerimonial em que é efetuada apenas parte da ritualística maçônica para convidados). De acordo com os depoimentos, tais sessões ocorrem, geralmente, em datas cívicas ou comemorativas no contexto da ordem e contam com a presença de convidados selecionados, como familiares, autoridades e candidatos à iniciação. Como podemos verificar nos excertos E26 e E27, o objetivo das sessões abertas é expressar algumas ideias maçônicas de base para um ‘breve’ conhecimento de alguns públicos de interesse.

E26: As sessões abertas são focalizadas para um público-alvo, geralmente familiares, amigos **com vistas a disseminar a ideia**. (APRENDIZ L1).

E27: Existem reuniões que são feitas que são abertas [...] **São para convidados, para quem não é maçom**, em que são faladas algumas teorias sobre como a maçonaria funciona. Então existem **reuniões para facilitar essa interação, mas até um nível em que é possível**. (MESTRE L1).

Quanto às organizações beneficentes, público destacado como relevante por todos os entrevistados, notamos que as relações são construídas a partir de contatos ajustados pelos iniciados, sem grandes estratégias comunicacionais programadas no âmbito da organização comunicada (BALDISSERA, 2009b). Vejamos no exemplo que segue:

E28: Nós temos uma creche que a gente ajuda e outras pessoas que **a gente ajuda pontualmente a pedido de alguns irmãos**, inclusive de outras lojas. **Mas eu não faço uma estratégia de marketing assim** para que a minha loja seja conhecida. (MESTRE L4).

Acentuamos ainda que, de maneira geral, a orientação recebida pelos iniciados, seja no nível da loja ou da potência, no que diz respeito aos movimentos de fala autorizada, é de que apenas a autoridade máxima pode se manifestar em nome

da organização em interações com públicos diversos. Assim, constatamos que, para qualquer público que extrapole a família maçônica e as relações de filantropia e vida administrativa da ordem, a comunicação é direcionada e restrita ao grão-mestrado, como podemos observar nos próximos excertos:

E29: A relação externa geralmente é comandada só pelo Grão-Mestre, só o grão-mestre pode se pronunciar externamente. (MESTRE P4).

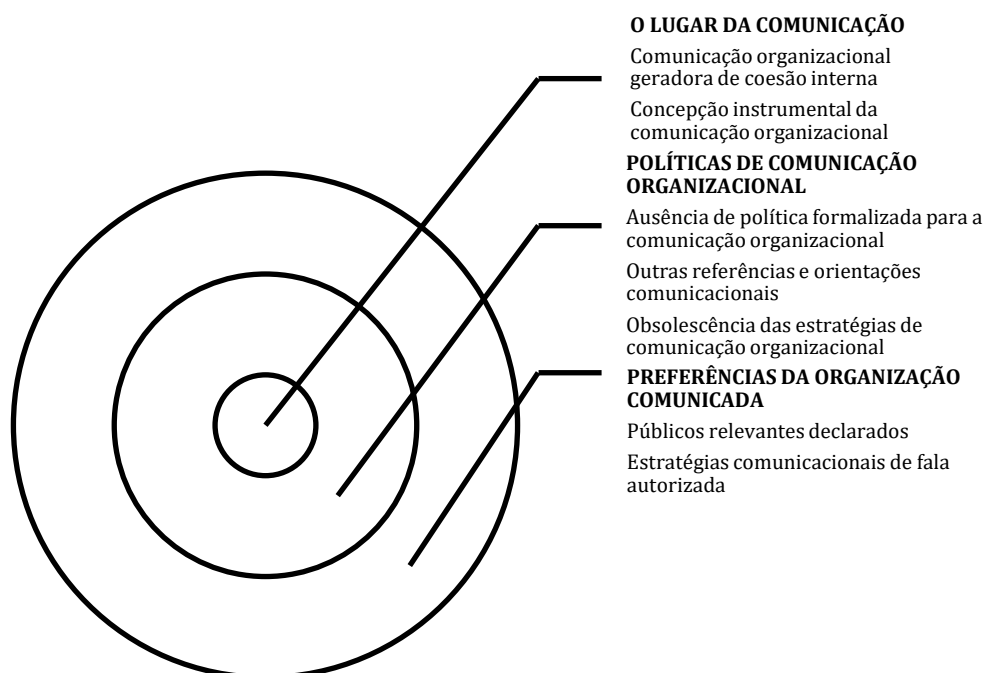
E30: A comunicação externa é feita apenas pelo grão-mestre. (MESTRE P2).

E31: O que é autorizado passar para o público externo está lá. **O nível de comunicação é pelo GORGS. A loja não tem tanta interação.** O máximo que a loja pode fazer são essas reuniões que são abertas. (MESTRE L1).

Notamos que as estratégias comunicacionais empregadas pela organização para o relacionamento com seus públicos relevantes declarados são pouco flexíveis e fortemente marcadas pela restrição e tentativa de controle. Pontos que podemos conectar com o que observamos na análise de redes sociais, em que há também uma atuação moderada da dimensão da organização comunicada (BALDISSERA, 2009b). À vista disso, dois aspectos novamente sobressaem: um deles se refere ao gerenciamento de riscos, na medida em que a organização demonstra muita cautela na análise e controle das informações que são dadas aos públicos não maçônicos, especialmente no que diz respeito à fala autorizada; já o segundo aspecto reforça o que afirmamos no capítulo anterior, sobre a estratégia específica da autodesmistificação, que pode ser percebida nas sessões abertas, uma vez que essas iniciativas procuram elucidar elementos específicos e, ao mesmo tempo, desconstruir algumas especulações indevidas em relação à ordem maçônica.

Essas duas últimas unidades de registro estão contempladas na categoria que definimos como **PREFERÊNCIAS DA ORGANIZAÇÃO COMUNICADA**, tendo em vista que tratamos de ordenações ligadas à esfera da fala autorizada. Outros movimentos, relativos às demais dimensões da comunicação organizacional, emergiram em outros pontos das entrevistas e serão abordados em seguida. Antes disso, exibimos uma representação categorizada dos núcleos de sentidos evidenciados nessa primeira unidade de contexto.

Figura 42 - UC Comunicação organizacional e políticas orientadoras



Fonte: elaborado pelo autor

Na figura 42, apresentamos a representação das categorias constituídas a partir das unidades de registro evidenciadas, seguindo a lógica que Schein (2009) defende no que diz respeito aos processos de formação da cultura organizacional. Ao centro da representação, está o **LUGAR DA COMUNICAÇÃO** na cultura maçônica, que, como dissemos, ocupa um espaço restrito, voltado à instrumentalização e, principalmente, a serviço da coesão interna. Este parece ser uma suposição básica compartilhada pelos entrevistados.

Depois de aceito como válido, um pressuposto básico passa a ser, segundo Schein (2009), algo inegociável (como a questão da 'harmonia total') e passa a orientar outras crenças e/ou valores, que é o nível intermediário da cultura organizacional. Nesse sentido, as **POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL** reveladas, incluindo a ausência de algo formalizado, constituem o que foi validado por essa forma de sociabilidade e que, além de assumido explicitamente, serve como espécie de guia aos sujeitos (vejamos a questão das orientações passadas no dia a dia das lojas). E, em um nível menos profundo, estão os artefatos, que seguem as lógicas validadas em crenças e/ou valores. Ainda de acordo com o autor, os artefatos são mais fáceis de serem identificados. De fato, é mais fácil perceber os públicos aos quais a organização concede mais atenção, bem

como algumas de suas estratégias comunicacionais. Portanto, podemos dizer que as **PREFERÊNCIAS DA ORGANIZAÇÃO COMUNICADA** estão localizadas no nível dos artefatos.

No que se refere ao nível das suposições básicas compartilhadas, reforçamos que o viés instrumental sobressai como característica do 'lugar' que a comunicação organizacional ocupa para a maçonaria, em detrimento das concepções que admitem os fluxos multidirecionais e negociações de sentidos. Isso ocorre porque, historicamente, essa noção – de cunho funcionalista – foi validada como solução para situações-problema (SCHEIN, 2009), pois, em sua maioria, tais soluções estavam ligadas ao controle e à restrição informacional, tendo em vista o tradicional desejo de invisibilidade. Dessa forma, enraizado como pressuposto básico, o viés instrumental se afirma de forma inegociável, mesmo que os sujeitos demonstrem alguma consciência de que existem negociações com os públicos não maçônicos.

Para além da relação com os públicos não maçônicos, percebemos a distância de um reconhecimento da comunicação organizacional como “construção e disputa de sentidos” (BALDISSERA, 2009, p. 158) ao observarmos os relatos generalizados sobre a importância do esforço comunicacional para a máxima coesão interna na/da organização. Assim, compartilhando como suposição básica um pensamento comunicacional majoritariamente linear, de estímulos e respostas regulados, os entrevistados refutam a possibilidade do conflito como algo produtivo na organização. Esses olhares restritos ao controle e persuasão, inclusive para o âmbito 'interno', certificam desejos comunicacionais que não admitem variáveis complexas.

A tentativa de controle chega a seu máximo expoente na medida em que é vedada aos membros a possibilidade de falarem em nome da organização de forma oficial (como vimos nos excertos E29, E30 e E31). E, seguindo a lógica das barreiras informacionais para o 'mundo externo', não é considerado necessário que políticas comunicacionais orientadoras cheguem aos membros das lojas. Foi o que as entrevistas revelaram, a ausência de políticas comunicacionais formalizadas, até mesmo no nível da potência. Não obstante, se não há projetos especificamente comunicacionais que atinjam os maçons de forma geral, existem orientações rígidas tomadas como pressuposto do comportamento comunicacional dos membros, que buscam outras referências que circulam na ordem. Mesmo sem documentos formais, os maçons são guiados por manuais, normativas e pelos próprios princípios fundamentais da organização para regularem suas condutas comunicacionais. Essa

orientação, além de estar relacionada ao aspecto de fechamento da cultura (MORIN, 2005), remete à questão do saber institucional como elemento cristalizador (BERGER; LUCKMANN, 2004), pois está ligada ao percurso de formação maçônico. A orientação pelo próprio 'fazer', bem como as outras referências formais às quais recorrem os maçons, agem de maneira coercitiva, fazendo com que a atividade objetivada – no caso, a comunicação – ocorra sem análise crítica, praticamente de forma 'automática'. Ou seja, mesmo sem política orientadora formal e, muito em função da lógica reguladora/restritiva, o maçom sabe o papel que tem a desempenhar, pois essas outras referências indicam o comportamento comunicacional aceito e validado.

No entanto, a tendência à cristalização do comportamento comunicacional não garante imunidade a possíveis perturbações. Como nos lembram Berger e Luckmann (2004), o maior potencial de desestabilização da ordem institucional se constrói quando esse olhar contestador invade o próprio domínio. Vimos isso com a crítica feita pelos entrevistados no tocante à obsolescência das estratégias de comunicação adotadas pela organização atualmente. São movimentos de inquietação internos, influenciados pelas lógicas do regime hegemônico de visibilidade ampliada, que podem desestabilizar a transmissão do saber institucional. Cabe ressaltar, ainda, que os entrevistados demonstram essas insatisfações, mas não apontam ações que realizaram como contraponto.

A ausência de políticas de comunicação organizacional formalizadas reflete, especialmente, nos movimentos de fala autorizada. Os entrevistados revelaram as preferências da organização comunicada (BALDISSERA, 2009b), no caso os principais públicos que interessam à organização (a própria comunidade maçônica e as entidades beneficentes) e estratégias voltadas ao autoelogio, que se mostram pouco flexíveis. A sessão aberta, estratégia de comunicação de relacionamento com públicos não maçônicos mais citada entre os entrevistados, pode ser considerada expoente máximo do que Goffman (2002) denomina "definição de situação". Ao (literalmente) montar um cenário para receber convidados especiais escolhidos, a organização procura guiar a impressão alheia, bem como regular a conduta desse outro. Ao tentar calcular ao máximo a interação, adotando várias "práticas defensivas" (GOFFMAN, 2002), a maçonaria procura projetar a impressão que espera ser reconhecida pelos convidados.

Enfatizamos, então, que, em relação ao objetivo específico C, ao qual se propôs o núcleo temático do roteiro-guia que constitui esta unidade de contexto,

constatamos a ausência de políticas de comunicação formais. No entanto, verificamos que os maçons orientam suas condutas comunicacionais a partir de outras referências, sobretudo ligadas a outros tipos de documentos oficiais (manuais, regimentos) não voltados especificamente à comunicação e à própria formação maçônica, o que evidencia os aspectos da força coercitiva-formadora da cultura organizacional (BALDISSERA, 2009a) e da transmissão do saber institucional, baseado no “ouvir dizer” (BERGER; LUCKMANN, 2004). Importa dizer, ainda, que não observamos orientações ou referências específicas para a comunicação no contexto de visibilidade ampliada.

Assim, após discorrermos acerca do diagrama categorial, que procura transformar os dados coletados em uma representação descritiva, finalizamos a apresentação dos núcleos de sentidos correspondentes à primeira unidade de contexto. No próximo subcapítulo, seguindo a mesma lógica de apresentação (das unidades de registro e respectivas categorias), continuamos com a exploração do material coletado.

8. 2 A maçonaria no atual regime de visibilidade ampliada

Neste subcapítulo, apresentaremos os núcleos de sentidos correspondentes à segunda unidade de contexto definida, *A maçonaria no atual regime de visibilidade ampliada*, referente ao núcleo temático C do roteiro-guia de entrevista. Começaremos apresentando uma série de unidades de registro que se referem às interfaces da maçonaria com sistemas sociais (CAPRA, 2002) de entorno. A primeira delas é a **Noção de interdependência sistêmica**, temática sobre a qual, no decorrer das entrevistas, os participantes citaram, de maneira geral, exemplos de relações estabelecidas da ordem para com o ‘mundo profano’ no sentido da manutenção da vida ordinária da organização como personalidade jurídica (prestadores de serviço e obrigações legais) ou das atividades ligadas à missão maçônica (entidades beneficentes).

No entanto, como podemos verificar no excerto E32, alguns iniciados mencionaram a necessidade da maçonaria se relacionar com públicos ‘externos’ no intuito de sua própria sobrevivência simbólico-discursiva em uma ambiência que se transformou consideravelmente nos últimos tempos e que, conseqüentemente, afeta o modo de vida maçônico.

E32: A maçonaria tem que evoluir, ela não pode ficar lá dentro das suas masmorras, porque as masmorras desapareceram. (MESTRE P4).

Merece destaque também o relato que consta no excerto E33, que demonstra a noção de que a organização é parte de um todo (“sociedade”) e, por isso, necessita promover interações para a própria retroalimentação sistêmica (CAPRA, 2002). Ainda no excerto E33, o entrevistado aponta a necessidade de a organização conhecer os interesses dos seus públicos, para que possa manter relações. Dessa forma, percebemos que existem iniciados conscientes de que “[...] a organização é um subsistema sociocultural, articulado a outros sistemas, subsistemas e microssistemas” Baldissera (2009c, p. 13).

E33: A gente tem que lembrar que a gente faz parte da sociedade [...]. Eu posso colocar no meu site lá... O que é a maçonaria? Mas **isso é o que eu entendo sobre a maçonaria. Mas é o que tu queres saber sobre a maçonaria?** (MESTRE L3).

Na esteira da noção de interdependência sistêmica, de forma ainda mais contundente, alguns entrevistados demonstram preocupações da organização em relação ao contemporâneo e ao futuro (como vimos no excerto E32, em relação às “masmorras”), que encaminham a unidade de registro **Risco de obsolescência**. Vejamos o excerto E34, em que um entrevistado afirma que o interesse pela iniciação é menor hoje em dia.

E34: A maçonaria de alguma forma deixou de ser tão ambicionada, deixou de ser tão procurada. (APRENDIZ L2).

Um relevante eixo de análise dos depoentes sobre essa temática diz respeito a uma espécie de ‘envelhecimento’ da maçonaria. Cabe ressaltar, de acordo com os relatos dos excertos E35 e E36, que os entrevistados fazem uma relação direta entre o ‘envelhecimento’ da organização e uma defasagem no domínio de lógicas e técnicas midiáticas em parte significativa do público maçônico.

E35: Hoje o que leva adiante as lojas são pessoas de 50 anos para cima. A relação dessas pessoas com a internet, ela não é plena. (MESTRE L2).

E36: Hoje temos uma maçonaria envelhecendo, porque perdeu a mística. As redes sociais, elas derrubaram essas áreas de mistério. (MESTRE L4).

No que se refere, especificamente, ao excerto E36, para além do fator do envelhecimento, percebemos consciência quanto às pressões que as redes sociais exercem no que diz respeito ao que é de ordem esotérica. Nesse sentido, podemos fazer uma relação com a análise das redes constituídas no *Twitter*, em que

constatamos ausência da fala oficial maçônica nos grafos. Na fala do Mestre L4 (excerto E36), em que diagnostica que as redes sociais “derrubaram áureas de mistério”, compreendemos, a partir dos olhares da própria organização, um dos motivos pelos quais ela adota uma postura tão moderada em dispositivos interacionais como o *Twitter*. Conforme Thompson (2018), trata-se da fragilidade que vem a reboque da visibilidade mediada, dado que há um imenso reservatório de conteúdo facilmente recuperável e compartilhável, bem como uma proliferação acelerada de conexões descentralizadas, que podem atingir até mesmo aqueles que desejam invisibilidade. Mesmo inseridos nesse contexto, de acordo com o Aprendiz L2 (excerto E37), há pontos de resistência às adaptações impostas pelo regime hegemônico de visibilidade ampliada.

E37: Eu vejo outras pessoas que são taxativas. Porque no meu tempo... Não sei o quê... **Cara, no teu tempo a tv era preto e branco. Então, tu vais ficar no teu tempo? [...]** Eu acho que nós devemos nos adaptar à nova realidade para não perder a essência, mas também não o interesse. (APRENDIZ L2).

Há também percepção dos iniciados quanto a uma perda de espaço e influência da organização no cenário político do país, como podemos verificar no excerto E38. Assim como no excerto E37, percebemos certa frustração com a própria maçonaria. Porém, nesse caso, chama a atenção o desejo de poder ou, de forma mais específica, que esse poder, se ainda é exercido pela organização, venha à tona.

E38: Eu acho que a maçonaria ficou muito introspectiva. Quando tu lês a história, tu vês que a maçonaria está envolvida em grandes momentos, tomando decisões e posições de frente para a defesa dos direitos [...] na área da liberdade dos escravos, da independência das nações, e tudo mais. **Só que hoje, eu vejo que a maçonaria, se ela faz isso, eu não ‘tô’ vendo.** (MESTRE L4).

Esse desejo do Mestre L4 remete ao que afirma Thompson (2008) sobre a impossibilidade de se conseguir reconhecimento sem seguir os protocolos da visibilidade mediada. O autor defende que as lutas diárias se constroem sob a gestão da visibilidade e, nessa linha, o entrevistado relata que, se as grandes ‘lutas’ da maçonaria ainda existem, ele não as percebe.

A próxima unidade de registro, ***Adaptações na formação maçônica para renovação organizacional***, está diretamente ligada à noção de interdependência sistêmica e ao risco de obsolescência. Nos excertos E39 e E40, podemos verificar, respectivamente, a compreensão de como a maçonaria não pode deixar de buscar novos ingressantes e a preocupação em como atrair os candidatos à iniciação.

E39: Especialmente pela **questão da renovação dos quadros, para não se tornar sociedade dentro de si mesma**, sem buscar novas pessoas. (APRENDIZ L2).

E40: É um processo que tá acontecendo. **Hoje se tenta buscar pontos de interesse do iniciado**. (MESTRE L2).

Vejamos, ainda, no excerto E41, a fala de um Venerável (liderança de uma loja), em que afirma que há modificações no próprio ritual da loja. Segundo ele, algumas práticas ritualísticas tradicionais tornaram-se, de certa forma, impraticáveis nos dias atuais.

E41: É a hierarquia dessas coisas. **Eles falam assim ó... O aprendiz tem que ficar quieto, não fala. E aí como um companheiro já fala um pouquinho. Aí tem lojas em que o aprendiz fica um ano como aprendiz ou x sessões. E tem loja que o cara tem que ficar dois anos ou três anos como aprendiz. Aí é aquele lance que nós falamos lá na frente sobre adaptação à sociedade como um todo [...].** Aí eu observo que, sentado na coluna do aprendiz tem um médico oncologista [...]. Aquele cara tem um conteúdo absurdo. O outro é médico bariátrico. Esse é um caso na minha loja. O outro é um coronel comandante de um grupamento de engenharia. Uma formação militar. O outro é advogado. Então, são pessoas com conteúdo. **Eu vou ficar, deixar esses caras, que no seu trabalho são os diretores, são os chefes, são as pessoas que determinam, ditam ordens... Vou deixar essas pessoas uma hora, duas horas, sentados sem falar nada durante 1 ano, 2 anos, 3 anos? Tá querendo que o cara vai embora! O que que eu faço?** (MESTRE L4).

Esse olhar crítico para a ritualística tradicional, bem como a busca por pontos de interesse dos possíveis candidatos à iniciação (excerto E40), demonstram que os iniciados têm consciência de que elementos oriundos de outras formações culturais irão 'invadir' a cultura maçônica, de modo que a organização precisa atentar para isso. Mesmo que os entrevistados não falem especificamente de cultura, eles alertam para a necessidade de a maçonaria estar preparada para receber indivíduos que trazem diferentes valores, tabus e padrões impregnados em suas histórias de vida, bem como podem apresentar características interessantes que não devem passar despercebidas. Se antes abordamos o aspecto de fechamento da cultura, aqui voltamos à Morin (2005) para tratarmos do seu aspecto de abertura, em que a cultura pode dar espaço para novos conhecimentos que a regeneram. A intenção em ceder aos interesses de novos integrantes, assim como valorizar o aspecto subjetivo desses, significa que há maçons que compreendem que o sujeito cultural não é apenas determinado (MORIN, 2005), mas que devem ser consideradas flexibilizações que permitam uma dimensão também autônoma desse sujeito na cultura organizacional.

A unidade de registro **Importância da manutenção das tradições** vem, de

certa forma, na contramão do sentimento de obsolescência e da necessidade de adaptações. Cabe ressaltar que muitos entrevistados salientaram a existência e importância da manutenção das tradições. Para além das tradições ritualísticas, merece destaque a relevância concedida às tradições que integram as práticas comunicativas, como no caso dos códigos de identificação entre os irmãos. Quando perguntamos sobre o porquê dos códigos, visto que muitos maçons exibem suas identidades em redes sociais online e offline, obtivemos respostas como as que seguem nos excertos E42 e E43:

E42: Por isso foram criados sinais, maneiras de se falar para se identificar. E são tradições que foram criadas que se mantêm até hoje porque **são tradições que mantêm uma instituição. Qualquer instituição aí fora ela é formada pela cultura da organização.** (MESTRE L1).

E43: Chega ao ponto que não faz mais um sentido, **não tenho sentido prático utilizar, mas ele tem sentido da tradição** e aí isso vai passando de geração em geração. (COMPANHEIRO P1).

Ambas as falas revelam a valorização das tradições maçônicas especialmente no que concerne à coesão interna, aspecto já destacado nas análises referentes à primeira unidade de contexto. Na fala do Mestre L1 (excerto E42), notamos a importância conferida ao processo de formação da cultura organizacional, especialmente através da manutenção das tradições. Ao afirmar que os sinais maçônicos existem até hoje por força da tradição, o entrevistado está reconhecendo alguns dos fios e nós mais fortes nas teias da cultura organizacional, que constituem estruturas significativas de alta hierarquia (BALDISSERA, 2009c).

E, no excerto E43, o Companheiro P1 acaba ressaltando a transmissão do saber institucional e seu aspecto cristalizador. Como defendem Berger e Luckmann (2004), seja através de histórias, rituais ou, como é o caso apontado pelo entrevistado, através de comportamentos, quando o processo de institucionalização é internalizado no grupo, o hábito tipificado e objetivado passa a ser seguido sem a necessidade de que os indivíduos o compreendam de forma aprofundada, pois já se afirmou como algo posto e imutável.

Entendemos que tanto o viés da valorização do que é tradicional quanto o da consciência do que é ou está obsoleto e necessita adaptação estão vinculados à noção de interdependência sistêmica. Quando postos em relação, compreendemos que a motivação principal desses apontamentos é a sobrevivência da ordem maçônica no tempo. Isso posto, das unidades de registro apresentadas, chegamos à categoria

PREOCUPAÇÃO COM A CONTINUIDADE ORGANIZACIONAL. Esse é um pressuposto básico (SCHEIN, 2009) da maçonaria, questão inegociável, que reúne percepções e/ou sentimentos (como a importância conferida às tradições e a noção de interdependência sistêmica) assumidos como verdadeiros e que orientam tentativas de padronização e integração.

Essa preocupação parece ter conquistado mais espaço na organização em virtude das afetações do regime atual de visibilidade ampliada. Nesse sentido, a próxima unidade de registro que evidenciamos vem de relatos relacionados à premissa que circula dentro e fora do 'mundo maçônico', de que a organização sofreu um processo de transição 'do secreto ao discreto'. Sobre esse assunto, alguns participantes retomaram a questão histórica de longo prazo, citando episódios de outrora em que os maçons foram perseguidos e que, mediante a evolução do mundo como um todo, a identidade do maçom não mais precisou ser ocultada. Outros apontaram para o simples fato do crescimento do número de iniciados ao longo do tempo, que fez da natureza secreta algo inviável pela dificuldade de controle. No entanto, foi mencionado por muitos entrevistados a questão de uma transição significativa na abertura da organização a partir do advento e popularização da internet, bem como da iniciação de gerações mais próximas da vida digital. Nos excertos que seguem (E44, E45 e E46), alguns exemplos desses relatos que dão relevo à internet e ao digital como fatores críticos para uma espécie de 'abertura' da maçonaria.

E44: Acredito que nos anos 2000, final dos anos 90. A maçonaria começa a ir com o advento da internet, eu acredito que vem acompanhando essa linha. (MESTRE L2).

E45: Acho que à medida que a sociedade como um todo foi se tornando mais digital, tivemos que nos adaptar. Até a década de 70, 80, 90, ainda se conseguia mais discrição [...]. À medida em que a sociedade se encaminha para uma digitalização e meios de comunicação, cada um de nós é um repórter, a maçonaria teve que fazer mudanças. (MESTRE L4).

E46: O que a maçonaria fez, ela abriu assim para mostrar que não somos aqueles velhos chatos, que não querem falar nada, não! A gente hoje 'tá' na rede social, 'tá' falando com as pessoas. (MESTRE P4).

Denominamos como **Motivações para transição do secreto ao discreto** esse núcleo de sentidos que se evidencia tendo como princípio basilar a influência da mediação digital na vida maçônica. O que podemos associar ao contexto de midiatização profunda (COULDRY; HEPP, 2017), em que há o protagonismo das mídias digitais intervindo em nossos modos de vida.

Na linha da influência da mediação digital, a próxima temática versa sobre as ***Afetações do atual regime hegemônico de visibilidade ampliada***. Importa ressaltar que todos os entrevistados relataram que reconhecem afetações do contexto de alta exposição e circulação de informações no modo de vida maçônico, com a ressalva de que os depoimentos expressam diferentes formas e níveis de afetações. No excerto E47, o entrevistado aponta que os comportamentos midiáticos dos maçons que, inevitavelmente, extrapolam as fronteiras do sistema, acabam interferindo em suas condutas maçônicas.

E47: Acho que a loja seja o reflexo do que irmãos fazem na sua vida profana. Se os irmãos utilizam de maneira negativa a imagem deles, conseqüentemente estão afetando negativamente a loja. (APRENDIZ L2).

Cabe ressaltar, ainda no excerto E47, que o Aprendiz L2 refere-se às ações fora do ambiente maçônico como a “vida profana”, o que remete ao forte simbolismo que caracteriza a organização. Dessa forma, a imagem de um iniciado, a depender do que esse realiza em um contexto de alta exposição, pode ser prejudicada por ações de cunho profano e, assim, desestruturar a condição ‘sagrada’ do maçom.

Outra questão que merece destaque em relação às afetações do contexto atual de alta exposição e circulação de informações é o reconhecimento de uma pressão externa para uma abertura mais acelerada da maçonaria, como mostram as falas dos excertos E48 e E49. Essa pressão vem, de forma geral, da ambiência midiática atual que vivemos, que compele os maçons a flexibilizarem suas fronteiras em prol de valores como a transparência e a visibilidade.

E48: Nós estamos com o pilar do segredo sendo mantido e a modernidade ela o quer, pressiona. (MESTRE L2).

E49: Aparentemente acho que a influência externa, sim, tem um grande peso sobre as práticas. (APRENDIZ L2).

Nos excertos E50, e E51, expomos ainda exemplos de relatos de práticas no âmbito maçônico que foram reconstruídas em função das afetações do atual regime de visibilidade ampliada. Mudanças que se impõem no cotidiano da organização, especialmente em função das influências da mediação digital, de acordo com os entrevistados.

E50: Vou dar o exemplo, **a gente tem uma reunião online durante a pandemia** hoje. **Ela muda e tem várias questões que são distintas** de uma seção normal em função da questão sanitária. **Então eu acho que isso é uma forma de abertura**. (APRENDIZ L1).

E51: Se a gente for comparar na seção, agora eu vou com o celular, eu posso gravar, posso tirar foto. (MESTRE L2).

Após os depoimentos acerca da visão dos iniciados sobre o atual regime de visibilidade ampliada, prosseguimos questionando se há discussões, no âmbito da maçonaria, sobre a temática da (in)visibilidade no contexto atual. Desses relatos, cabe destacar que os maçons que vivem apenas o contexto das lojas, isto é, que não participam da administração no nível da potência, expuseram que não há esse tipo de debate na rotina maçônica. Nos próximos excertos, podemos verificar que esse diagnóstico é apontado por aprendizes (E52), por mestres mais novos (E53) na ordem e por mestres que já ocuparam cargo de venerável (E54).

E52: Especificamente sobre isso não, não presenciei. (APRENDIZ L2).

E53: A gente tem tanta coisa pra produzir dentro da loja que essas coisas não entram na ordem do dia. (MESTRE L2).

E54: Não é debatido na minha loja, mas é uma preocupação. (MESTRE L4).

Em contrapartida, nos excertos E55 e E56, percebemos que, para os maçons que circulam na administração da potência, a temática é sim pauta de discussões no meio maçônico.

E55: Sim e muito, até porque hoje nós vemos de que a palavra transparência aparece em tudo, tem que ser transparente, então essa discussão é feita em loja, até onde pode comentar, até onde vão as nossas iniciativas, o que se realiza. (MESTRE P3).

E56: É debatido, só que nós não fizemos ali uma... Assim... não vamos colocar fiscais, a gente cuida para que as coisas aconteçam dentro daquele ritual. Agora se por acaso haver alguns desvios a gente sempre orienta, cuidado para que isso não seja muito exposto porque não é o objetivo, volto a dizer, nós temos que ser discretos, secreto não, mas discreto. (MESTRE P4).

Constatada a disparidade entre os relatos dos que administram a potência e dos que vivem 'apenas' a rotina da subunidade, podemos vincular essa ocorrência à falta de articulação da potência para a promoção de uma política de comunicação organizacional que atinja (de fato) as lojas, conforme apontamos na análise da unidade de contexto anterior. Isso posto, os olhares díspares (advindos da potência e das lojas) sobre essa questão compõem a unidade de registro que denominamos ***Exploração da temática da (in)visibilidade no âmbito da maçonaria.***

Agrupamos a coleção composta por essas três primeiras unidades de registro em uma categoria que denominamos ***VISÕES SOBRE O REGIME HEGEMÔNICO***

DE VISIBILIDADE AMPLIADA. O que os entrevistados afirmam como motivos de transição do discreto ao secreto, entendem como afetações do atual contexto de alta exposição e circulação de informações e indicam que é ou não debatido sobre a temática da (in)visibilidade na maçonaria, são crenças que se estruturaram dentro da cultura organizacional (SCHEIN, 2009). Essas crenças são assumidas explicitamente – como a premissa do ‘secreto ao discreto’, validada no mundo maçônico – e acabam servindo como guias para as ações, especialmente comunicacionais, da organização.

Nesse sentido, os próximos núcleos de sentidos evidenciados referem-se aos processos tentativos de regulação da (in)visibilidade, que emergem das interpretações dos maçons sobre a realidade organizacional no contexto do regime hegemônico de visibilidade ampliada. Começamos pela unidade de registro **Aspectos positivos e intenções de maior visibilidade**, em que os entrevistados apontaram possíveis estratégias e práticas de dar-se a ver que ainda não são realizadas pela organização, mas que poderiam obter efeitos vantajosos. Vale ressaltar que alguns entrevistados entendem que está em curso um processo de ‘abertura’ da organização, em especial nas últimas décadas, e que ele é positivo, como podemos ver nos dois próximos excertos:

E57: Eu acho que é positivo. Mas, como te falei, a gente tem um entendimento que a gente está vindo conforme o amadurecimento da sociedade também. (MESTRE L3).

E58: Eu acho que isso que foi importante, essa abertura um pouco maior, porque antes não existia nada, era simplesmente um silêncio e aí **para a sociedade a maçonaria era o que a própria sociedade enxergava dela, ou seja, só boatos** e a versão que outro contava. (COMPANHEIRO P1).

No excerto E58, podemos relacionar a fala do Companheiro P1 com o que analisamos no capítulo 6, em razão do entrevistado admitir que muito do que a sociedade conhece da maçonaria vem das especulações e boatos que circulam no senso comum, oriundos dos imaginários acerca da ordem. Cabe destacar que ele valoriza uma “abertura um pouco maior” por parte da organização, o que indica uma postura que não deixa de ser cautelosa, moderada. A intenção, na fala do Companheiro P1, parece ser desmentir alguns boatos indesejados, mas não uma abertura tão expressiva. Ainda sobre a preocupação com as perdas em termos de imagem-conceito (BALDISSERA, 2004), no excerto E59, percebemos novamente o desejo de inibir as especulações prejudiciais. Nesse caso, importa ressaltar que o Mestre L4 não indica a intenção de diálogo com os públicos, mas reforça a noção

instrumental da comunicação organizacional que indicamos na unidade de contexto anterior, ao reduzir a atividade comunicacional ao “alimentar a sociedade com informações corretas”, o que atingiria resultados programados.

E59: Nós temos que estar preparados para alimentar a sociedade com as informações corretas. Que aí tu matas a especulação. E **não responder corretamente ou não expor corretamente a nossa imagem... denigre a imagem, o que dá margem a especulações** e conduções por interesses pessoais para outros caminhos. (MESTRE L4).

Verificamos, também, menções à importância de iniciativas de abertura por parte da maçonaria para fins de sobrevivência/continuidade (excertos E60, E61, E62), na esteira do que abordamos em categoria anterior, especialmente vinculadas à temática da adaptação na formação maçônica para renovação organizacional.

E60: Para a loja se manter viva eu acho que ela vai ter que se adaptar a isso, inclusive a questão de abrir a comunicação um pouco mais. **Se a gente fizer um fórum para captação de novos membros**, talvez buscar medidas assim possa ser uma questão. (MESTRE L3).

E61: Hoje tu podes fazer um cadastro online, essas **questões assim podem vir a trazer pessoas que são interessadas**. (APRENDIZ L3).

E62: O site da grande loja unida da Inglaterra. Esse pra mim é o norte. Tem a área do convite, que tu podes te inscrever para ser maçom. (COMPANHEIRO P1).

Esses três excertos revelam a intenção de acentuar a ida ao encontro de determinados públicos, no caso os possíveis candidatos à iniciação. Sobre essa questão, de uma espécie de ‘oferta’ para a iniciação, merece destaque o fato de que alguns entrevistados se posicionaram a favor desse tipo de prática, visto que ela é condenada por muitos maçons, que a consideram como algo que fere os princípios da maçonaria. Cabe destacar, também, o fato de o Companheiro P1 (excerto E62), que trabalha no setor de comunicação da potência, indicar como “norte” o site da Grande Loja Unida da Inglaterra, por permitir inscrições para iniciação. Isso demonstra que o entrevistado não tem ciência de que tal prática é realizada no Brasil (por outras potências), além de sinalizar a heterogeneidade de práticas comunicacionais na própria maçonaria, tendo em vista a condição autônoma de suas potências e lojas.

Outras oportunidades de abertura foram citadas pelos entrevistados, para diversas direções. Avançar em temáticas tabu (como a religião e a presença da mulher na maçonaria), intensificar a divulgação da benemerência, tomar posições em questões políticas, dentre outras coisas, são exemplos das intenções de abertura que circulam entre os maçons. Nos excertos E63, E64 e E65, expomos uma possibilidade

apontada pelos entrevistados que merece destaque por vir de encontro à postura comedida da organização que observamos no *Twitter*. Nessas falas, há uma intenção em estimular a abertura de aspectos da vida maçônica, compartilhando conhecimentos ‘internos’ e características do indivíduo iniciado, para que os públicos tenham possibilidade de maior aproximação com essa realidade.

E63: Vai para Europa e EUA, eles já estão no limite conhecido hoje. A gente não sabe como é que vai ser o futuro, mas eles já exploram mais assim essas questões de **falar um pouco mais assim sobre o indivíduo dentro da maçonaria** [...]. Eles falam **sobre o que a maçonaria deseja, no que a pessoa que é o maçom se transforma**, aquela coisa toda. **Então ainda tem um espaço sim, principalmente no Brasil, tem um espaço para chegar nesse limite aí.** (COMPANHEIRO P1).

E64: Até posso vislumbrar uma situação de uma pessoa que, num futuro, eu estou só conjecturando, que não mais se recruta, a pessoa se apresenta porque ela se identifica com aquilo, é tão visível, é tão claro aquilo que se faz que a pessoa se apresenta. (MESTRE L3).

E65: **A formação de um site que propõe que as pessoas estudem isso, o que que eu estou vendo aí é que há pessoas que queiram estudar não sendo maçons**, mas que queiram aqueles assuntos que são relacionados a maçonaria. (MESTRE L3).

A próxima unidade de registro evidenciada trata do ***Uso estratégico do segredo*** pela maçonaria. Nesse ponto, observamos movimentos da organização no sentido de utilizar o elemento ‘segredo’ em uma espécie de ‘jogo’ com os públicos. Dessa forma, entendemos que há três direções principais em que o segredo é manejado. A primeira tem a ver com certa tentativa de minimização das falas que circulam acerca do segredo maçônico, que dialoga com a estratégia da autodesmistificação revelada no capítulo anterior, ao procurar afastar possíveis vinculações a práticas de fundo ilícito ou nefasto. Vejamos exemplos:

E66: A gente que está dentro da ordem sabe que não tem mistério. (MESTRE L3).

E67: Quando tu vais ver, lá na frente, a maçonaria não tem mistério nenhum. Mas o mistério é justamente não ter mistério. (MESTRE L4).

E68: Na verdade, a maçonaria não esconde nada lá... Só não conta. Ela não faz questão de contar. Não tem interesse. Não minto, eu omito falar sobre um assunto que não é do teu interesse. (MESTRE L4).

Por outro lado, há um direcionamento que utiliza o segredo como uma forma de encanto, como um atrativo que possa gerar fascínio, interesse e algum tipo de reconhecimento positivo para a ordem. Segundo alguns dos entrevistados, essa valorização do aspecto secreto da maçonaria é fator de grande importância para o

contínuo trabalho de captação de novos membros, como podemos verificar nos próximos excertos.

E69: Esse segredo que tem ajuda a manter a ordem, entendeu? Porque as pessoas têm essa curiosidade e eu acho que esse respeito que nos dão faz bem para qualquer área. (MESTRE L3).

E70: É que nem namoro, né? A sedução faz parte, né? [...]. Se a maçonaria chegar e falar tudo o que ela faz e o que ela não faz e etc... Tá, mas era só isso? É, é isso. Por que vocês estavam tão nervosos? Ah, coisa sem graça... E vão dar as costas e vão embora. (MESTRE L4).

E71: É uma propaganda, pode ser interpretada como propaganda [...]. Se vamos visitar um museu, uma casa com uma atividade, se abrirem todas as portas de uma vez só, não saberemos o que olhar e aí vamos nos perder, não vamos ter interesse. Agora se abirmos uma porta de cada vez, e aí vejo qual é o interesse da pessoa ao entrar naquela porta, eu faço a propaganda do meu produto e ela observa melhor aquilo que eu estou expondo para ela. (MESTRE L4).

Há ainda uma estratégia que se distingue por estar direcionada ao público maçônico, que é a valorização da posse do segredo por parte de um grupo fechado. Esse sentimento, segundo Simmel (1999), pouco tem a ver com o conteúdo do segredo em si, mas principalmente com a consciência da exclusão do outro. Dessa forma, distintos da sociedade pelo que dizem deter, os maçons exercem algum poder simbólico perante o 'mundo profano' e, conseqüentemente, fortalecem a coesão da organização ao valorizarem o pertencimento a um grupo 'privilegiado'.

E72: Eu acho que a grande questão do segredo, não só da maçonaria, mas como de outras entidades, é justamente a questão da coesão. O segredo faz com que tu pertenças a um determinado grupo de pessoas e que elas têm aquilo em comum, aquilo que tu te identificas com elas. A partir do momento que esse segredo não existe mais, perde o sentido. (MESTRE P2).

Esses três direcionamentos, que não são acionados de forma excludente, e sim complementar, auxiliam na constituição da 'aura' que envolve a organização, cujo valor principal é o caráter secreto. Cabe salientar que esses direcionamentos não estão relacionados à proteção de um conteúdo em si, mas à realimentação da 'aura', essa camada nebulosa de significados que envolve não apenas a barreira que é imposta pelo segredo, mas a organização como um todo.

Ainda com foco no segredo, evidenciamos a unidade de registro **Segredo como regulador da (in)visibilidade**. Retomando a noção que adotamos no referencial teórico, lembremos que o segredo é concebido aqui como dinâmica comunicativa, no sentido de ser um viabilizador interacional (SIMMEL, 1999) e, por isso, atentamos para o que ele "faz fazer" (DESPRET, 2011), e não para o seu

conteúdo. Por esse ângulo, entendemos o segredo como regulador do que decidimos por visibilizar ou não, na medida em que, a todo momento, escolhemos por abrir determinados conteúdos e/ou formar barreiras sobre outros. Ao relatarmos sobre a temática do segredo, percebemos referências dos entrevistados a esse aspecto, observando falas referentes a dois eixos ligados à regulação. A percepção do segredo como aquilo que separa (DESPRET, 2011), como um marco que organiza o par dialógico visibilidade-invisibilidade, é um dos eixos, como podemos verificar nos excertos E73, E74 e E75, em que os entrevistados evidenciam que a demarcação do segredo está entre a porta do templo (durante a sessão ritualística) e o mundo 'profano'.

E73: Do templo para dentro, é isso que diferencia o secreto. (MESTRE P4).

E74: Coisas que são discutidas e vistas durante as seções, elas não devem ser externalizadas. (APRENDIZ L1).

E75: No momento em que nós fechamos as portas do nosso templo, esse é o limite para o não iniciado. (MESTRE P3).

A manutenção da fronteira resguardada pela porta do templo maçônico, que representa a barreira do segredo, revela-se como uma orientação rígida aos iniciados. Entretanto, por ser uma forma neutra (SIMMEL, 1999), que pode receber e liberar conteúdos, a barreira do segredo é flexível. Em outras falas, notamos como essa fronteira pode ser maleável a depender das situações e públicos que se apresentam. O excerto E76, por exemplo, revela os diferentes níveis de regulação dentro da própria organização. Já, no excerto E77, percebemos como a orientação geral da barreira a ser formada sobre os conteúdos é flexibilizada, em certa medida, a um público específico. E, ainda, no excerto E78, podemos verificar como a demarcação da fronteira mudou ao longo do tempo, em virtude do contexto histórico da organização. Em determinado momento, a barreira formada pelo segredo já protegeu a identidade do indivíduo maçom, algo que hoje se rompeu.

E76: Tem mensagens que são de grupos específicos tipo, restrito aos mestres, restrito a determinado grau. (APRENDIZ L1).

E77: Dentro do núcleo familiar tu pode falar alguns assuntos, não todos. Geralmente mais voltados para o convívio mesmo e de ações sociais. (APRENDIZ L1).

E78: As questões relativas às palavras, aos gestos, à ritualística, isso merece ser preservado [...]. A figura do maçom não é mais secreta. (MESTRE L2).

O aspecto protetor do segredo é o outro eixo relacionado à regulação que identificamos nos depoimentos. Na fala do Aprendiz L2 (excerto E79), notamos a preocupação com a vigilância midiática e, perante esse cenário, o segredo é considerado importante proteção para a vida organizacional. Nessa linha, o Mestre L1 (excerto E80) também faz referência à vulnerabilidade do regime de visibilidade ampliada, além de indicar como o segredo pode manter a coesão entre os membros, na medida em que organiza o que pode ou não ser exposto e, assim, protege a organização.

E79: Tendo em vista essa enxurrada de exposição que a gente sofre, é uma maneira de se proteger com certeza. (APRENDIZ L2).

E80: Então para manter mais coeso e não ter essa vulnerabilidade, você tem que manter determinados segredos. (MESTRE L1).

Ainda em relação ao uso do segredo como proteção, no excerto E81, o entrevistado relata a cautelosa recepção em loja de uma pessoa que se identifica como maçom.

E81: Se chegar numa loja para ser atendido, a gente vai pegar ele, separar ele num canto e vai conversar com ele. Ai ele vai começar a conversar e, conforme a história que vai contando, você vai vendo se ele conhece o assunto. Já existem vários comunicados, inclusive no WhatsApp, os grupos sociais agilizam para gente passar fotos de pessoas que se fazem passar, que às vezes participam de sessões e são 'fake' [...] Pede a apresentação do cara. Ele tem uma carteirinha para mostrar [...] O secretário da loja, imediatamente, vai fazer contatos com o GORGS para certificar que ele é de verdade. (MESTRE L4).

O procedimento de identificação e averiguação, conforme consta no excerto E81, expõe o caráter de viabilizador interacional (SIMMEL, 1999) do segredo que, além de separar o que pode ou não ser visibilizado, organiza quem pode avançar ou não essa barreira, fazendo com que os indivíduos 'autorizados' exerçam certo poder sobre os que ficam 'de fora'. Esse processo, descrito pelo Mestre L4, revela como a maçonaria tenta proteger, a partir do segredo, sua comunicação, seus membros e, até mesmo, seu próprio existir, pois, como nos disse o Mestre L3 (excerto E69), o segredo "ajuda a manter a ordem".

No próximo núcleo de sentidos, atentamos para o que os maçons consideram que deva estar protegido pela barreira do segredo. Denominamos como **Práticas condenadas e riscos da visibilidade** essa unidade de registro que reúne alguns comportamentos citados que excedem os limites acordados para a comunicação maçônica, bem como possíveis consequências negativas para a organização. Um

primeiro ponto que se destaca é a recriminação das exposições de cunho exibicionista, nas redes sociais, por parte dos iniciados. Ainda que haja relatos de que a postagem de fotos pessoais com identificações à maçonaria não seja algo expressamente proibido pela organização, muitos entrevistados condenaram esse tipo de prática, afirmando que não corresponde ao que é ensinado na formação maçônica, que pressupõe um comportamento de discrição. Ademais, de forma geral, os entrevistados que se posicionaram contra essas ações, as relacionaram a condutas ligadas à vaidade e ao aproveitamento indevido da condição de ser/estar maçom para obter vantagens pessoais, como nos três relatos a seguir:

E82: Acho que essa exposição dá margem para que pessoas que não entenderam ou não entendem muito bem os princípios, queiram utilizar a maçonaria como forma de autopropaganda, de se inflar, para obter coisas, vamos dizer assim, vantagens, posições sociais por estar na maçonaria. (APRENDIZ L2).

E83: Essa questão de identificação, isso aí é uma coisa passada, vem da vaidade. O pessoal usar anel, relógio, corrente com símbolo, então isso aí é mais vaidade. O outro item é a questão da modernidade que a gente falou, só modernizou a maneira de exposição e foge do controle. Não é o foco, não deve ser o foco. (MESTRE L2).

E84: E as pessoas que entram com a outra ideia, de se dar bem, transmitem uma ideia errada do que é a maçonaria. Como a gente vê o caso do irmão que bota foto na internet, se expondo, falando coisas que não é para falar. (MESTRE L1).

Cabe ressaltar, no excerto E83, o argumento do Mestre L2, de que a “modernidade”, ao promover a intensificação da exposição pública, dificulta ainda mais o controle das práticas de dar-se a ver dos iniciados. Nessa fala, é reforçada a consciência acerca das afetações do atual regime de visibilidade ampliada no contexto da organização, que evidenciamos na categoria anterior. E, na linha dessas afetações, estão os riscos da alta visibilidade percebidos pelos maçons, que podem ser acentuados pelos comportamentos por eles considerados inadequados. Os julgamentos nas mídias em relação às práticas de dar-se a ver individuais são exemplos desses riscos, como é apontado pelo Aprendiz L1 no excerto E85.

E85: Não sou muito adepto da grande exposição nas redes sociais porque a gente vai passar por julgamentos, avaliações de credibilidade externa que eu não sei se é tão útil para o propósito da maçonaria. (APRENDIZ L1).

Para além das práticas desviantes individuais, percebemos, em algumas falas, uma preocupação com as impressões dos públicos no caso de abertura dos posicionamentos organizacionais, das temáticas tratadas nas sessões e, como

aparece no excerto E86, das rotinas ritualísticas. Vale ressaltar a apreensão de alguns entrevistados com possíveis atos de banalização e ridicularização (excerto E86) ou deboche (excerto E87) em caso de visibilização da ritualística e/ou da filosofia maçônica.

E86: A banalização do nosso ritual. As pessoas distorcerem o sentido daquilo que é feito lá dentro [...] Mas não tá preparado para interpretar, por não ter conhecimento adquirido para poder analisar. **Vai ser ridicularizado.** (MESTRE L3).

E87: Infelizmente o ser humano parte da lógica, de muitas vezes denegrir ao outro facilmente. Ainda mais hoje em dia com os meios de comunicação que nós temos, que podem ser utilizados pro bem, mas muitas vezes são utilizados pro mal né... Então muitas pessoas poderiam levar para o lado do deboche [...] **Abrir demais é um risco para uma maneira debochada de entenderem essa filosofia.** (MESTRE L1).

Outros termos como a deturpação, a chacota e o *bullying* foram acionados pelos entrevistados como consequências da visibilidade que ultrapassa a fronteira da sessão ritualística. E, nessa perspectiva, a partir de Goffman (200), fazemos uma relação dessa preocupação em proteger a intimidade ritualística com o que a maçonaria demonstrou no *Twitter* e em seus sites oficiais: ao mesmo tempo em que a organização impede acesso a seus bastidores, ela monta um palco com poucas informações e deixa que as plateias construam por si o espetáculo em palcos alternativos. A narrativa desse(s) espetáculo(s) fomenta(m) a ‘aura’ que envolve a organização, cuja perda se mostra como um grande risco que a maçonaria não poderia assumir. Nesse sentido, a visibilidade da ritualística parece ser um fator de vulnerabilidade, pois, como afirmou o Mestre L4, no excerto E70, se a maçonaria revelar tudo o que faz e não faz – retomando a ‘direção’ do espetáculo –, corre o risco de ser vista como uma “coisa sem graça”.

Conforme observamos nos excertos E63, E64 e E65, um caminho possível para evitar esse tipo de reação dos públicos seria uma aproximação com fins de didatização do meio maçônico. Por outro lado, há um movimento na direção da invisibilidade, que é o descarte das possibilidades de interação com os públicos que não são de interesse da organização, em específico com os atores individuais que fazem circular conteúdos pejorativos sobre a maçonaria nas mídias. De maneira geral, quando perguntados se há interesse em iniciativas de diálogo com tais atores – dos curiosos aos *haters* –, os entrevistados refutaram essa possibilidade. Nos três excertos que seguem, alguns dos motivos apresentados:

E88: Sempre deve-se avaliar uma crítica sofrida para ver se tem fundamento ou não. Mas, especificamente essa, de **pessoas falando que a maçonaria é isso ou aquilo, anti-religião e etc... Eu acho que se debate e se chega à conclusão que não tem o menor sentido.** (APRENDIZ L2).

E89: A gente sabe que, ainda mais no mundo de hoje né, onde é 8 ou 80, **não adianta cultivar em terra infértil.** (MESTRE P2).

E90: Não tenho visto assim manifestações muito grandes contra a maçonaria no Brasil, não tenho visto sinceramente [...] **E eu tenho notado poucos movimentos individuais assim, o que não perturba.** (MESTRE P3).

Essas falas corroboram com o que verificamos acerca da participação da maçonaria nas redes constituídas no *Twitter*. Mesmo quando é alvo de acusações mais pesadas por parte dos atores individuais, a organização não acredita que o diálogo com esses públicos possa ser produtivo, ou mesmo viável. No excerto E90, inclusive, o Mestre P3 afirma que esse tipo de movimento nem mesmo perturba a organização. Dessa forma, compreendemos que a postura recuada da fala autorizada maçônica na rede social online, além de ser adotada em função dos ganhos no que diz respeito ao fomento da 'aura', também é produto desse tipo de avaliação. Ainda assim, como já observamos em outros excertos (E63, E64 e E65), há interesse por parte de alguns iniciados em avançar na direção da troca com os atores individuais não maçônicos, mesmo que isso implique o questionamento de alguns preceitos e regras estabelecidos na organização. Nesses casos, é relatado que a organização age de maneira coercitiva, como no excerto que segue:

E91: A presença da mulher na maçonaria. É um assunto polêmico. Aí quando eu toco nesse assunto, já me olham torto. Cara, eu não estou aprovando, nem desaprovando. Eu quero que se debata. (MESTRE L4).

Retomando a unidade de registro anterior, essas falas relacionadas a movimentos de retração e intenções de invisibilidade têm a ver com o aspecto protetor do segredo, que resguarda os iniciados e o próprio existir da organização, como também podemos observar no excerto E92:

E92: Ela tem que ser a maçonaria, tem essa questão do segredo, porque senão ela se torna uma sociedade comum, um clube de serviço e não é esse o objetivo. (MESTRE P4).

Vale reforçar que não se trata, apenas, do conteúdo que é protegido pela barreira do segredo. Para além do conteúdo, essa demarcação feita pelo segredo, reforçada pela postura recuada da organização, também distancia públicos indesejados de pontos vulneráveis. Uma ritualística muito menos impactante que o

esperado pelos curiosos é um exemplo de fragilidade, assim como o aprofundamento do debate sobre a presença da mulher na organização. Alguns são conteúdos ainda preservados, outros são apenas elementos que a organização não deseja iluminar. A intenção é, de todo modo, protegê-los para que não sejam julgados publicamente, não sejam compreendidos de forma deturpada, não sejam ridicularizados. Nessa perspectiva, alguns entrevistados indicaram outros riscos impactantes que uma maior visibilidade da maçonaria poderia trazer, como nos excertos E93 e E94:

E93: A maçonaria não entra em questões específicas de política ou de outro tipo de coisa porque a ordem ela é heterogênea, formada por vários tipos de perfil de maçons. Então alguém vai concordar e alguém vai discordar e a gente não quer discordância dentro da ordem. (COMPANHEIRO P1).

E94: No momento que tu abrires, tu vais quebrar essas regras, então aí tu vais perder o pressuposto básico. O negócio não muda desde 1723, aí tu vais abrir isso? Vai mudar isso? De lá pra cá muitas estruturas se perderam e aqui foi mantido. (MESTRE L2).

A fala do excerto E93 revela a preocupação com os conflitos internos que podem ser gerados pela visibilidade de alguns posicionamentos oficiais da organização, o que impactaria na cultura organizacional, especificamente na questão da coesão, tão reforçada pelos entrevistados. Não se trata apenas de evitar constrangimentos que as opiniões (políticas, nesse caso) dos maçons podem causar quando postas em debate com a sociedade, mas principalmente da desorganização interna que o conflito pode gerar, o que é considerado prejudicial pelos entrevistados. Ainda no que diz respeito à cultura organizacional, notamos, no excerto E94, como o entrevistado valoriza o que está validado como pressuposto básico (SCHEIN, 2009) na organização, considerando como algo inquebrável. Mais um indício da força coercitiva-formadora (BALDISSERA, 2009a) da cultura organizacional maçônica.

Ainda no excerto E94, observamos que o Mestre L2 indica que a organização, se optar por abandonar seu caráter secreto, poderá inclusive deixar de existir. O segredo, mesmo que não explicitado como a liberdade, a igualdade e a fraternidade, é uma suposição básica compartilhada (SCHEIN, 2009) na organização. Sendo assim, o descarte de um pressuposto básico (nesse caso, a revelação do segredo) pode trazer os piores danos. Para a maçonaria, o dano mais grave é maior que o julgamento negativo dos públicos, que a vulnerabilidade dos iniciados, ou que as possíveis zonas de conflito que possam emergir. A revelação do segredo maçônico põe em jogo a existência da organização, pois como defende Simmel (2009), o perigo

das entregas absolutas está justamente em não deixar espaço para imaginação e surpresas.

Seguindo no contexto dos direcionamentos para a invisibilidade, chegamos à última unidade de registro evidenciada, que denominamos como ***Manifestações discretas da rede maçônica***. Essas manifestações consistem em movimentos da maçonaria, em prol de seus interesses relacionados a outras organizações, através de seus iniciados que estão alocados dentro desses outros sistemas. Nessas interações, os maçons atuam de forma discreta, geralmente identificando-se apenas com outros maçons presentes nessas organizações outras, a fim de alcançar determinados objetivos traçados.

Importa ressaltar que tais movimentos são oriundos do âmbito da organização comunicada (BALDISSRA, 2009), mesmo que não sigam o padrão mais comum de fala autorizada posta a circular pelas organizações. A maçonaria não deseja que essas manifestações sejam identificadas pelos públicos, mas ao preparar (e vigiar) agentes organizacionais para estabelecerem conexões, compreendemos que se trata de uma sofisticada estratégia que parte da dimensão da organização comunicada. Vejamos, no excerto E95, como um entrevistado reconhece esse papel de agente interacional com o 'mundo profano', pautado pelo comportamento discreto.

E95: Em determinados momentos somos obrigados a procurar por irmãos para resolver alguns problemas de comunidade, então é muito importante a discrição para que se possa desenvolver atividades com mais eficácia no mundo profano [...] Em muitos casos, tu recebe uma motivação interna dentro da maçonaria e tu parte para essas ações. (MESTRE P3).

Importa ressaltar que, para distribuição dessas incumbências no 'mundo profano', há um setor estratégico na potência, que monitora as posições ocupadas pelos maçons nas diferentes organizações, conforme indicado no excerto E96:

E96: Claro que, dentro do GORGS, lá tem um setor que avalia isso aí... Quantos tem, o que estão fazendo, quais as suas profissões, quem está ajudando quem.... (MESTRE L3).

Ao supervisionar os campos de atuação em que os maçons estão 'alocados', percebemos que a potência também avalia o comprometimento e performance dos seus membros na execução dos movimentos planejados e (re)ajusta continuamente o que cada agente deve realizar em cada sistema, bem como a necessidade de reposição de perfis específicos. Isso leva a pensar que esses profissionais agem como se estivessem infiltrados, atuando em suas carreiras, também, em função dos

interesses da maçonaria. Esse é um importante motivo para o comportamento discreto, para que a identidade maçônica seja preservada, pois, na medida em que não são identificados enquanto iniciados, seus posicionamentos tendem a não ser percebidos como em defesa dos interesses da maçonaria. Nos excertos que seguem (E97, E98, E99 e E100), podemos perceber algumas das práticas que ocorrem no âmbito de outras organizações.

E97: Agora que teve candidatos a vereador e prefeitos, a gente apoiou os candidatos maçons? Apoiou, mas não apoiou nenhum candidato de partido A ou B, mas porque a gente gostaria que os maçons tivessem participação na administração. Por que a gente acha que eles podem colaborar muito com nossos prefeitos, então a gente fez e vários prefeitos foram eleitos, vários vereadores foram eleitos. (MESTRE P4).

E98: Porque nós temos maçons em todas as áreas públicas. Nós temos maçons nas autoridades públicas, no judiciário, legislativo, executivo, nós temos funcionários públicos, empresários, funcionários e empregados no comércio, nas sociedades civis em geral. **Essas pessoas aí, eles conhecendo os nossos princípios, eles buscam levar para dentro da sua entidade.** (MESTRE P4).

E99: Para que, em um momento, uma pessoa que necessite de algo muito urgente e não possa cumprir um ritual de informação que ela tem que dar de explicação, ela telefona para aquela pessoa, pode passar direto, sem preencher todos aqueles requisitos lá. Não é porque eu estou avalizando. Não é dar preferência. E sim porque aquele conhece o histórico da pessoa e atesta que não precisa cumprir todo o ritual, vamos dizer, de uma internação... Olha esse cara aqui é meu.... (MESTRE L3).

E100: Existem situações, por exemplo, em cidade do interior, tem um lugar que funciona excelentemente bem e a diretoria sempre é maçônica, porque o outro diretor só chama maçom. Ele só bota diretor maçom porque existe um trabalho ético e moral de todas as lojas que estão ali dentro. E o lugar é bala, é bom. Esse é um aspecto positivo do uso da maçonaria. Todo mundo sabe que as pessoas que estão na diretoria são maçons. Mas eles não ficam batendo panelas ou uma botam um colarção aqui... Sou maçom. (MESTRE L4).

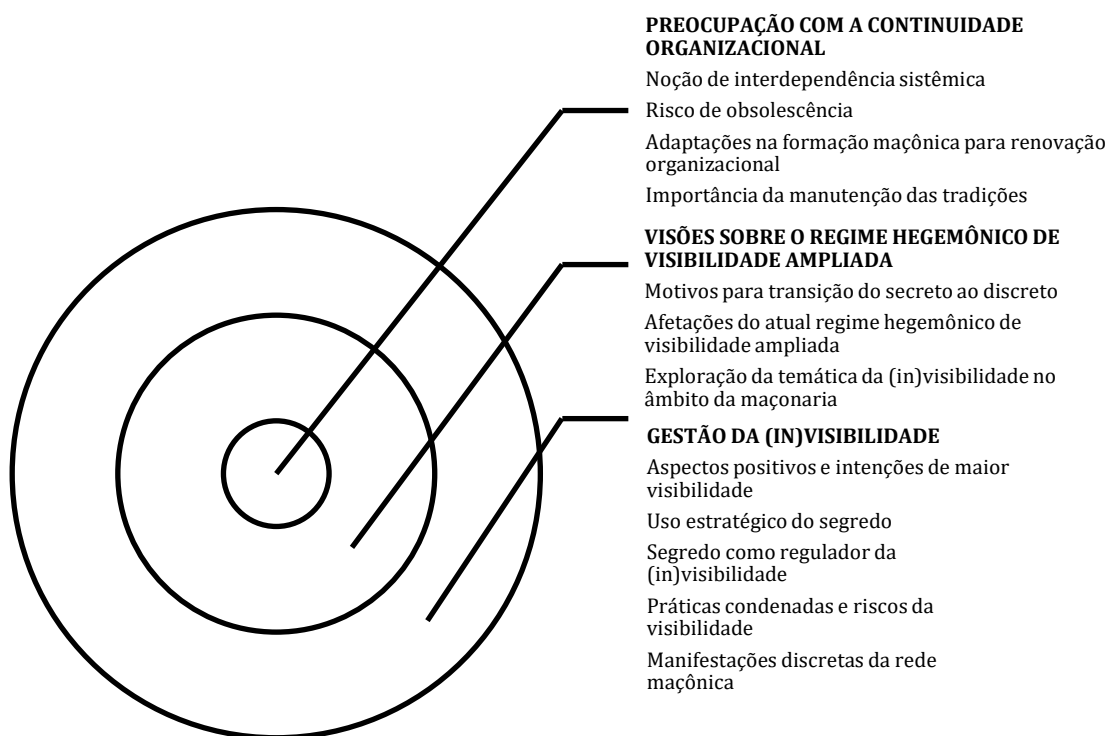
Desses excertos, notamos que, além dos objetivos organizacionais oriundos das estratégias da alta cúpula, como as questões políticas referentes a eleições e o controle de outras organizações específicas, a rede de discrição maçônica se manifesta em prol de soluções com vista à fraternidade entre irmãos, princípio básico da organização, como podemos observar no excerto E99. Vale ressaltar também a fala do excerto E98, que revela a pulverização dos agentes, alocados em diferentes sistemas, orientados a expandir os ideais e, conseqüentemente, interesses da maçonaria no interior de outros domínios. Importa salientar que essa comunicação, velada, é realizada de forma discreta, através de uma sofisticada estratégia de

relações-públicas e, portanto, oriunda da dimensão da organização comunicada (BALDISSERA, 2009b).

Esses últimos núcleos de sentidos exprimem como a organização precisa lidar com momentos de decisão entre o que deve visibilizar ou invisibilizar. Ao constataremos o aspecto regulador do segredo em relação a esse par dialógico, estamos examinando a própria **GESTÃO DA (IN)VISIBILIDADE**, última categoria que constatamos.

E, seguindo a mesma lógica de apresentação das categorias referentes à unidade de contexto anterior, na figura 43, exibimos a representação das unidades de registro evidenciadas neste subcapítulo em sua forma categorizada.

Figura 43: UC A maçonaria no atual regime de visibilidade ampliada



Fonte: elaborado pelo autor

Novamente seguimos a tríade de Schein (2009), referente aos processos de formação da cultura organizacional, para colocarmos as categorias evidenciadas em relação. Ao centro da representação, como suposição básica compartilhada, está a **PREOCUPAÇÃO COM A CONTINUIDADE ORGANIZACIONAL**, que envolve pressupostos enraizados e inegociáveis, como a noção de interdependência sistêmica e a importância da manutenção das tradições.

As suposições validadas, que se tornam os nós mais resistentes na hierarquia de estruturas significativas da organização (BALDISSERA, 2009a), passam a orientar crenças de nível intermediário, no caso as **VISÕES SOBRE O REGIME HEGEMÔNICO DE VISIBILIDADE AMPLIADA**. Essas crenças orientam os comportamentos dos sujeitos organizacionais, os quais alguns podemos identificar na **GESTÃO DA (IN)VISIBILIDADE**. Logicamente, em uma organização historicamente caracterizada pelo desejo de invisibilidade, há menos artefatos visíveis aos públicos, porém alguns deles podem ser identificados, como os que são oriundos das intenções de maior visibilidade (elementos que a organização ilumina) e das práticas condenáveis (aspectos que escapam aos controles organizacionais).

A preocupação com a sobrevivência organizacional, na qualidade de pressuposto básico, faz com que, mesmo um sistema que conserva importantes barreiras para com o social, reconheça sua suscetibilidade às perturbações externas. Como qualquer outra organização, respeitadas às proporções das interfaces produzidas, a maçonaria é obrigada a selecionar ou descartar o que invade seu sistema e, assim, se reorganiza continuamente (CAPRA, 2002). Um exemplo são os relatos acerca do risco de obsolescência, em que alguns entrevistados percebem a intensidade dessas inquietações e admitem, como consequência, a necessidade de revisão no processo de formação maçônica.

Esse olhar para a própria formação maçônica, em especial no que diz respeito à adaptação aos interesses de possíveis novos iniciados, nos faz pensar na contínua (des/re)organização sistêmica a partir do viés cultural. Afinal, a organização se mostra aberta ao fato de que novos integrantes trazem consigo outras teias de significados (GEERTZ, 2008), na medida em que se ajusta para captá-los e inseri-los em seu contexto. Por outro lado, constatamos, nas falas dos entrevistados, muita importância conferida às tradições, que são mantidas com muito rigor no contexto organizacional. Dessa forma, percebemos os aspectos de abertura e fechamento da cultura, conforme afirma Morin (2005). Os novos integrantes, assim como os mais velhos, carregam diferentes formações culturais que, quando confrontadas com os valores da cultura organizacional, abrem potencialidades e possibilidades. Em contrapartida, a força coercitiva-formadora da cultura organizacional (BALDISSERA, 2009a), ainda mais em ambientes de orientação rígida como a maçonaria, atua no sentido do fechamento, com inibições, prescrições e impregnações de normas e regras.

A partir dos relatos dos entrevistados, percebemos que os fios e nós da cultura digital vem ganhando terreno na cultura organizacional maçônica. E, por se tratar de uma teia de significados que vem de um macrosistema (sociedade), aceitá-la não é uma opção, visto que os próprios sujeitos organizacionais tecem esses fios dentro e, principalmente, fora da organização. Nesse sentido, o domínio das lógicas midiáticas por parte dos atores sociais individuais (BRAGA, 2018), maçons ou não, é reconhecido pelos entrevistados como uma das principais causas de uma mudança no caráter da comunicação maçônica que, segundo eles, passou “do secreto ao discreto”. Entre os maçons que condenam práticas de dar-se a ver consideradas exibicionistas, os que exaltam possibilidades de maior exposição pública e os que rejeitam as produções de não iniciados, em comum o fato de que reconhecem as afetações do atual regime de visibilidade ampliada sobre a vida maçônica, cujas lógicas ‘invadem’ o domínio organizacional, seja por perturbações externas, seja pelos próprios iniciados.

Nesse contexto, estão as dinâmicas da gestão da (in)visibilidade na organização. Cabe destacar que as unidades de registro que compõem essa categoria devem ser consideradas como instâncias que não inviabilizam necessariamente uma à outra, tendo em vista a concepção dialógica (MORIN, 2000) que adotamos para pensar o par visibilidade-invisibilidade. Nesse sentido, tanto as práticas condenáveis (que os entrevistados desejam invisibilizar), quanto as possibilidades de maior exposição (apontadas por outros entrevistados), são decisões tomadas a depender da situação que se apresenta. E, no momento em que é tomada a decisão de visibilizar alguma coisa, também está se escolhendo o que invisibilizar. Ademais, vale lembrar que os conteúdos a serem liberados ou resguardados, como afirma Simmel (1999), podem mudar ao longo do tempo, regulados pela barreira (flexível) do segredo. Como exemplos, pensemos em uma *selfie* de um maçom paramentado, dentro do templo, postada em uma rede social, prática essa que é criticada por alguns entrevistados. A identidade do maçom já esteve, em outros tempos, resguardada pela barreira do segredo, na esfera da invisibilidade. Ainda que muitos maçons acreditem que a escolha por invisibilizar suas identidades deveria continuar, vários outros decidem por dar a ver sua condição de maçom, o que não quer dizer que não continuem optando por manter outros elementos invisíveis (como os detalhes da ritualística e as temáticas abordadas em uma sessão).

Isso posto, recuperemos o objetivo específico D da pesquisa, ao qual a seção do roteiro-guia de entrevistas (que constitui essa unidade de contexto) se propõe a explorar. Em nossa tentativa de compreender como os maçons contemplam as questões do segredo e da (in)visibilidade em um contexto de visibilidade ampliada, verificamos que, primordialmente, circula na organização a preocupação com a sobrevivência/continuidade organizacional. Dessa forma, ao mesmo tempo em que valorizam as tradições, os maçons diagnosticam a necessidade de adaptações em seu processo formativo, com vista à renovação do corpo organizacional, o que demonstra consciência da interdependência sistêmica. Essa preocupação faz com que a organização perceba e avalie as afetações do contexto de visibilidade ampliada, visto que os entrevistados expressam ciência da influência das lógicas midiáticas no modo de vida maçônico, mesmo que isso não se configure, ainda, em uma pauta oficial da ordem do dia organizacional. Entre essas afetações relatadas, estão a transformação de algumas práticas internas (como reuniões online), o aumento de elementos e assuntos que são visibilizados (pela fala autorizada e/ou por iniciativas individuais de maçons), a produção midiática de atores sociais não maçônicos e as práticas midiáticas dos iniciados na 'vida profana' que afetam o modo de vida e imagem da maçonaria. E, dentro dessa conjuntura, os entrevistados revelaram algumas das dinâmicas organizacionais com vista a dar a ver ou ocultar, que compreendemos como aspectos da gestão da (in)visibilidade na maçonaria e nos dão pistas de como a organização atua em um regime hegemônico de visibilidade ampliada. Isso posto, finalizamos as etapas destinadas ao alcance dos objetivos específicos da pesquisa e, no próximo capítulo, seguimos com o último procedimento de análise, em que procuramos pôr em contato os achados até aqui encontrados.

9 A GESTÃO DA (IN)VISIBILIDADE NA MAÇONARIA

A este ponto, importa realizarmos análises transversais em perspectiva de aprofundarmos os resultados obtidos com os procedimentos anteriores. Esse movimento segue a orientação da lente interacionista, que busca examinar os contextos, as articulações e os encadeamentos, sem ficarmos presos às análises fragmentadas.

Assim, este capítulo divide-se em duas partes. Inicialmente, abordaremos formas pelas quais a maçonaria gerencia a (in)visibilidade e, para isso, exploraremos algumas de suas estratégias de dar a ver ou ocultar em diferentes situações interacionais que se apresentam à organização para definição. Após, em consequência desse primeiro nível de análise, que revelou a descrição como um segundo nível de regulação fundamental na gestão da (in)visibilidade maçônica, discorreremos sobre importantes aspectos da comunicação discreta.

9.1 A gestão da (in)visibilidade: dimensões da comunicação organizacional em estratégias de palco e bastidores

Na elaboração do problema da pesquisa, partimos do pressuposto de a maçonaria ser uma organização historicamente constituída pelo segredo e nos perguntamos sobre como ela realiza a gerência da (in)visibilidade em seus processos de comunicação no contexto atual. Nesse sentido, para atingirmos nosso objetivo geral de investigação, buscamos referências teóricas acerca da visibilidade e da invisibilidade, no intuito de adotarmos uma noção da qual partiria nossa reflexão sobre gestão e, nesse caminho, nos deparamos com a ideia do segredo como aquilo que separa (DESPRET, 2011), um viabilizador interacional que está acima de seu conteúdo (SIMMEL, 1999) e, assim, o entendemos como regulador do par dialógico (MORIN, 2000) visibilidade-invisibilidade. Isso posto, considerando a relevância do segredo para a gestão da (in)visibilidade, importa discorrermos acerca de alguns aspectos específicos do segredo maçônico, pois eles servem de base para compreendermos as decisões e estratégias da organização.

Quanto às particularidades históricas, vimos que, nos primórdios da maçonaria medieval e durante toda a fase 'operativa' da ordem, o segredo estava ligado ao ofício maçônico. Uma propriedade de domínio restrito aos especialistas (construtores e

artesãos) que mantinham determinadas técnicas sonegadas ao restante da sociedade. Com o tempo e o desenvolvimento da maçonaria especulativa, em que o ofício da construção já não era um denominador comum da identidade maçônica, tal resguardo perdeu sua razão de existir e, por ser uma forma neutra (SIMMEL, 1999), o segredo maçônico renovou os conteúdos que absorvia. A identidade dos que pertenciam à organização foi, por muito tempo, um desses conteúdos protegidos pelo segredo, em virtude dos momentos – entre diferentes séculos e regiões do mundo – em que os maçons foram perseguidos por governos ou pela Igreja Católica, como no Brasil, no século XIX, em que foram apossados pelo governo brasileiro no período pós independência. Em meio às perseguições, invisibilizar o estatuto de ser maçom assumia a finalidade principal de assegurar os iniciados.

Tais referências reforçam a afirmação de Simmel (1999), de que o segredo atravessa o desenvolvimento histórico e está continuamente recebendo e liberando conteúdos. E, nessa perspectiva, de acordo com as análises dos materiais coletados, entendemos que hoje, em termos de conteúdo, o segredo maçônico estabelece uma barreira que protege o que acontece dentro do templo, durante as reuniões restritas aos iniciados. A identidade do maçom, por exemplo, já não é algo cuidadosamente resguardado, pois, como observamos tanto nas falas dos entrevistados quanto nas mídias oficiais da organização, há uma cisão na maçonaria entre os que entendem que o pertencimento à ordem deve ou não ser publicizado. Da mesma forma, os locais das sedes e templos, bem como alguns posicionamentos e ações oficiais da organização, são exemplos de elementos que, atualmente, estão ‘liberados’ do segredo. No entanto, como dissemos, o que acontece dentro do templo (rituais e temáticas discutidas) segue resguardado.

De posse desses elementos que foram, ao longo da história da organização, liberados da proteção do segredo, mas, principalmente, estimulados pela curiosidade em torno do que permanece resguardado, os atores sociais não iniciados, que se interessam pela maçonaria, fazem circular conteúdos acerca da organização e, assim, fomentam o que chamamos de ‘aura’ que envolve a organização. Muitas vezes sem nenhuma experiência direta com a maçonaria, os atores sociais se valem de algumas doses de conteúdo que a organização visibiliza (como o aspecto mítico de sua gênese, o posicionamento como ‘lugar do saber’, alguns efeitos de sentidos acerca da fraternidade entre os irmãos e até parte de seu ritual, dentre outras coisas) e, principalmente, de referências não oficiais (incluindo especulações, boatos e até

mentiras) para estabelecerem circuitos de informação sobre a maçonaria. Vale ressaltar que a fonte dessa produção de conteúdo é o imaginário, na qualidade de sistema organizador de imagens (BARROS, 2014), cuja natureza é a (re)criação. Em um mundo que não é apenas ‘apresentado’, mas representado (RUIZ, 2003), o imaginário ajuda aos que estão fora das fronteiras da maçonaria a impregnar sentido à organização. Assim, mesmo diante de uma concretude escassa, tendo em vista a barreira imposta pelo segredo, a sociedade cria e renova sentidos sobre a maçonaria, reconstruindo esse objeto apoiada em elementos da vida imaginária e, assim, fomentando a ‘aura’ que circunda a organização.

Pela natureza dos objetos, sempre (re)construídos (BLUMER, 1980), a maçonaria será mais uma das imagens de mundo representadas pelo imaginário (RUIZ, 2003). E sublinha-se o plural dessas imagens, pois a cada experiência para com o objeto, outras possibilidades de renovação de sentidos se abrem, a depender de intenções, afetos e outras características de cada indivíduo. Mas há uma especificidade que emerge do objeto empírico, motivada pela questão do segredo. Se o objeto é sempre (re)criado a cada experiência, essa relação tem peculiaridades quando se trata de algo que não nos é apresentado naturalmente. Em outras palavras, na maioria das vezes, não há uma experiência interacional direta com a organização. Em um contexto de poucos elementos que emanam do ‘real’ a serem selecionados e impregnados de sentido específico, há duas possibilidades: o favorecimento da reprodução do que já circula sobre a maçonaria, em virtude de uma limitação das possibilidades de significação com base em experiências concretas; ou um largo espaço para construções de sentidos diversas, oriundas de experiências com outras formas de apresentação do objeto, sem a necessidade de qualquer concretude direta. Dessas duas possibilidades, os diferentes sentidos sobre a organização tanto podem reproduzir ou desviar sentidos já incorporados ao imaginário dominante, podendo ou não ter relação com o que realmente acontece dentro dos limites da organização.

Por sua vez, a organização usufrui do que Ruiz (2003) chama de “fluxo indômito criador”. Se, à primeira vista, os sentidos construídos sobre a maçonaria por parte dos atores individuais podem até por vezes parecerem prejudiciais, em uma análise mais complexa, eles reforçam essa ‘aura’ historicamente constituída, que coloca a maçonaria em uma posição de privilégio e poder. Como exemplo, os casos em que a organização é vinculada a determinadas figuras políticas, sem qualquer comprovação de possíveis articulações. Mesmo que tais vinculações não sejam expostas de forma

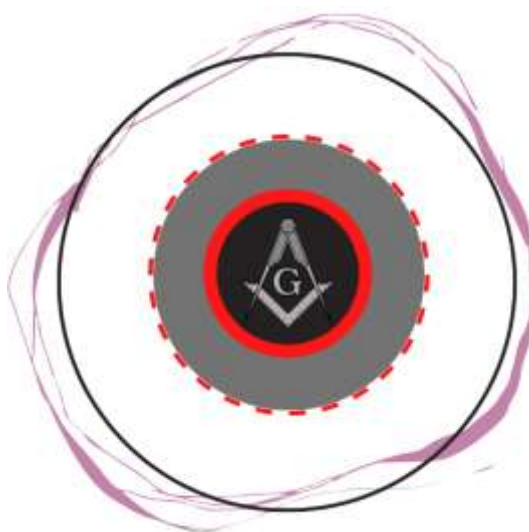
positiva, a organização, nesses casos, acaba sendo reconhecida como ator social de influência no cenário político. Nessa direção, observamos, na análise das redes conformadas no *Twitter*, que a maçonaria não executa qualquer manifestação no sentido de negar esse tipo de ‘acusação’. Ademais, constatamos, nas falas dos entrevistados, que a organização não se importa com a circulação de conteúdo negativo, bem como não acredita que seja necessário dialogar com os atores que o produzem.

O que a maçonaria parece se importar é em desmistificar os vieses que aproximam o segredo de algo ilícito ou nefasto. Essa iniciativa é tomada em ambientes que não permitem zonas de conversação diretas, como os sites oficiais. Vale ressaltar que esses vieses, postos a circular por atores individuais não iniciados, vêm de um imaginário que valora de forma negativa o que é secreto em relação à ética e à moralidade, a reboque do ideal de transparência moderno. Frente a essa pressão, a maçonaria até mesmo nega sua projeção de ‘sociedade secreta’, como observamos no site do GOB. No entanto, essa desmistificação, como apontamos, é parcial, pois não abandona o segredo por completo. Afinal, mesmo compelida pelo ideal de transparência moderno, a abdicação do segredo – e de todo o imaginário que o acompanha – por parte da maçonaria teria consequências muito mais graves, como os próprios entrevistados apontam, ao relatarem que a abertura total poderia fazer com que a maçonaria perdesse a razão de existir. Isso porque é o simbólico do segredo, a ‘aura’ que envolve a maçonaria, que a torna uma organização ‘aceitável’ em meio ao ideal moderno de transparência, pois institui uma forma de sociabilidade para dentro e para fora do sistema. Como alerta Simmel (2002), o custo de uma revelação completa pode ser a entrega de uma realidade banal, sem espaço para a imaginação, o que poderia ser fatal para a maçonaria.

Dessarte, o caráter secreto da maçonaria torna ainda mais complexa a sua gestão da (in)visibilidade. De um lado, a pressão por visibilidade da sociedade da autopromoção (THOMPSON, 2008) e da mediatização acelerada, que muitas vezes condena os arranjos executados na esfera da invisibilidade. Do outro, os ganhos simbólicos que o imaginário do segredo pode trazer. Em meio a esse cenário, a necessidade de calcular as doses do que será visibilizado e invisibilizado, de modo que se mantenha resguardado o que talvez seja mais secreto na ordem maçônica: a estrutura ou rede conformada pela organização para o exercício do poder.

Feitas essas considerações sobre como a forma do segredo maçônico se atualiza nos dias atuais, discorreremos sobre os modos pelos quais a maçonaria gerencia a (in)visibilidade, expondo algumas de suas estratégias em diferentes situações de interação. Para facilitar a compreensão dos movimentos executados pela organização em diferentes dispositivos interacionais, apresentamos um diagrama representativo (figura 44) da lógica básica que orienta a gestão da (in)visibilidade na maçonaria, que será utilizado, na sequência, como apoio às análises.

Figura 44 – Lógica básica de gestão de (in)visibilidade na maçonaria



Fonte: elaborado pelo autor

A **letra G cercada pelo esquadro e pelo compasso**, símbolo maior da maçonaria²¹, localizada dentro da área em preto, representa o templo maçônico, não limitado ao sentido territorial, mas considerado como espaço preservado ao qual apenas os iniciados – e, ainda, conforme seus níveis hierárquicos - têm acesso ao conteúdo que não pode ser visibilizado ao mundo ‘profano’. Esse conteúdo não se refere especialmente aos símbolos maçônicos, pois que, em grande parte, circulam publicamente e são reconhecidos por parcela da sociedade, mas trata-se das ritualísticas e demais informações que permanecem na esfera do **invisível**, representada pelo círculo da cor preta.

²¹ O ‘G’ significa G.A.D.U., o Grande Arquiteto do Universo, como os maçons se referem ao Deus/Criador, em um contexto de liberdade religiosa, conforme abordamos no capítulo 2. O esquadro e o compasso, que remetem aos instrumentos utilizados pelos ‘pedreiros livres’, simbolizam, respectivamente, moralidade/retidão/concreto e o espírito/diferentes formas de raciocínio.

Ao seu redor, representada pela linha vermelha contínua, a barreira protetora do **segredo**, que cria a assimetria entre os que passam ou não pelo ritual de instituição do 'sagrado'. Dentro desse limite se constrói o espaço de intimidade que legitima a autonomia de um domínio específico de saber/experiência. Em termos de gestão, todas as escolhas organizacionais referentes ao que deve ser invisibilizado estão dentro dessa fronteira.

Vale salientar que a linha do segredo, que separa e organiza o que pode ou não ser visibilizado, tem diferentes níveis no âmbito da organização. Para os 'profanos', o nível de segredo é o mais amplo. Já, para os que estão em processo de iniciação, a linha é flexibilizada. E, mesmo entre os iniciados, a depender do estatuto que se encontram na ordem, modifica-se o nível de segredo. Isso posto, a área cinza compreende elementos que já estiveram sob a guarda do segredo e que hoje não são mais tão controlados, como a questão da identificação pública do pertencimento à ordem; e que, por outro lado, já receberam mais visibilidade e hoje são explorados de forma mais comedida pela organização, como os movimentos políticos. Entretanto, se não recebem o mesmo nível de proteção que o conteúdo secreto, os elementos que compõem essa área também não estão em condições de 'livre' visibilização. Aqui estão estratégias e operações de cunho **discreto**, tais como: as sessões abertas para convidados especiais; as sedes e templos que são localizáveis, mas que restringem acesso de não iniciados a determinados espaços; o estabelecimento dos maçons em diferentes organizações sem a evidenciação de seu pertencimento à ordem; dentre outros exemplos de movimentações que, se não são secretas, estrategicamente também não são iluminadas pela organização, permanecendo em níveis de certa opacidade. Se entendemos que há níveis de segredo dentro da própria organização, isto é, outras barreiras informacionais que respeitam níveis hierárquicos, podemos entender o discreto como um regulador de segundo nível para os públicos externos (não iniciados), em que há outro limite que absorve/libera conteúdos e se torna viabilizador de outros tipos de interações, criando e/ou potencializando determinados comportamentos. No esquema, o limite da **discrição** é representado pela linha vermelha intervalada, tendo em vista que os públicos externos conseguem, por vezes, rompê-la e, com isso, podem obter acessos (mesmo que reduzidos) a alguns conteúdos.

A área da cor branca corresponde ao que está 'liberado' das regulações do secreto e do discreto. São os direcionamentos organizacionais para a visibilidade,

bem como as iniciativas de dar-se a ver que escapam ao seu controle. Assim, circulam nessa área, que é **visível** aos públicos diversos, as macroestratégias de exposição (como a autodesmistificação) que constatamos na análise das mídias oficiais da organização, bem como as intenções de maior visibilidade (como as aproximações com fins de didatização) e práticas condenadas desviantes (como os ‘exibicionismos’ nas redes) relatadas pelos entrevistados. Em torno dessa área de visibilidade, a linha na cor preta representa o **limite do próprio sistema** (maçons e espaços que ocupam).

Por fim, os traçados na cor rosa, que envolvem a organização como um todo, como uma nebulosa, referem-se ao que entendemos como a ‘aura’ que acompanha o desenvolvimento histórico da maçonaria. Como estamos tratando de gestão da (in)visibilidade, enfocamos a perspectiva das dimensões da comunicação organizacional no fomento dessa aura e, por isso, denominamos de **uso estratégico do segredo**, que também foi evidenciado nas análises anteriores. Nessa área nebulosa circulam os investimentos organizacionais para estimular o desenvolvimento dessa ‘aura’, como as tentativas de autodesmistificação, encantamento e valorização do segredo, que se encontram com as (re)criações do imaginário, oriundas dos sistemas de entorno à organização.

Procuramos, dessa forma, elaborar um diagrama geral que represente o (sub)sistema vivo social ‘maçonaria’ sob a ótica da gestão da (in)visibilidade. As categorias/áreas descritas designam lógicas de regulação de visibilidade-invisibilidade, em que estão inseridas estratégias e operações específicas que definem as escolhas por liberação ou obstrução de acessos e conteúdos. Isso posto, seguimos com a análise de algumas formas de definição de situações interacionais por parte da maçonaria, em que relacionamos o diagrama proposto com os fundamentos da metáfora palco/bastidor de Goffman (2002) e das dimensões da comunicação organizacional de Baldissera (2009b).

Nesse sentido, o esquema-base, referente ao (sub)sistema maçonaria, é posto em contato com a sociedade, isto é, o sistema vivo social (CAPRA, 2002). Logo, em zonas de acoplamento intersistêmico, orientadas pelas regras de diferentes dispositivos interacionais, emergem perturbações mútuas. Para compreender a dinâmica de tais interfaces, recuperaremos a noção de região, a partir de Goffman (2002), que a compreende, no âmbito das interações, como zona limitada por barreiras à percepção. As representações, de indivíduos ou de equipes, ocorrem em

regiões definidas, conforme as limitações do dispositivo interacional. A região de fachada é onde se executa a representação, o que fica visível à plateia. Ela é sempre composta pelo cenário (palco) e seus artefatos de suporte e pela fachada pessoal (características íntimas dos atores). E há também a região de fundo (ou bastidores), onde está o que é suprimido do palco, isto é, invisibilizado.

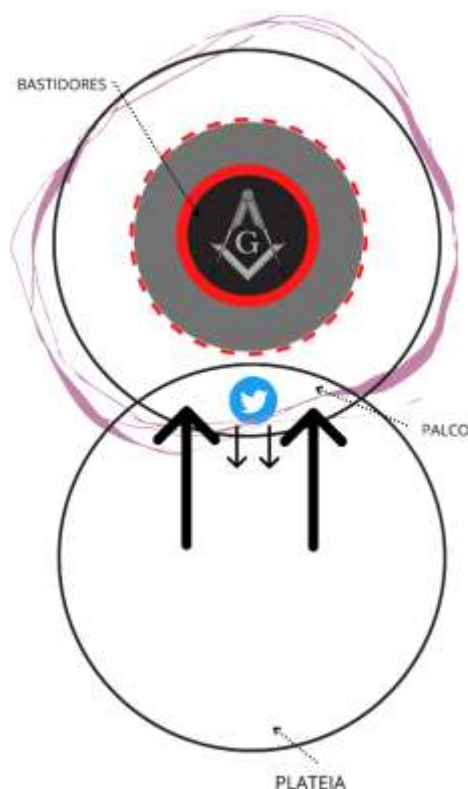
Voltando ao sistema 'maçonaria', entendemos que os bastidores englobam tudo o que está resguardado pela barreira do segredo, bem como alguns elementos da zona de discrição que a organização não faz questão de tornar visível. Cabe destacar que, na região de fundo, são revisados os comportamentos dos atores que são postos a representar.

Já a região de fachada é, logicamente, composta pelos elementos que a organização deseja dar a ver nos palcos escolhidos e montados, como as macroestratégias de visibilidade, assim como algumas doses de aspectos que deveriam ser discretos e que escapam a essa segunda linha de regulação de (in)visibilidade, no caso os papéis discrepantes (GOFFMAN, 2002) de alguns iniciados.

As plateias são formadas pelos diferentes públicos com os quais a organização interage. Os 'convites' para cada (re)aparição pública dependem do dispositivo interacional específico (midiático ou face a face) e das intenções da organização. E para cada situação interacional a ser definida, são acionados determinados padrões de tratamento para com as plateias (GOFFMAN, 2002).

Isso posto, vejamos diagramas de algumas dessas situações, com base nos dados empíricos que analisamos. Na figura 45, iniciamos pelo exemplo da interface maçonaria-públicos no dispositivo interacional *Twitter*. A área de acoplamento entre organização e públicos – identificada pelo símbolo do *Twitter* – representa a região de fachada preparada pela maçonaria para esse dispositivo interacional midiático. O palco em que a organização representa é montado, como dissemos, principalmente por componentes que ela deseja visibilizar.

Figura 45 – Maçonaria no palco Twitter



Fonte: elaborado pelo autor

Entretanto, mesmo que não tenham sido relevantes nos grafos constituídos na ARS, não podemos negligenciar que há elementos organizacionais desviantes que invadem esse tipo de palco midiático, tendo em vista que há iniciativas individuais de visibilização nas redes sociais online por parte de maçons e, por isso, temos que considerar a possibilidade de desacertos na ‘montagem’ do palco. Entre elas, estão os modos de dar-se a ver pautados pelo exibicionismo, pela vaidade e pelo aproveitamento indevido da condição de ser maçom, denunciados por alguns entrevistados (excertos E82, E83, E84), que remetem aos papéis discrepantes (GOFFMAN, 2002), condutas inapropriadas que se tornam fatores de risco à representação. Dessa forma, a região de fachada em ambientes midiáticos como as redes sociais online é constituída essencialmente pela dimensão da organização comunicada (fala oficial planejada), mas também pode incluir referências da organização comunicante (BALDISSERA, 2009b).

Sendo assim e, tendo em vista a escassa atividade da organização nesse dispositivo específico (lembramos que nem foi possível gerar grafos na ARS quando tomamos como operadores de busca os perfis oficiais), as setas (pequenas) em

direção à região de fachada representam a postura comedida da organização nas redes sociais, de muita restrição informacional e pouco interesse pelo estabelecimento de relações com os públicos. Logo, em virtude das estratégias de (in)visibilidade aplicadas para esse dispositivo específico, a maçonaria acaba constituindo uma região de fachada consideravelmente limitada. O palco preparado é bem reduzido para a representação, com poucos equipamentos expressivos e artefatos de suporte à disposição da plateia. Vale salientar que, apesar de não constarmos a presença da fala autorizada maçônica nos grafos gerados na ARS, a organização possui perfis oficiais no *Twitter* que, no entanto, geralmente não possuem intensa atividade e também não procuram zonas de conversação com públicos não maçônicos.

Ocorre que, ao concebermos a comunicação pelo viés relacional e, de acordo com a perspectiva de Goffman (2002), entendemos que nenhuma plateia pode ser considerada passiva. E, em ambientes como as redes sociais online, o aspecto ativo da plateia é potencializado. À vista disso, sem *inputs* consideráveis vindos do palco montado pela organização, isto é, sem assistir a uma representação compatível com o que está acostumada para esse tipo de palco, a plateia toma para si o protagonismo do espetáculo, montando palcos alternativos, acionando outros diretores e desenvolvendo novos roteiros digressivos. As setas (grandes) representam essa intensa atividade da plateia.

Cabe ressaltar que os indivíduos que compõem a plateia não têm qualquer relação aproximada com a organização. Com efeito, eles mesmos se (auto)convidam, tendo em vista que são interessados pelo tema 'maçonaria', mas não são 'convidados' pela organização. Como consequência da pouca materialidade oferecida no palco, que não satisfaz aos interesses da plateia, os atores individuais recorrem ao que já possuem de referência sobre a maçonaria como pontos de apoio para (re)criarem narrativas para palcos alternativos. E quem oferece esses pontos de referência é o imaginário, fazendo com que a plateia procure apoio no simbólico. É desse sistema de imagens (BARROS, 2014) que os indivíduos convocam e aplicam estereótipos da ordem maçônica (sociedade secreta, seita clandestina, poder invisível) e/ou referências de outras organizações que têm alguns pontos em comum ou similares à maçonaria, a fim de conferir sentido à organização.

Conforme expomos anteriormente nas análises das redes estruturadas no *Twitter*, a maçonaria recebe um tratamento geralmente negativo nesses roteiros digressivos, que muitas vezes correspondem a perfis não identificáveis. Ao mesmo

tempo, ainda que sob acusações pejorativas, a organização é reconhecida como importante (e atuante) figura política nesses palcos alternativos. Dessa forma, ao oferecer poucos pontos de apoio para a interpretação de suas projeções no âmbito da organização comunicada (BALDISSERA, 2009b) e, por conseguinte, se distanciando da plateia, a maçonaria entrega a 'direção' e o protagonismo do espetáculo aos atores individuais, que decidem transferir a representação para palcos paralelos. Merece destaque o fato de que, para esse movimento, os atores individuais nem mesmo necessitam invadir os bastidores, mas apenas acionam concepções a partir dos imaginários existentes, sem se importarem se estão tratando apenas com especulações ou boatos e, assim, ocupam o vazio deixado pela organização.

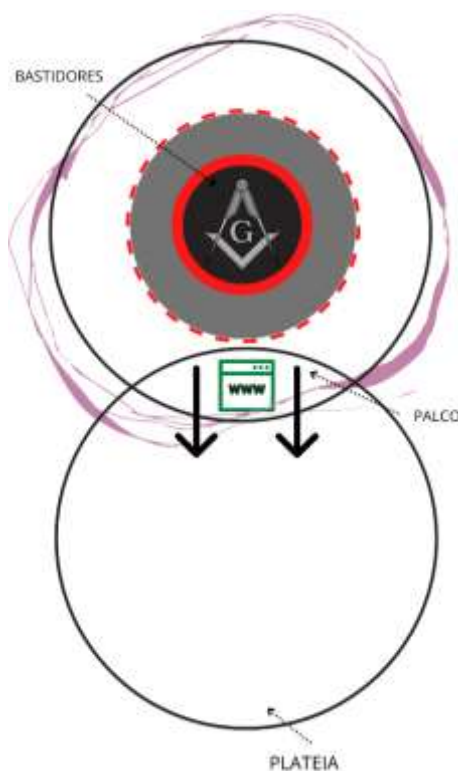
Retomando o pensamento sistêmico, constatamos intensa tentativa de irritação do sistema 'maçonaria' por parte dos públicos que compõem (inicialmente) a plateia. Ainda que não tenhamos diagnosticado pressão por abertura da maçonaria por parte dos públicos, visto que o cenário é de uma construção alternativa e, de certa forma, indiferente à organização, isso não significa que esses movimentos não causem certos níveis de desordem para o sistema afetado, que precisa decidir se acolhe ou descarta esses *inputs*. Apesar de a fala autorizada maçônica não responder diretamente às inquietações no dispositivo em questão, observamos, nos relatos dos entrevistados, que a organização está ciente dessas manifestações, embora também demonstre certa indiferença, isto é, opte por desconsiderar essas inquietações (como vimos nos excertos E88, E89 e E90). Importa, também, salientar que todo esse movimento de perturbação confere centralidade à dimensão da organização falada (BALDISSERA, 200b) na definição dessa situação interacional específica, todavia podemos dizer que o sistema maçonaria não demonstra intenção de 'aprender' (CAPRA, 2002) com esse tipo de tensionamento externo.

Por outro lado, a estratégia de gestão da (in)visibilidade adotada, de redução da região de fachada, resulta em perturbações praticamente nulas aos públicos, ou seja, a imagem projetada pela organização comunicada (BALDISSERA, 2009b) não se institui como referência aos sistemas acoplados. Nesse contexto, em que pese o fato de a organização abdicar da direção e do papel de protagonista do espetáculo no *Twitter*, lembremos que a 'aura' que envolve a organização continua a ser alimentada e, nesse caso, de forma muito intensa. Mesmo que boa parte da construção de sentido acerca da ordem seja feita a despeito da fala oficial, se esses sentidos contribuem de para a impressão que a organização deseja projetar, o recuo pode ser algo

estratégico. Nessa linha, podemos entender que ‘aceitar’ que vozes não autorizadas afirmem certas coisas, como em relação à influência da maçonaria sobre figuras políticas, pode ser proveitoso, ainda que isso venha acompanhado de vieses que não sejam os ideais. Conforme discorreremos nas análises dos sites oficiais das potências, as especulações que ultrapassam o limite ‘tolerável’ são combatidas, mesmo que isso não seja feito em zonas de interface como o *Twitter*. Dessa forma, se há consciência de que as reações da plateia não podem ser evitadas e que esta anseia por uma interatividade que a organização não pode lhe dar, a ‘saída de cena’ e concessão de espaço para palcos alternativos emerge como uma estratégia que alcança objetivos maiores e de longo prazo na gestão da (in)visibilidade.

Apresentada essa primeira forma de regulação da (in)visibilidade conduzida pela organização, atentamos para outro cenário, referente às interações da maçonaria com os atores sociais que têm algum tipo de contato com seus sites oficiais. No diagrama da figura 46, exibimos essa outra área de interface, em que os elementos que constituem a região de fachada montada pela organização são relativos, principalmente, àquelas macroestratégias de *reforço dos princípios organizacionais*, *valorização/coesão interna* e *(auto)desmistificação*, evidenciadas no capítulo 7.

Figura 46 – Maçonaria no palco Website



Fonte: elaborado pelo autor

Seguindo a linha dessas estratégias, o equipamento expressivo utilizado e os artefatos de suporte que são expostos no cenário remetem a temáticas como aperfeiçoamento moral/intelectual, dimensão da organização, segredo, religião, captação de novos membros, dentre outras. A intenção dessa representação midiática específica é conquistar atos judicativos positivos em relação à organização, objetivando bons retornos de imagem-conceito e, também, a renovação do corpo organizacional.

A plateia 'convidada' para essa apresentação tem sua peculiaridade. Diferentemente das redes sociais, não há interatividade entre atores e plateia no espaço da representação. Logicamente, por considerarmos que nenhuma plateia é passiva e, por se tratar de um dispositivo interacional midiático, os públicos podem reconstruir e fazer circular conteúdos a partir do que interpretam das projeções. Mesmo assim, a lógica não é de total instantaneidade como nas redes sociais online e, por isso, o risco imediato para a organização é menor. Dessa forma, não colocamos setas que representem a movimentação da plateia na direção do palco, pela indisponibilidade do dispositivo. Com mais controle sobre a representação, a organização expande sua área de fachada, inclui mais elementos na composição do palco e avança em sua projeção. À vista disso, utilizamos setas mais longas que partem da região de fachada em direção à plateia, se comparado ao diagrama anterior (figura 45). Nesse cenário, de um palco com mais elementos, até mesmo assuntos 'delicados' são postos a circular nos sites, como o 'convite' à iniciação, posicionamentos políticos, ritualísticas, dentre outros. Esse avanço na projeção ocorre porque a organização está segura da possibilidade de ter mais controle sobre a representação e, assim, vai em busca do olhar do outro, que não é mais evidente, mas demandado (BRUNO, 2004).

Para conquistar esse olhar do outro, modificam-se os padrões de tratamento para com a plateia em relação ao que verificamos no palco *Twitter*, por se tratar de uma variação da interação mediada online (THOMPSON, 2018). Como exemplo, o link para manifestação de interesse no ingresso na maçonaria que consta no site do GOB (figura 31), em que a organização vai ao encontro da plateia, diferentemente da rede social online. A necessidade de captar novos membros motiva esse movimento, como observamos na análise das entrevistas (unidade de registro *Risco de obsolescência*). Ainda sobre essa manobra de ampliação da região de fachada, desponta o uso estratégico do segredo por parte da organização, em especial na

estratégia da autodesmistificação, em que a maçonaria aborda de forma suavizada a questão do segredo, como tentativa de contornar a valoração negativa conferida em relação a aspectos éticos e morais, mas, ao mesmo tempo, tenta 'prender' a plateia ao segredo, ao valorizar sua posse e o que isso pode render na vida do indivíduo que o detém.

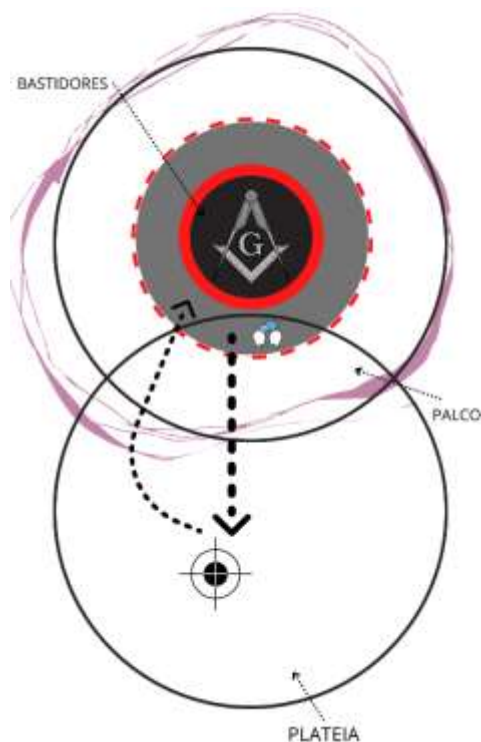
No entanto, assim como a intenção de autodesmistificação, os demais movimentos de dar a ver são executados 'até certo ponto'. Mesmo que haja uma ampliação da região de fachada, se comparado ao que observamos nas interações no *Twitter*, ou mesmo face a face (há bem mais restrição informacional na entrada de uma sede maçônica, por exemplo), a organização em nenhum momento oferece passagem para os seus bastidores. Nesse sentido, basta observarmos as áreas restritas dos sites das potências, apenas para iniciados.

Sem manter-se tão recuada como no *Twitter*, mas avançando sua fachada até certa medida, a organização investe em outro movimento estratégico: o convite ao espectador mais interessado para conhecer seus bastidores. Isso se verifica, também, nas áreas dos sites em que é possível realizar a inscrição para o ingresso na ordem (figura 31). Sem a possibilidade de oferecer mais elementos no palco, a organização capta os maiores fãs da plateia e os leva para outro espaço. Na figura 47, apresentamos o diagrama referente a essa estratégia, porém aplicada em um espaço de interação face a face, pois a intenção é evidenciar um outro tipo de convite realizado a espectadores 'especiais'. Importa dizer que, nesse diagrama, a zona de acoplamento organização-públicos compreende parte da dimensão discreta do sistema 'maçonaria', o que não ocorre nos diagramas anteriores (figuras 45 e 46).

Dessa forma, o diagrama da figura 47 representa movimentos em que determinados agentes organizacionais, após analisarem perfis específicos de possíveis candidatos à iniciação, ou de indivíduos que representem organizações de interesse da ordem, realizam convites para que esses atores – representados pelo 'alvo' – venham a conhecer pequenas 'porções simuladas' dos bastidores da organização. Um exemplo, que abordamos nas entrevistas, é a sessão aberta, promovida pelas lojas para o esclarecimento de alguns assuntos – pré-definidos – a determinados públicos. A diferença é que, nessa definição de situação, a organização opera na dimensão do discreto, em uma região que já não é acessível a todos. No exemplo anterior (o link de registro de interesse dos sites), a organização

primeiramente opera no âmbito da visibilidade para depois iniciar movimentações discretas.

Figura 47 – Captura de públicos para antessalas



Fonte: elaborado pelo autor

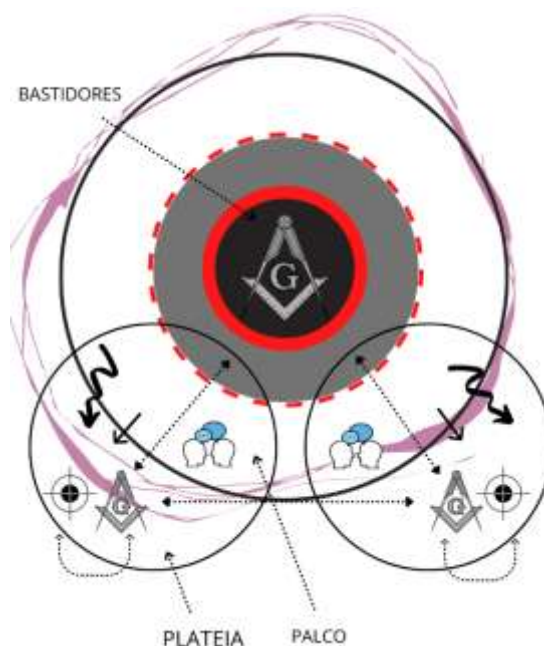
Importa reforçar que a sessão aberta é uma simulação de bastidor. Não há qualquer revelação que ultrapasse a barreira do segredo. Essa operação inclui a oferta de uma ambiência nebulosa, que procura uma aproximação com determinados públicos, a partir da disposição de novos equipamentos expressivos e artefatos de suporte que não constam no palco oferecido ao grande público, mas que ainda estão distantes da região dos bastidores. A estratégia é oferecer uma passagem para além do palco, mas que termina em uma espécie de antessala, cuidadosamente disposta para reforçar a 'aura' que envolve a organização. Uma vez dentro da antessala, o convidado é sempre guiado, confinado a um dispositivo repleto de protocolos de tratamento, que busca programar ao máximo suas percepções.

As duas setas pretas intervaladas, que adentram na plateia e retornam até a área cinza, demonstram essa captura do espectador escolhido (seta na direção do alvo) e sua condução à zona de discricção (seta que parte do alvo em direção à área cinza). Além da sessão aberta, existem outras antessalas estrategicamente utilizadas,

como nos processos de avaliação de possíveis candidatos. Nesses casos, a antessala se configura como área de filtragem para a determinação dos indivíduos aptos ao rompimento da barreira do segredo e acesso aos bastidores.

Passamos, então, ao próximo diagrama (figura 48), também relacionado a interações face a face da organização. Assim como nesse último exemplo, estamos tratando de estratégias e operações de (in)visibilidade que emergiram da análise dos relatos dos entrevistados, entre elas, as manifestações discretas da rede maçônica. Nesse diagrama, demonstramos um acoplamento intersistêmico conformado entre a maçonaria e duas organizações do mundo 'profano' (como organizações públicas ou empresas, a título de exemplo).

Figura 48 – Maçonaria no palco face a face



Fonte: elaborado pelo autor

As setas pequenas, que partem da região de fachada em direção às plateias, representam a postura comedida da organização em interações face a face no que diz respeito ao dar-se a ver e dizer de si. Constituem esse palco, que a organização deseja ser reduzido, as informações estritamente necessárias para o relacionamento oficial da organização com os sistemas de entorno, como, por exemplo, as relações administrativas da pessoa jurídica e com as entidades beneficentes, conforme indicamos na unidade de registro *públicos relevantes declarados*, no capítulo 8. Essas

informações são postas a circular pela dimensão da organização comunicada (BALDISSERA, 2009b).

Para além da esfera planejada, que contempla uma orientação rígida quanto à conduta discreta ideal dos maçons para o cotidiano, a maioria dos elementos da esfera do visível (que compõem a região de fachada) corresponde às lógicas fragmentárias dos indivíduos, como ocorre nas redes sociais online. Como exemplos dessas práticas um pouco mais intensas de visibilização, os adesivos colados nos veículos, artefatos expostos como anéis, bótons, dentre outras iniciativas de dar a ver que não são proibidas, mas também são alvo de críticas de parte dos maçons (como evidenciamos no excerto E83). No diagrama, essas iniciativas estão representadas pelas setas sinuosas (maiores) que avançam em direção às plateias. Nesse ponto, de acordo com Baldissera (2009b), estamos lidando com a dimensão da organização comunicante, pois são processos que escapam à formalidade, mas que geram relações diretas da organização com diferentes sujeitos. E, ainda de acordo com o autor, esses movimentos podem reverberar na dimensão da organização falada, na medida em que potencializam novos fluxos de informação, que seguem adiante sem a necessidade de participação das dimensões comunicada e comunicante.

Além disso, há alguns elementos da zona de discrição que podem compor o palco das situações face a face, mas que são dificilmente notados. É o caso das manifestações da rede maçônica, operadas de forma silenciosa, que são evidenciadas somente aos atores de interesse – representados pelos alvos – e, fora isso, percebidas apenas em descuidos e deslizos na representação. Essa estratégia é de suma importância nas relações intersistêmicas (CAPRA, 2002) da maçonaria, empregadas para aproximação e/ ou colaboração organizacionais para com os sistemas com os quais produz interfaces desse tipo. Tendo em vista que os maçons, via de regra, não devem expor de forma ostensiva o pertencimento à ordem, ao ocuparem posições em outros sistemas, eles podem manter sua vinculação em sigilo. Dessa forma, lançando mão de espécies de ‘agentes infiltrados’ – representados no diagrama pelo símbolo da maçonaria –, a organização amadurece relações e interesses e, de forma indireta, se insere e desenvolve em diferentes meios, inclusive se tornando referência, ainda que de forma velada, a partir do *modus operandi* de seus agentes. Nesse sentido, repetimos o excerto E98, referente ao relato do Mestre P4, em que ele explica que há “maçons em todas as áreas públicas [...] essas pessoas aí, eles conhecendo os nossos princípios, eles buscam levar para dentro de sua

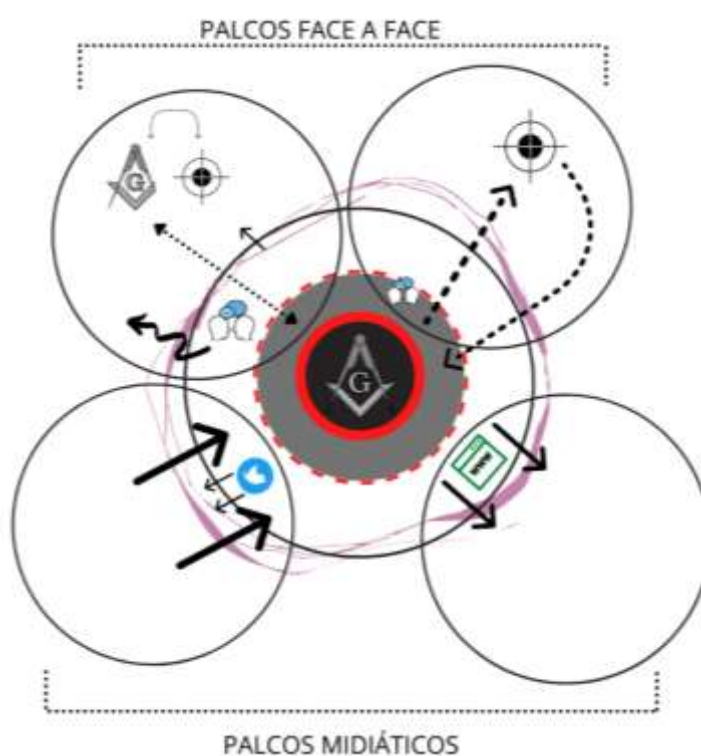
entidade". A ação discreta, desse modo, é um importante elemento de inquietação das culturas de entorno, motivando outras culturas organizacionais a seguirem seus valores e a cooperarem com seus objetivos (BALDISSERA, 2009c).

Importa destacar que, no diagrama da figura 48, há duas regiões de interface, para representar o posicionamento estratégico de agentes comunicacionais em diferentes organizações. Entre esses alvos, como foi relatado nas entrevistas, estão órgãos públicos, empresas e outras entidades. Em algumas organizações, há poucos maçons 'infiltrados', que inclusive podem estar incumbidos de realizarem a captação de novos membros. Em outras, que contam com mais iniciados 'infiltrados', há formação de (sub)redes para a consecução de objetivos organizacionais, mesmo dentro de outro sistema, que contam com o apoio de uma equipe de representação (GOFFMAN, 2002) mais aprimorada. Logicamente, nas interações no âmbito de outros sistemas, os agentes podem também cometer deslizes e deixar escapar comportamentos involuntários que podem se traduzir em 'confissões'. Mas importa ressaltar que, nesse modelo de situação comunicacional a ser definida, eleva-se a importância da dimensão da organização comunicada (BALDISSERA, 200b), sob uma outra lógica, incomum, quando pensada em relação aos imperativos de mercado da comunicação organizacional. Trata-se de uma estratégia da organização comunicada de extrema sofisticação, que demanda uma preparação complexa dos agentes que a executarão e que atinge resultados cuja mensuração é de outra ordem; arranjos, negociações, captação de informação privilegiada são exemplos de conquistas no âmbito da interação imediata (discreta), que estão no contexto da dimensão da organização comunicada, mas que geralmente não são valorizadas, muito em função das lógicas de mercado para uma comunicação oficial focada 'no setor'. Contando com um verdadeiro 'exército' de 'agentes infiltrados', a organização inverte prioridades em seu planejamento de organização comunicada e 'joga' com os sistemas de entorno, confundindo as zonas de interface. Assim, em princípio em desvantagem no regime atual de visibilidade ampliada, em virtude de sua tradição voltada à invisibilidade, a organização busca manter/construir alguma vantagem a partir dessa manobra pautada na discrição. O palco pode parecer minúsculo, escuro, difícil de ser observado, mas o espectador mal sabe que o ator pode estar bem ao seu lado.

Após apresentarmos essas tentativas de definição de situações interacionais por parte da maçonaria, vejamos, no próximo diagrama (figura 49), a representação das diferentes estratégias e operações de (in)visibilidade da maçonaria em

dispositivos interacionais heterogêneos. Nesse diagrama expomos a complexidade da gestão da (in)visibilidade que, para além da regulação do que deve estar resguardado ou liberado pelo segredo, exprime a tentativa constante de regulação das impressões dos públicos. Ao escolher entre o que será visibilizado ou invisibilizado, a organização procura guiar seus públicos a reações de acordo com o esperado/planejado. Como vimos, para cada tipo de situação comunicacional, a organização ajusta sua região de fachada a fim de montar o palco ideal (ou possível), compatível com as características do dispositivo interacional (midiático ou não), bem como tem que lidar com as expectativas da plateia – que aciona os modos de fazer disponibilizados nos dispositivos (BRAGA, 2017).

Figura 49 – diferentes estratégias de gestão da (in)visibilidade na maçonaria



Fonte: elaborado pelo autor

O regime atual de (in)visibilidade, cada vez mais atravessado por lógicas de mídia (BRAGA, 2018), desvelou ainda mais o potencial da plateia como membro ativo de qualquer espetáculo. Se Goffman (2002), em seus estudos voltados ao face a face, já evidenciava que as plateias colaboram (ou não) para a definição de situação, em dispositivos como as mídias digitais, percebemos que as plateias podem inclusive 'roubar a cena'. Nesse cenário, vemos que, em dispositivos interacionais em que há

possibilidade de 'guiar' a plateia, restringindo sua atividade e, conseqüentemente, obtendo mais controle sobre a representação, a maçonaria amplia sua área de fachada e intensifica o uso de equipamentos expressivos e artefatos de suporte em seus palcos. Por outro lado, em ambientes em que há maior potencial interativo, a organização investe em práticas defensivas a fim de proteger as impressões das chamadas presenças inoportunas (GOFFMAN, 2002), que geram efeitos diretos sobre as representações.

Entre práticas mais defensivas (recuos no *Twitter* e nas interações face a face), mais ofensivas (publicização maior nos sites oficiais), de contra-ataque (captação de interessados no site para tratamento posterior em outro ambiente) e até de infiltração velada (manifestações da rede discreta), percebemos o quão complexa é a transição entre diferentes dispositivos interacionais. As estratégias diversificadas de (in)visibilidade, acionadas de acordo com as especificidades das dimensões da comunicação organizacional, possibilitam que o sistema 'maçonaria' entre em interface com outros sistemas e, assim, aprenda e se reorganize (CAPRA, 2002). Dar a ver, dizer de si, ou mesmo ocultar/silenciar, são os modos de irritação que, sob o ponto de vista da significação, reforçam a centralidade da comunicação organizacional nas relações intersistêmicas.

Nesse sentido, pensar as dimensões da comunicação organizacional (BALDISSERA, 2009b) sob a luz da metáfora palco/bastidor de Goffman (2002) se revelou produtivo, visto que, ao observarmos os modos como a organização se manifesta em cada definição de situação, ampliamos a visão sobre os diferentes fluxos de sentidos que se conformam nas relações organizacionais. Além disso, é possível percebermos como as dimensões da organização comunicada, comunicante e falada (BALDISSERA, 2009b) se encontram nos mesmos dispositivos, demandadas por diferentes atores ou pelos mesmos atores em diferentes situações. Ao examinarmos esses palcos heterogêneos em que a comunicação organizacional se manifesta, visualizamos, a partir do objeto de estudo, os constantes processos de construção e disputa de sentidos se atualizando no acontecer (BALDISSERA, 2009a), o que reforça a importância do olhar interacionista, atento à circularidade do fenômeno comunicacional. Por esse ângulo, compreendemos, também, que qualquer regime de (in)visibilidade será construído/disputado por todos, isto é, pelos mais diversos atores em jogo, por mais que haja indivíduos ou organizações com vantagem nas arenas de visibilidade.

Através do diagrama da figura 49, reiteramos a impossibilidade de atenção apenas aos recortes, mas também às articulações e encadeamentos. Nesse sentido, enquanto a organização projeta impressões em seu palco, a plateia não apenas observa, mas também desenvolve uma representação (GOFFMAN, 2002), como verificamos especialmente na ARS. E, especificamente em relação à performance da organização, ao mesmo tempo em que estratégias estão sendo desenvolvidas em diferentes mídias/palcos, outros movimentos (planejados ou espontâneos) estão sendo realizados na ambiência face a face. Poderíamos pensar, por exemplo, que a maçonaria não apresenta ‘amadurecimento midiático’ ao observarmos apenas seu desempenho no *Twitter*. No entanto, ao verificarmos esse desempenho combinado aos movimentos feitos pela organização em outras mídias e em contextos face a face, visualizaremos possíveis articulações e encadeamentos estratégicos que podem modificar nosso julgamento inicial. Isto é, em termos de gestão da (in)visibilidade, é improdutivo não conceber os fluxos a arranjos multidirecionais que configuram a comunicação organizacional, sob o risco de perdermos a riqueza das (des/re)organizações sistêmicas que deles sucedem. Nessa perspectiva, cabe ressaltar que há outras definições de situações interacionais que não estão aqui representadas, tais como os ‘bastidores do bastidor’, isto é, os diferentes níveis de regulação informacional que são geridos dentro da própria hierarquia maçônica, que também poderiam ser pensados à luz das articulações.

Isso posto, tentemos sintetizar como a maçonaria, organização tradicionalmente marcada pelo caráter secreto, gerencia a (in)visibilidade no cenário atual. Em primeiro lugar, recuperando o que foi evidenciado nas entrevistas, entendemos que há percepção dos maçons quanto ao contexto de um regime hegemônico de visibilidade ampliada, que afeta os modos de vida organizacionais. As perturbações dos sistemas de entorno, junto das irritações intrassistêmicas provocadas por novas gerações de iniciados marcadas pela naturalização do estar conectado, do dizer de si e do dar-se a ver (BALDISSERA, 2017), ganham corpo até gerarem tensionamentos sobre os próprios pressupostos básicos da ordem. Afinal, não é nada simples, nos tempos atuais, sustentar o princípio da liberdade e negar a dimensão do conflito no âmbito organizacional, pregando apenas coesão. Tampouco defender a igualdade e, ao mesmo tempo, a superioridade do maçom em relação ao não iniciado, argumentando à sociedade que ela não seria capaz de interpretar determinadas coisas. E, ainda, é difícil admitir os arranjos invisíveis para

favorecimento próprio dos maçons, mesmo sob a justificativa da fraternidade entre irmãos, tendo em vista as relações feitas pelos públicos com o antiético e até com o ilícito. São apenas alguns exemplos de como o contexto atual se impõe sobre a principiologia maçônica de base. Voltando a uma visão mais geral, esse cenário, atravessado por tendências de midiatização profunda (HEPP; HASEBRINK, 2018), pressiona qualquer ator social na direção da visibilidade, papel social cada vez mais ascendente na solidificada sociedade da autopromoção (THOMPSON, 2008). Em meio a multidimensionalidade e infinitas conexões possibilitadas pela mediação digital, a maçonaria reflete acerca da própria sobrevivência e pensa a gestão da (in)visibilidade em relação à permanência organizacional, no sentido de continuar a existir e a exercer poder.

Nessa linha, a concepção instrumental da comunicação organizacional, presente entre os membros e evidenciada nas entrevistas, é posta em xeque pelos circuitos comunicacionais alternativos que irrompem – até pelos próprios maçons em lógicas fragmentárias (CERTEAU, 2013) desviantes – e põem a circular conteúdos digressivos sobre a ordem. A dificuldade – cada vez mais crescente – de qualquer controle ou efeito premeditado sobre a comunicação pressiona a visão gestonária tradicional, de modo que, em uma organização onde a rigidez na regulação da (in)visibilidade é fundamento central de sua comunicação, essa pressão do regime hegemônico de visibilidade ampliada é ainda maior.

Conforme constatamos, sob o risco de uma enorme perda simbólica e, segundo os próprios membros, de perder coesão, de ser ridicularizada pelos públicos e até de deixar de existir, a maçonaria precisa manter o que construiu em torno de seu segredo, mesmo em tempos de clamor por transparência e máxima exposição, em que o secreto é um papel rejeitado (DURAND, 2001) no imaginário. Como todo sistema vivo, que aprende, a organização é tensionada por inúmeras perturbações e, entre acolhidas e descartes do que lhe é imputado, se reorganiza.

Nesse sentido, e, retomando o diagrama da figura 44, que representa a lógica-base da gestão da (in)visibilidade na maçonaria, compreendemos como a organização se (re)organiza para o enfrentamento dos parâmetros do regime hegemônico de visibilidade ampliada. A depender do dispositivo interacional em que se efetiva o acoplamento intersistêmico, a organização decide se avança ou não em termos de visibilidade, oferecendo fachadas com mais ou menos elementos. Nos palcos montados em dispositivos que há maior possibilidade de controle da situação

interacional, percebemos fachadas mais amplas e abastecidas de novos artefatos, com mais intensidade nas atividades da organização comunicada (BALDISSERA, 2009b). Cabe reforçar um ponto crucial nos espaços de visibilidade explorados pela organização: o uso estratégico do segredo, que tem por finalidade (re)alimentar o imaginário acerca da organização. Nessa estratégia, em alguns momentos a organização toma o centro da cena (como nas ações de autodesmistificação, que demonstram que, para certas situações, estar 'mais' visível também pode ser uma proteção), em outros faculta a condução do espetáculo às plateias que, muitas vezes, sem mesmo notar, estão reforçando a 'aura' simbólica em torno da maçonaria.

De acordo com o que defendemos desde a construção do referencial, a regulação da (in)visibilidade é dialógica e implica decisões constantes entre o que expor e ocultar. Logo, ao dar a ver mais elementos em suas áreas de fachada, a maçonaria diminui seu espaço invisível? Se pensarmos em termos históricos, sim. O ofício (técnica) e a identidade do maçom, por exemplo, não estão mais resguardados pelo segredo. Ainda assim, o que realmente deve ser protegido na região de bastidores, que é a estrutura da organização para o exercício de poder – tratada apenas no templo maçônico –, se mantém sempre ocultado.

Mas como isso é conservado em meio às pressões do atual regime hegemônico de visibilidade ampliada? A resposta está no aspecto da discrição. Esse segundo nível de regulação informacional é a chave para a sobrevivência de um sistema social/cultural – fortemente caracterizado pela dinâmica comunicativa do segredo – nos dias de hoje. Sem a definição estratégica de uma segunda barreira informacional, que permite à organização realizar acoplamentos intersistêmicos sob lógicas não convencionais, a maçonaria correria grande risco de se ver diminuída, não apenas em quantidade de membros e de patrimônio, mas também no que se refere à influência em sociedade e, principalmente, em relação à sua própria razão de existir, tendo em vista que seu processo de legitimação institucional (BERGER; LUCKMANN, 2004) é fundamentado na posse do segredo. A discrição, dessa forma, é o aspecto que caracteriza, de forma geral, o modo de gestão da (in)visibilidade maçônica. Como um fundamento presente em todas as estratégias e operações de regulação de (in)visibilidade, a discrição revela formas sofisticadas de manifestação da organização comunicada, bem como faz emergir a complexidade que é o desempenho dos papéis sociais para o maçom, que demanda constantes entradas e saídas da vida 'sagrada' e 'profana'.

9.2 A comunicação discreta

Reservamos a última seção para explorarmos conceitualmente a questão da discrição, trabalhando-a em separado e, assim, extrapolando o objeto de pesquisa porque, embora a comunicação discreta tenha se revelado como espécie de chave para a compreensão da gestão da (in)visibilidade na maçonaria, é fato que ela também está presente, em proporções heterogêneas, em quaisquer organizações. Dessa forma, parece produtivo refletirmos acerca da comunicação discreta, à medida em que ela tangencia inúmeras relações e interfere em processos a partir de movimentos que, muitas vezes, nem percebemos. Se é possível dizer que toda relação preserva algum nível de segredo (SIMMEL, 1999), acreditamos que também podemos afirmar o mesmo sobre a discrição.

Cabe destacar que, embora não conste na ‘pesquisa da pesquisa’ (APÊNDICE A), visto que não utilizamos a ‘discrição’ como operador de busca para averiguarmos possíveis produções anteriores, realizamos uma nova procura acerca do tema e não encontramos nada que fosse muito significativo na (sub)área da comunicação organizacional, bem como na área da comunicação. Há algumas citações quanto à ‘comunicação discreta’ no âmbito do campo, porém sem qualquer preocupação conceitual. Também importa dizer que, além do estudo realizado no contexto do nosso grupo de pesquisa (GCCOP) sobre estratégias de invisibilidade e redirecionamento da visibilidade em mídias sociais (SILVA, D., 2018), mencionado anteriormente, consideramos os trabalhos de Reis (2017, 2020), acerca das lógicas de influência indireta, como relevantes em relação à temática da discrição. No contexto de estudos sobre (des)mobilização de públicos, o autor investiga estratégias e práticas de influência sobre a opinião pública, que conectam atores sociais pouco vislumbrados pela comunicação organizacional, como *think tanks*, *front groups* e institutos, a outros mais comuns à área, como agências, empresas de mídia tradicional, agentes políticos, dentre outros. Uma das questões abordadas por Reis (2020) é que as organizações que atuam por lógicas de influência indireta optam pela invisibilidade, ocultando sua autoria em planos e discursos, a fim de proteger objetivos maiores. Podemos dizer que a discrição está intimamente ligada às lógicas indiretas de influência, ao retomarmos alguns apontamentos de nossa empiria. No entanto, mesmo sendo algo que perpassa esse tema, ao mesmo tempo o transcende, visto que a discrição pode ser encontrada em inúmeros outros episódios e articulações comunicacionais. Nosso

interesse na comunicação discreta, pelo ângulo de entrada da gestão da (in)visibilidade, implica quaisquer movimentos realizados no âmbito da comunicação organizacional, pela necessidade de estabelecimento de outras regulações informacionais para além do segredo, independentemente das motivações.

Nesse sentido, procuramos aqui refletir sobre as características da comunicação discreta, que podem ser identificadas em diferentes situações comunicacionais e entre os mais diversos atores. Não obstante, cabe destacar que nosso foco é o acionamento da discrição na comunicação organizacional. Para isso, discorreremos sobre os fundamentos e estratégias que tipificam o comportamento discreto das organizações em seus processos de gestão da (in)visibilidade.

Começemos pelos fundamentos. O primeiro deles é o próprio **olhar crítico para as noções de imagem e (in)visibilidade**. Optar pelo comportamento comunicacional discreto pressupõe que a organização assume que sua imagem extrapola a dimensão físico-visível e da imagem-linguagem, de modo que outros elementos, referentes ao simbólico e, nos dias de hoje, também relativos aos rastros digitais, constituirão base para os atos judicativos dos públicos que, por sua vez, interferem na construção de sua imagem-conceito (BALDISSERA, 2008). Nessa perspectiva, na medida em que os estudos e as relações organizacionais evoluem, entendimentos próximos se desenvolvem, dado que há cada vez mais preocupação com as percepções e devolutivas dos públicos, com as informações que ficam vulneráveis no plano midiático, isto é, com os riscos que a valoração negativa da organização (ou de aspectos dela) pode produzir em termos de imagem-conceito.

Ocorre que, nas organizações que adotam a discrição, também é necessário o olhar crítico para a (in)visibilidade. A reboque dessa noção ampliada de imagem, a organização tem possibilidade de se desprender dos imperativos de conduta da sociedade da autopromoção (THOMPSON, 2008), que pressiona constantemente pela máxima visibilidade, empurrando lógicas de circulação de mercado que buscam sempre a (tentativa de) capitalização da imagem-conceito. Uma analítica mais complexa sobre a (in)visibilidade permite que a organização pondere os riscos da visibilidade exponencial (especialmente nas mídias), assim como os possíveis benefícios do poder invisível para a consecução de objetivos.

Para isso, é preciso admitir visibilidade e invisibilidade como par dialógico, momentos constantes de decisões estratégicas para determinadas situações-problema comunicacionais. Por esse ângulo, o segredo, tomado como regulador

desse processo de escolha, é tratado de forma não depreciativa, mas como viabilizador interacional (SIMMEL, 1999), pois separa e organiza acessos e conteúdos. Nesse contexto, a discrição se coloca como um outro nível de informação regulada, uma espécie de segunda barreira, mais penetrável que o segredo. Afinal, o comportamento discreto já se dá no plano visível, existindo justamente como uma primeira proteção ao segredo. Por se manifestar em um espaço (reduzido ao máximo) de visibilidade, mas ao mesmo tempo seguindo lógicas que vêm da esfera da invisibilidade, isto é, ao optar por uma dimensão sem necessariamente desconsiderar a outra, a discrição pressupõe esse olhar crítico para a imagem e para a (in)visibilidade.

Na esteira desse primeiro fundamento, em especial no que diz respeito aos diferentes níveis de regulação de (in)visibilidade que podem se apresentar em uma organização, nos encaminhamos às **limitações explícitas para cada dispositivo interacional**. Aqui cabe ressaltar que, embora em nossas esquematizações da seção anterior haja ‘apenas’ uma linha que represente o que está protegido pelo secreto e pelo discreto, reafirmamos que as organizações, a todo momento, ‘jogam’ com esses limites, a depender das situações comunicacionais que vivenciam. Essa flexibilização pode ocorrer no âmbito ‘interno’, por exemplo, quando há informações que não podem ou não precisam ser disponibilizadas a quaisquer membros por razões hierárquicas, como observamos de forma bem evidente em organizações militares. E também ocorre nas relações intersistêmicas, quando há, por exemplo, a ocultação ou a preservação de níveis de opacidade sobre alguma técnica que conceda vantagem competitiva a determinada organização em relação a outra.

Como dissemos, tais escolhas são feitas a todo momento. Lembremos quando uma equipe de futebol ‘esconde’ sua escalação até minutos antes do início de um jogo. A opção pelo segredo é temporária, bem como sua revelação é iminente. E, seguindo essa lógica, o mesmo ocorre com a discrição. Enquanto essa mesma equipe está mantendo seus treinos fechados à imprensa (segredo), a equipe adversária pode estar com os treinos abertos, em horários reduzidos, de modo que apenas sejam observados alguns movimentos específicos, sem a revelação dos ‘segredos’ táticos. Esse segundo comportamento é discreto, lançado como estratégia para gerar a ilusão de que tudo está à vista e, então, surpreender, visto que se manteve a proteção do conteúdo mais importante. Importa dizer que as linhas reguladoras da discrição também serão flexibilizadas de acordo com os interesses momentâneos da

organização, assim como os conteúdos resguardados pelas organizações serão diferenciados.

Isso posto, chegamos à questão das limitações comunicacionais definidas para cada dispositivo interacional. Com essa afirmação não queremos nos aproximar das noções de efeitos premeditados ou de controle sobre o fenômeno comunicacional. Até porque, se uma organização se utiliza da discricção, é porque ela tem a consciência da impossibilidade de qualquer controle absoluto. No entanto, seria equivocado afirmar que as organizações não realizam tentativas de algum controle sobre suas projeções, ou teríamos que descartar a concretude de todo um mercado que se apoia nisso. À vista disso, cientes da indeterminação do ato comunicacional, mas buscando alguma vantagem sobre os públicos nas disputas de sentidos – em relação à imagem-conceito, a posições de mercado, à concentração de poder (econômico, político, simbólico) – as organizações jogam com as linhas reguladoras de (in)visibilidade, a fim de proteger suas impressões.

Para isso, é necessário limitar o que pode ser dado a ver ou dito de si em cada dispositivo interacional. E aqui não nos referimos às possibilidades oferecidas pelos diferentes dispositivos. Essas, mesmo que estudadas, também não serão controladas em virtude da atuação das plateias. E, já que não é possível garantir exatidão na impressão projetada, o foco do controle se dá na atuação do ator. Isto é, o comportamento discreto é alvo de intensa coerção, visto que várias ações possíveis – dentro dos dispositivos – são descartadas ou limitadas. Nas mídias, por exemplo, observamos nos empíricos que a organização pode limitar-se a uma atuação transmissiva, sem conceder espaço a (ainda mais) indeterminações oriundas da interatividade instantânea. Além disso, a organização pode reprimir uma série de conteúdos com potencial de divulgação, bem como “direcionar a visibilidade e tornar algo invisível no âmbito digital” (SILVA, D., 2018, p. 9), a depender das características de cada mídia. Da mesma forma, nas interações face a face, além da coibição sobre o que dizer ou mostrar, há ainda mais controle sobre com quem interagir.

Dessa maneira, diferentemente das organizações que atuam com foco na visibilidade ampliada e, por isso, exploram ao máximo o potencial de circulação dos dispositivos e, conseqüentemente, também são mais afetadas pelos modos de fazer socialmente (re)elaborados (BRAGA, 2017), nos sistemas que realizam acoplamentos discretos, há maior rigor na escolha dos dispositivos em que serão possibilitadas

interfaces, bem como uma série de controles sobre o que será permitido aos atores em suas representações.

Essa dinâmica coercitiva nos encaminha ao terceiro fundamento de base da discricção, a ***importância da dimensão institucional***. Dar-se a ver de forma discreta, para fins estratégicos, precisa se tornar um hábito entre os membros, um fundamento estável para dar sequência aos objetivos organizacionais. Dessa forma, perante a infinitude de possibilidades oferecidas pelos dispositivos do regime hegemônico de visibilidade ampliada, a ação habitual se faz necessária para mitigar esses tensionamentos que emergem a cada tentativa de definição de situação. A tipificação de ações habituais discretas precisa ser compartilhada no âmbito organizacional, tornando-se acessível aos atores aptos à ocupação dos palcos. As tipificações então amadurecem, se estabilizam e ditam os rumos das atividades das equipes de representação. Com o tempo, os próprios indivíduos são tipificados e seguem, até mesmo de forma involuntária, os padrões de conduta discreta constantemente institucionalizados.

Vimos anteriormente a importância da construção duradoura desses padrões de conduta. O hábito requer historicidade e controle (BERGER; LUCKMANN, 2004) e, por isso, a organização desenvolve modos de (re)transmissão do saber institucional a fim de cristalizar os hábitos – nesse caso, de discricção – e, nesse contexto, estão os mecanismos coercitivos. Aqui não nos referimos somente a punições, mas a quaisquer ações ou padrões de orientação rígida para a conduta discreta, que acabam por barrar comportamentos desviantes. Pensemos em uma negociação para a tentativa de fechamento de um contrato importante em que o representante de uma das empresas deixa escapar algumas vantagens que sua organização obterá com o negócio. Isso pode causar uma reviravolta na negociação e implicar, não necessariamente sua demissão, mas a perda de comissões que estavam ajustadas para a confirmação inicial do negócio.

Dito isso, ressaltamos a importância da função pedagógica institucional, que busca a renovação das tipificações, de modo que os indivíduos, muitas vezes, as seguem sem mesmo as compreenderem de fato. Na maçonaria, por exemplo, vimos como a linguagem simbólica se evidencia como dispositivo pedagógico fundamental, tanto na transmissão e estabilidade do saber institucional quanto para a colocação em prática dos hábitos de discricção, como nos gestos peculiares de identificação entre

membros, manifestados na esfera do visível – de forma discreta – e percebidos por poucos.

O processo de institucionalização do comportamento discreto constitui parte destacada do aspecto normalizante do (re)tecer cultural nas organizações que adotam esse tipo de conduta. A tipificação do agir discreto na maçonaria é um dos padrões impregnados no *imprinting* (MORIN, 2005) sofrido pelos seus membros. É uma espécie de selo cultural, que macula os indivíduos e, enraizado e compartilhado como estruturas significativas de grande hierarquia, é levado adiante para a definição de situações interacionais, de forma pouco negociável.

É fato que, em toda organização, há um trabalho de comunicação organizacional para ‘fazer ser’, que contém aspectos institucionais e culturais. Normas, tabus, padrões, orientações, modelos, uma série de forças coercitivas que vão de encontro ao potencial desviante e inventivo dos sujeitos. Algo comum a qualquer sistema social, lógica que é parte do contínuo processo de organização-desorganização. Ocorre que, para que uma organização afirme uma estratégia de visibilidade calcada na discrição, se faz necessária maior intensidade no processo institucional, a fim de fortalecer esse hábito, resultando em um indivíduo tipificado, que agirá da forma esperada. Nesse sentido, tendo em vista o contexto de baixa visibilidade que é sempre procurado por tais organizações, há uma primazia do domínio tácito sobre a circulação explícita (BALDISSERA, 2021, informação verbal)²² das lógicas de discrição. Como amostra disso, constatamos – através das entrevistas – que na maçonaria há uma ausência de políticas de comunicação explícitas aos iniciados, a fim de guiar suas condutas. No entanto, percebemos que, mesmo desconhecendo planos, projetos ou estratégias macro de comunicação oriundas da alta cúpula, há um domínio tácito da conduta ideal acerca da (in)visibilidade – de orientação rígida para discrição e repleta de autocensura –, absorvido através de outras referências, que alcançam os indivíduos pelas trilhas do processo institucional.

Elencados esses três fundamentos que caracterizam a noção de comunicação discreta que concebemos, discorreremos sobre algumas das estratégias de comunicação discreta acionadas no contexto da gestão da (in)visibilidade. Mesmo reveladas a partir da análise do material empírico, cada uma das regulações ou

²² Notas de orientação: a noção de uma primazia do domínio tácito sobre o que circula de forma explícita emergiu das discussões orientador-orientando acerca dos resultados obtidos das análises realizadas.

direções da (in)visibilidade que abordaremos pode ser visualizada em diferentes tipos de organizações, para fins diversos.

Se buscarmos nos dicionários, veremos que a palavra ‘discrição’ tem a ver com ‘modéstia’, com ‘reserva’, com algo ‘sem excessos’, com o ‘que não chama atenção’. Esses termos reforçam o que defendemos até então, que a discrição procura estar próxima da invisibilidade. E, nessa lógica, entendemos que a estratégia de base do comportamento discreto é evitar qualquer visibilidade desnecessária. Assim, se há situações interacionais em que não será possível optar por estar invisível, os sistemas necessitam acionar outras estratégias a fim de manter a dinâmica discreta. São esses outros movimentos que iremos explorar agora.

Estímulo a outros protagonistas: essa estratégia parte do princípio de que aquele que busca comunicar-se de forma discreta não deseja ocupar o centro da cena, ao contrário, quer se afastar das zonas iluminadas de palco. No entanto, há momentos em que ausentar-se do palco não é uma opção e, para tais situações, é preciso realizar arranjos para que a atuação em coadjuvância seja suficiente e, se possível, satisfatória à plateia. Assim, quando a invisibilidade não é possível, a organização pode ceder os espaços mais nobres do palco para a atuação de outros possíveis protagonistas, de modo que sua presença em cena seja ofuscada, visto que as atenções estão voltadas para o outro ator.

Para que essa estratégia se efetive, são necessários dois movimentos combinados: afastar-se do centro da cena para que outro ator ocupe esse espaço e, em complemento, articular para que essa representação ganhe notoriedade da plateia, que assim poderá ‘esquecer’ momentaneamente a organização que deseja discrição. Observamos a primeira parte da estratégia ser realizada pela maçonaria nos palcos do *Twitter*, quando a organização, mesmo presente em cena, abstém-se de participar das redes constituídas em torno do assunto ‘maçonaria’, deixando a trama ser desenrolada por outros atores. Com isso, um enredo desviante se desenvolve, não planejado nem dirigido pela organização. Todavia, mesmo haja alguns sentidos (em tese) prejudiciais construídos acerca da maçonaria, os atores individuais não a pressionam por visibilidade e interatividade. Ainda assim, em nossos empíricos, não diagnosticamos arranjos por parte da organização para alimentar essa circulação de conteúdo, o que seria a segunda fase (combinada) da estratégia.

A execução ‘completa’ da estratégia de estímulo a outros protagonistas pode ser verificada na atuação de outras organizações, como em negociações de aquisição

ou fusão de empresas em que os atores principais são fundos de investimento que, geralmente, alcançam visibilidade muito menor em comparação às companhias envolvidas na negociação. Outro exemplo pode ser verificado na tentativa de “desequilíbrio de um concorrente”, apontada por Silva, D. (2018, p. 147), quando há o “desvio de enfoque para possíveis situações ‘negativas’ de um concorrente, de modo que a visibilidade seja (re)direcionada a essa organização”. E, ainda, podemos perceber esse movimento nas lógicas de influência indireta, evidenciadas por Reis (2017) no *modus operandi* dos *think tanks* ideológicos.

São casos em que, cientes dos proveitos que o protagonismo outorgado (a outros atores) pode lhes dar, as organizações dão suporte a essas representações, em regime de parceria (REIS, 2017) ou não (SILVA, D., 2018). Dessa forma, em complemento à cedência do protagonismo, há o seu impulsionamento.

Produção da sensação de ser modesta e/ou impotente nas realizações: há ocasiões em que o próprio acontecimento não permite um distanciamento considerável do centro da cena. Nesses casos, a organização precisa passar uma sensação de despreziosidade às plateias. E isso pode ocorrer por duas motivações principais.

Em circunstâncias em que a organização cultiva a discrição e o segredo como espécies de valores que são (auto)reforçados nas tentativas de ganhos para sua imagem-conceito, como no caso da maçonaria, a visibilidade exponencial fica injustificada tendo em vista o alto risco de quebra da harmonia entre o discurso organizacional e suas ações, o que pode resultar em atos judicativos prejudiciais por parte dos públicos. Nesse sentido, mesmo em atividades que carregam alto potencial de associação simbólica proveitosa, como nas ações de benemerência, a organização mantém a postura de discrição para não ser julgada na direção da vaidade, do aproveitamento indevido da causa, da preocupação exclusiva com o reconhecimento em detrimento à atividade-fim. Os feitos são expostos, mas sob uma roupagem de modéstia/humildade.

Por outro lado, há cenários em que as organizações, mesmo as que não costumam adotar posturas voltadas à discrição, necessitam estabelecer níveis reduzidos de visibilidade a fim de amenizar/diminuir atos que não podem ser invisibilizados. Pensemos, por exemplo, em engendramentos políticos como as votações em que, muitas vezes, bancadas de partidos ou mesmo atores políticos individuais precisam apoiar votações que fogem aos seus interesses iniciais e,

principalmente, ao que esperam seus eleitores. Muitas vezes existe a posição declarada de um partido que impossibilita o segredo de um voto e, por isso, se faz necessário o comportamento discreto, que procura reforçar um sentido de impotência em relação ao ato realizado, visando o maior distanciamento possível – mesmo que temporário – do centro da cena (do acontecimento).

Convites a espaços de antessala: se compreendemos que um dos fundamentos da comunicação discreta são as limitações explícitas para cada dispositivo, naturalmente os espaços de interação são sempre estrategicamente escolhidos. Isto é, palcos são minuciosamente preparados, em lugares que concedam certa vantagem à organização, para que haja o maior controle possível sobre o nível de visibilidade permitido. Pensemos, por exemplo, em uma fonte que deseja manter ao máximo seu anonimato a um jornalista, mas que necessita um encontro presencial. Provavelmente ela vai optar por um local extremamente reservado, mas que não revele qualquer elemento que denuncie sua identidade.

Mas há alguns espaços, ainda mais específicos, selecionados pelas organizações discretas nas situações em que elas desejam que determinados públicos se aproximem do seu sistema. Tratam-se de interfaces em que o ‘forasteiro’ chega mais próximo da passagem aos bastidores, todavia não a realiza. Vimos um exemplo nos movimentos feitos pela maçonaria para atrair candidatos de valor à iniciação, em que estes são chamados para sessões especiais ou são recebidos para reuniões específicas de seleção, já no ambiente maçônico. Nesses episódios interacionais, um palco praticamente exclusivo é montado, onde a plateia – muito restrita – recebe a máxima atenção, e condução. Esse palco especial, que tem por função encantar essa plateia distinta, funciona como uma espécie de antessala, que filtra uma possível passagem futura aos bastidores.

As antessalas são comuns às organizações que costumam desejar a invisibilidade pela necessidade de busca por perfis (adequados a esse tipo de conduta) para a renovação dos seus quadros. Nessa linha, as antessalas são utilizadas em ritos de iniciação dos mais diversos. Momentos em que os escolhidos são analisados por uma última vez, pré-ambientados ao contexto que podem vir a compartilhar, para que se decida sobre sua entrada ou não nos bastidores. O que menos importa é o espaço físico propriamente dito das antessalas, mas as informações que são disponibilizadas nesse ambiente – lembrando da concepção

ampla de (in)visibilidade – que, mesmo não estando sob a proteção do segredo, não são ostensivas a qualquer público.

Infiltrações e camuflagens: esses dois movimentos tendem a ser realizados de forma combinada, pois desse modo potencializam os objetivos para os quais foram determinados. A infiltração ocorre quando o agente organizacional assume uma posição em outro(s) sistema(s) para atingir interesses determinados pela organização. E a camuflagem acontece quando essa infiltração necessita ser o mais próximo possível do segredo.

Dos relatos obtidos pelos maçons foi possível compreender a sofisticada dinâmica de infiltração que a organização se utiliza para ocupar espaços estratégicos em outros sistemas. Dispostos nas mais diversas organizações, alguns maçons realizam infiltrações totalmente veladas, ao passo que outros não necessariamente omitem sua iniciação. De qualquer forma, seu agir discreto implica camuflagens, na medida em que esses agentes não habitam tais sistemas na qualidade de maçons, procurando dar conta abertamente dos objetivos da ordem. Os agentes seguem suas ‘vidas profanas’, inseridos nos contextos dessas outras organizações e, camuflados, buscam cumprir o que a maçonaria espera deles em ‘campo’. Entre esses objetivos, podemos citar a garimpagem de novos candidatos à iniciação, a passagem indireta dos valores da ordem aos indivíduos ‘profanos’, bem como a colaboração para com possíveis demandas estimuladas pelas relações de ajuda mútua entre irmãos.

Contemplamos infiltrações a todo momento nas relações organizacionais, em sua maioria camufladas. Pensemos no esporte, quando ‘olheiros’ adentram nas instalações de outras equipes para observar treinos, geralmente misturados a torcedores ou jornalistas. Ou no marketing, quando as empresas enviam funcionários para experimentarem produtos ou serviços da concorrência, na qualidade de consumidores, a fim de analisarem a concorrência no ponto de venda. E, ainda, nos maiores expoentes desse tipo de estratégia, os serviços de inteligência de agências e forças policiais/militares, esses já muito mais próximos da invisibilidade. Importa dizer que, em alguns dos cenários, as infiltrações e camuflagens ocorrem no âmbito das plateias, como o olheiro na arquibancada e o espião/consumidor no ponto de venda, que tomam lugares em plateias das quais não pertencem. Mas há contextos, como no caso dos maçons e dos agentes de inteligência, que os indivíduos assumem papéis de atores em outros palcos, o que confere ainda mais complexidade à comunicação discreta, posto que o indivíduo necessita constantemente realizar trocas de papéis.

(Re)Valorização do face a face: a presencialidade sempre foi importante para a manutenção do segredo e da discrição nas relações interpessoais e intersistêmicas. Combinado à escolha do espaço mais adequado, o contato face a face garante maior proteção ao conteúdo que deve ser resguardado. Em tempos de um regime hegemônico de visibilidade ampliada, em que a sociedade privilegia as lógicas de mídia – especialmente digitais – (BRAGA, 2018), a interação face a face ganha contornos ainda mais importantes para a execução da comunicação discreta.

À medida em que a visibilidade midiática é um dos valores mais procurados na contemporaneidade, naturalmente as lógicas dos dispositivos interacionais midiáticos buscarão sempre o fomento da máxima visibilidade, com poucas exceções. Indivíduos e organizações até podem realizar tentativas de mobilizações voltadas à discrição, como a navegação anônima e a criação de perfis em aplicativos ou redes sociais com menos informações expostas. Apesar disso, a dataficação (HEPP, HASEBRINK, 2018), uma das grandes características da midiatização profunda, oferece poucas garantias quanto à proteção dos rastros digitais.

Dessa forma, conscientes das vulnerabilidades midiáticas no que diz respeito à imagem-conceito, a posições de mercado, à concentração de poder (econômico, político, simbólico), dentre outros fatores, as organizações que buscam discrição precisam retomar o olhar para a importância das interações face a face, que serão fatais para a consecução de seus objetivos. Arranjos, negociações, tentativas de influências e muitas outras operações serão executadas de forma ‘segura’ apenas quando em dispositivos interacionais engendrados por lógicas de comunicação face a face. Isso porque a organização, quando se comunica de forma discreta e não secreta, precisa se mostrar, mesmo que minimamente. Seja entre membros que necessitam se comunicar dentro de um sistema no qual estão infiltrados, seja em uma aproximação com públicos de interesses nas antessalas ou em espaços neutros seguros, as restrições da interação face a face – cenário de tempo-espaço comum que limita o fluxo à bidirecionalidade (THOMPSON, 2018) – conferem maior robustez à linha da discrição previamente demarcada. Processos de negociação, de interesses dos mais variados, costumam acionar a dinâmica face a face quando entram em um estágio de troca de informações sensíveis para o seu fechamento. Afinal, detalhes de uma negociação que devem permanecer sob a linha da discrição correm muito mais risco de exposição quando vulneráveis à digitalização e dataficação. No âmbito interno das organizações, é comum também que orientações específicas a determinados

indivíduos sejam demandadas apenas via face a face, ‘correndo por fora’ das determinações oficiais, a fim de preservar arranjos que não devem ser ostensivos à organização de forma geral, mesmo que não sejam necessariamente segredos.

Produção de impressões de abertura ao ‘externo’: essa estratégia é particular às organizações que são tradicionalmente caracterizadas pelo segredo e/ou pela discrição. No caso do nosso objeto empírico, evidenciamos como exemplo dessa estratégia a tentativa de autodesmistificação promovida pela organização em seus sites oficiais. A maçonaria propõe uma aproximação – calculadamente regulada – com a sociedade, fomentando sensações de destituição dos mistérios por trás de temas como o próprio segredo, além da ritualidade, da religião, dentre outros. No entanto, verificamos que a organização avança com muita parcimônia nesses movimentos, procurando manter ainda a aura de mistério que a envolve. Isso posto, entendemos como produção de impressões de abertura aos públicos essas iniciativas de dar a ver nebulosas – e por vezes até ilusórias – que procuram oferecer pequenas doses de elementos visíveis não comprometedores, a fim de fortalecer discursos ‘pró-abertura’ alicerçados em temáticas específicas, que procuram satisfazer os anseios dos públicos por visibilidade. Essas doses, que produzem ‘sensações’ de um movimento organizacional para abertura/visibilidade, se conseguirem saciar – mesmo que temporariamente – os públicos, cumprem a finalidade de proteger os conteúdos secretos.

Em estudo realizado anteriormente (VINHOLA, 2016), recuperamos outro exemplo de produção de impressões de abertura. Durante a operação de pacificação do Complexo da Maré, no Rio de Janeiro, entre 2014 e 2015, o Exército Brasileiro, outra organização que é tradicionalmente discreta, e que também administra assuntos restritos e, por vezes, secretos, era pressionado pelas mídias tradicionais, pelas redes sociais e pela própria população acerca da qualidade de seu serviço prestado. Sua política de comunicação para a operação jamais flertou com a alta visibilidade, convidando jornalistas para acompanharem as rotinas da base instalada na comunidade ou dos soldados em operação, por exemplo. E, também por motivos estratégicos, precisava manter níveis de segredo no que diz respeito ao planejamento da operação. Diante desse contexto, de restrição informacional acompanhado da pressão extrassistêmica, a organização se utilizou de diferentes níveis de discrição. Alguns, mais avançados em termos de visibilidade, como em ações cívico-sociais promovidas nas comunidades, em que o Exército montava um palco muito específico

para apreciação da plateia. E outros de maior restrição, como nos momentos em que a organização recebia líderes comunitários em antessalas (alocadas nas bases) para debater alguns assuntos pertinentes à operação. São exemplos de como uma organização historicamente fechada atendia minimamente um dos públicos – no caso, a população da Maré – que o pressionava por visibilidade, por meio da comunicação discreta, tentando produzir impressões de abertura (e configurando antessalas) a fim de evitar a exposição de assuntos mais delicados.

Contornos e desvios de foco: diferentemente da produção de impressões de abertura, particulares a organizações ligadas ao caráter secreto, os contornos e desvios de foco podem ser acionados por quaisquer organizações, empregados quando um conteúdo inconveniente – às vezes, de ordem secreta – vem à tona e a organização precisa o colocar em uma posição de discrição, já que a invisibilidade não é mais possível. Estratégias de contorno e desvio de foco são comumente efetuadas perante o surgimento de pautas desagradáveis aos objetivos organizacionais e, principalmente, em meio a crises ou frente à iminência de uma. Nesses casos, de forma muito rápida, as ‘organizações-alvo’ se amparam em realizações ou projetos de naturezas desviantes e intensificam sua visibilização, a fim de reduzir ao máximo as projeções e impressões oriundas do conteúdo temerário.

Em sua tese, Silva, D. (2018) apresenta uma série de exemplos de práticas que remetem aos contornos e desvios de foco, tais como a contratação de influenciadores, a compra de audiência, a infiltração de atores em discussões, a otimização em mecanismos de busca, dentre outras. Cabe ressaltar que essas práticas, ligadas à estratégia de direcionamento de visibilidade denominada “baralhamento de fatos e ênfases para incompreensão de uma situação” (SILVA, D., 2018, p. 232), estão relacionadas à atuação das organizações nas mídias digitais.

Em relação ao nosso objeto empírico, um exemplo de contorno e desvio de foco é o conteúdo que a maçonaria visibiliza em relação à fraternidade. Um dos pontos que mais intriga os ‘curiosos’ em relação ao modo de vida maçônico diz respeito à fraternidade entre irmãos, especificamente as relações de ajuda mútua, alvo de inúmeras especulações e boatos por parte dos públicos. Por se tratar de um tema delicado, que necessitaria de muita didática e, conseqüentemente, visibilidade para ser explorado, a organização o contorna e desvia o foco para a fraternidade com o ‘mundo profano’, enfatizando as ações de benemerência. Dessa forma, as iniciativas filantrópicas em conjunto a entidades beneficentes são um dos conteúdos mais

visibilizados pela ordem, ao passo que pouco observamos a respeito da temática que gera mais interesse e tem potencial até mesmo polêmico. Importa dizer que a maçonaria realiza esse tipo de contorno e desvio de foco tanto nas interações mediadas quanto face a face.

Evitar conflitos: o regime hegemônico de visibilidade ampliada, constituído por uma ambiência intermediática de produção e circulação exorbitantes, amplifica os contatos e, conseqüentemente, os embates de sentidos. Ademais, as lógicas de algumas mídias, como as redes sociais, propiciam uma tendência atual aos tensionamentos e, cada vez mais, às polarizações. Nesse contexto, mídias como redes sociais online são um verdadeiro ‘campo minado’ de possíveis conflitos para aqueles que se posicionam com mais veemência e assiduidade.

Conscientes desse cenário, especialmente no que tange ao posicionamento político, as organizações discretas procuram evitar a eclosão de conflitos que envolvam seus nomes, principalmente através da organização comunicada e, se possível, da organização comunicante (BALDISSERA, 2009b). Afinal, um embate de sentidos qualquer pode gerar tensões mais profundas e chamar a atenção de públicos variados, desencadeando as mais diversas matrizes de interpretação. Esses sentidos disputados são postos a circular e, se carregarem a imagem da organização, podem reverberar em interesses acerca de outras temáticas que a organização não pretendia dar visibilidade. Isso posto, observamos práticas, como no caso da maçonaria, de orientação aos membros a não firmarem posições políticas identificando-se como maçons, para que a organização não se envolva em quaisquer tensionamentos. Da mesma forma, os maçons são orientados a não trazerem pautas políticas para o interior das lojas, também a fim de que sejam evitados conflitos intrassistêmicos.

A questão política talvez seja o tema mais comum quando refletimos sobre as tentativas de evitar conflitos por parte das organizações que desejam estar próximas da invisibilidade. No entanto, essa estratégia de discrição também é acionada por aqueles que costumam viver sob alta visibilidade. Celebidades, por exemplo, aqui entendidas para além do indivíduo, mas como espécies de organizações por tudo que representam, muitas vezes se abstém de determinados embates de sentido a depender da temática que é ativada, pois um posicionamento ‘errado’ pode prejudicar contratos estabelecidos com empresas, ou levar a perda de fãs ou seguidores. Isto é, mesmo os que normalmente vivem sob alta visibilidade, necessitam, por vezes, da discrição.

Espelhamentos: a última estratégia que apresentamos diz respeito a movimentos realizados na direção de comparações com outras organizações, a fim de justificar seus modos de ser amparadas em uma espécie de ‘normalidade’. Ao se colocarem como iguais a outras realidades comuns aos públicos, as organizações evitam explicações sobre aspectos de seus bastidores. Geralmente, essas comparações estabelecidas não têm grande aprofundamento, tratando-se apenas de apontamentos rápidos na tentativa de estagnar os interesses por detalhamentos.

A maçonaria, por exemplo, necessita afastar a carga semântica negativa que acompanha o segredo, que é pressionado pelo ideal de transparência dos dias atuais (BOBBIO, 2015). Para isso, a organização defende que é uma personalidade jurídica assim como as demais organizações e afirma que suas sedes são visíveis e localizáveis. Dessa forma, ela se ‘justifica’ aos públicos de forma muito breve e superficial, sem dar espaço a uma possível continuidade de indagações que possa atingir seus bastidores. No mundo ‘profano’, ponderemos os artistas que fazem aproximações com seus públicos afirmando que também têm vidas ‘normais’, quando apenas revelam pequenas amostras de suas rotinas ‘assemelhadas’. As empresas cobradas por mais diversidade entre seus funcionários, que se justificam amparadas na meritocracia, mas que não expõem os meandros de seus processos seletivos. Ou mesmo as organizações públicas que, quando pressionadas a justificar sua existência e/ou performance, alegam que seguem as mais ‘modernas’ lógicas empresariais em seus processos. Todos esses são espelhamentos – quase instantâneos – que, sob uma lógica de comunicação discreta (com doses bem reguladas), procuram manter distância dos bastidores, assim como as demais estratégias que apresentamos.

Após discorrermos acerca de diferentes estratégias empregadas pelas organizações com vista à discrição, salientamos a possibilidade de seu acionamento de forma combinada, conforme objetivos pré-definidos. Do material empírico, por exemplo, evidenciamos que infiltrações em outros (sub)sistemas são realizadas para promoção de convites às antessalas, assim como contornos e desvios de foco podem compor a fuga de possíveis conflitos. Afora essas combinações, e para além do contexto da maçonaria, podemos pensar nas mais diversas associações, a depender das situações comunicacionais a serem definidas pelas organizações.

Dessarte, ao evidenciarmos e refletirmos sobre os fundamentos e estratégias que caracterizam o comportamento comunicacional discreto no âmbito das organizações, podemos compreender melhor a dinâmica desse segundo nível de

regulação de (in)visibilidade, que cumpre o papel de afastar públicos indesejados do primeiro nível, o segredo, este que mantém sob proteção o que deve estar invisível. Cabe retomar que a barreira da discrição é mais permeável, pois tem mais brechas que a barreira do segredo, de modo que muitas vezes essa porosidade é utilizada de forma estratégica, como vimos com as antessalas. Assim, quando a organização circula em zonas de discrição, logo está sob maior vulnerabilidade, dado que já se apresenta no plano visível. No entanto, importa dizer que, sob a lógica da gestão da (in)visibilidade, o princípio da discrição é o mesmo que o do segredo: regular (outros) níveis de visibilidade que a organização está disposta a oferecer, de acordo com as situações comunicacionais que lhe exigem definição constante.

Por conseguinte, ao assumirmos essa noção, que implica um olhar específico para a imagem, para a (in)visibilidade e para o segredo, nos apercebemos que o ambiente organizacional tem muito mais de discreto do que parece ou 'tenta' parecer. Ao visualizarmos as estratégias de discrição em ambientes organizacionais que flertam com a visibilidade ampliada, mesmo que isso seja menos comum se comparado aos sistemas mais fechados, nos damos conta da importância do que acontece nos (ou próximos dos) bastidores, em locais reservados estrategicamente escolhidos, o mais distante possível das luzes dos palcos. Embora o mercado da comunicação e a própria academia (na área da comunicação organizacional) se concentrem muito mais no que ocorre no espectro da visibilidade, compreensivelmente também seduzidos pelas tecnologias do imaginário (SILVA, J., 2003) que exaltam os papéis ligados à visibilidade, é fato que muito do que afeta nossas vidas, tecido no âmbito organizacional, é resultado de conchavos, acordos, transações, dentre outras muitas articulações que ocorrem entre o discreto e o secreto. Aqui, mais uma vez refletimos sobre as dimensões da comunicação organizacional (BALDISSERA, 2009b), observando a amplitude de significados e indícios para além da fala oficial, tanto nas relações inter como intrassistêmicas. Afinal, há todo um mundo de arranjos desconhecidos antes que uma campanha publicitária nos atinja e avaliemos um produto. Da mesma forma, há uma infinidade de articulações dentro de uma organização com potencial de mudar a história de um funcionário sem que ele nem perceba. Naturalmente, a apreensão dessa concretude é muito mais complicada, tendo em vista as barreiras estabelecidas pelas organizações, porém isso não significa que podemos negligenciar esses movimentos,

tão (ou até mais) cruciais quanto o que é representado com vista à projeção de impressões altamente visíveis.

10 CONSIDERAÇÕES

Finalizar uma investigação implica refletir sobre o caminho que percorremos e, principalmente, acerca dos achados que emergiram do estudo. É fato que, ao final da pesquisa, novas indagações e motivações se apresentam, porém elas são, de alguma forma, também resultado das descobertas que foram feitas. Nesse sentido, cabe recuperarmos esses achados e refletirmos sobre como eles podem contribuir para novos estudos e, de forma geral, com nossa (sub)área de conhecimento.

Vale ressaltar que a consecução dos resultados deste estudo começa pela conformação de um problema de pesquisa que se propôs a extrapolar a dimensão tautológica, no sentido de não nos prendermos apenas ao esforço dedutivo. Para isso, buscamos primeiramente constituir um objeto de estudo sem 'enquadrá-lo' precocemente em determinados referenciais, de modo que o próprio objeto indicasse os aportes que seriam necessários para explorá-lo.

Localizados na problemática que envolve a gestão da (in)visibilidade em uma organização historicamente constituída pelo segredo e, assim, delimitados quanto ao tema da pesquisa, nos vimos frente à exploração de um objeto de estudo complexo, com peculiaridades que dificultavam a aproximação do pesquisador, desde os recortes até as coletas de dados. Ademais, tratava-se de um tipo de objeto pouco explorado nas ciências humanas, assim como a temática que o perpassa, conforme indicamos na 'Pesquisa da pesquisa' (Anexo A). Dessa forma, frente às possibilidades oferecidas pelo objeto de estudo, iniciamos o processo de tomadas de decisão para este estudo singular, a fim de cumprirmos nossos objetivos de pesquisa.

Já posicionados quanto aos objetivos, procuramos entender o que o objeto solicitava em termos de padrões e protocolos para a manutenção do rigor na abordagem material (BRAGA, 2016). Optamos, então, pelo acionamento da lente do interacionismo simbólico que, por seu viés paradigmático, acaba por orientar todo o desenvolvimento da pesquisa, influenciando diretamente o olhar sobre a materialidade e, conseqüentemente, sobre os aportes requeridos como base aos procedimentos. A escolha pelo interacionismo como lente nos fez atentar para os encadeamentos interacionais e, conseqüentemente, para as articulações que se desenvolvem entre as organizações e seus públicos, de modo que ficamos 'impedidos' de fragmentar nossas análises sem contemplar o problema de pesquisa dentro de um todo do qual nossa(s) situação(es) comunicacional(is) em estudo faz(em) parte (FRANÇA, 2008).

Logicamente, foi preciso realizar recortes, porém sempre com a intenção de não perdermos de vista os contextos e possíveis atravessamentos.

Sendo assim, vale ressaltar que as mobilizações que realizamos com o objeto empírico foram pensadas no sentido de compreender da forma mais completa o contexto da maçonaria no atual regime hegemônico de visibilidade que, em virtude da tradição de segredo e discrição, seria difícil de explorar. Portanto, a fim de examinarmos o contexto macro, para analisarmos o comportamento da organização em meio aos sistemas de entorno, mas também o micro, a fim de atentarmos às rotinas e, principalmente, aos olhares dos sujeitos que compõem a organização, decidimos dividir o percurso metodológico em diferentes procedimentos que dessem conta dessas necessidades. Afinal, para compreendermos da melhor forma a gestão, no caso da (in)visibilidade, era necessário contemplar as marcas deixadas pelas ações organizacionais, mas também o que os sujeitos responsáveis por essas marcas pensam.

Isso posto, nossa primeira abordagem material foi executada com vista ao objetivo específico A (*examinar a ocorrência de pressão dos públicos sobre a maçonaria no que diz respeito à abertura e visibilidade, bem como averiguar as conexões da organização em/a partir de dispositivos interacionais por ela endossados*). Com esse objetivo, procuramos a abordagem mais geral do objeto, analisando a maçonaria como um todo no cenário nacional. Além disso, pretendíamos observar a comunicação organizacional em um ambiente de maior interatividade com os públicos. Assim, optamos pela Análise de Redes Sociais Online, realizada a partir do software *Netlytic*, que nos possibilitou observar as redes que se constituem na ambiência digital acerca do tema maçonaria, bem como a participação da organização nesse processo.

Desse olhar mais amplo sobre o objeto, obtivemos como primeiro dado relevante a rara presença da organização no dispositivo interacional-midiático em análise (*Twitter*) – afinal, nem mesmo conseguimos gerar grafos a partir de operadores ligados aos perfis oficiais da ordem. Ao final da análise, dos grafos constituídos a partir de palavras-chave como ‘maçonaria’ e ‘loja maçônica’, entendemos que não se configura uma pressão expressiva dos públicos para uma abertura da maçonaria, pois nem mesmo há intensa interação acerca do tema no *Twitter*. Por outro lado, entendemos que há uma desconsideração dos públicos quanto à participação da organização no processo de construção e disputa de sentidos (BALDISSERA, 2004)

sobre o tema 'maçonaria'. Desenvolve-se uma construção considerável paralela à organização, promovida por atores sociais individuais não iniciados que, em sua maioria, tende à valoração negativa da organização. Por sua vez, a partir da perspectiva de Baldissera (2009b) quanto às dimensões da comunicação organizacional, entendemos que a maçonaria opera de forma moderada em relação à dimensão da organização comunicada e, inclusive comunicante, estabelecendo raras zonas de conversação, o que a posiciona como coadjuvante da construção de sentidos sobre si própria, ficando à mercê do que é elaborado pela dimensão da organização falada.

Para a exploração do objetivo específico B (*examinar o que é visibilizado pela maçonaria em dispositivos interacionais por ela endossados*), decidimos fazer novo recorte, dessa vez concentrando nossa análise nas falas oficiais das chamadas potências ou obediências maçônicas, no intuito de aprofundarmos o olhar sobre o dizer de si maçônico. Sem condições de apreendermos em detalhe o que é visibilizado pela organização de forma integral, devido à dimensão da maçonaria no país, entendemos que suas células mais representativas poderiam nos fornecer dados relevantes. Optamos, então, pela Análise de Conteúdo, de viés temático, em que buscamos evidenciar os núcleos de sentidos que se destacam nos sites oficiais das 3 principais potências maçônicas do Brasil. De posse das 14 unidades de registro extraídas das unidades de contexto que definimos como base de análise (seções dos sites das potências), seguimos com sua classificação, que resultou na revelação de três (macro)estratégias de visibilidade praticadas pela dimensão da organização comunicada (BALDISSERA, 2009b): *reforço dos princípios organizacionais, autodesmistificação e valorização/coesão interna*.

Ao examinarmos as categorias constituídas, chegamos a um diagrama em que representamos a codificação de nossa análise temática. Contatamos que há uma estratégia central – reforço dos princípios organizacionais – que fundamenta e impulsiona estratégias/categorias de segunda ordem. Essas outras estratégias (autodesmistificação e valorização/coesão interna) se desenvolvem em função da relação que possuem com dois eixos (visibilidade e equilíbrio) que, por sua vez, orientam a formação de outras subcategorias (em que estão localizadas as unidades de registro ou núcleos de sentidos). A partir da representação do diagrama, podemos compreender a lógica que envolve as operações de visibilização da maçonaria em seus principais sites oficiais. Assim, do processo de codificação dos dados,

entendemos que a maçonaria avança em um movimento de dar-se a ver nesse tipo de dispositivo interacional-midiático – via estratégias evidenciadas – devido ao maior controle que as lógicas do dispositivo específico possibilitam. Diferentemente das redes sociais online, o conteúdo dos sites não pode ser contestado na mesma velocidade e, consciente disso, a organização avança, ainda que de forma bem calculada, em termos de visibilidade.

A última técnica de obtenção de dados utilizada foi a entrevista semiestruturada com membros da maçonaria, combinada à Análise de Conteúdo para interpretação dos material coletado, a fim de cumprirmos os objetivos específicos C (*verificar a existência de políticas de comunicação que orientem a maçonaria para um contexto de visibilidade ampliada*) e D (*compreender como a própria organização contempla as questões do segredo e da invisibilidade tensionadas por um regime societário de alta exposição e circulação de informações*). Para a execução dessa etapa, realizamos mais um recorte, dessa vez buscando apreender dinâmicas do interior da organização. Decidimos, como critério de seleção dos entrevistados, o pertencimento à mesma potência maçônica, no caso o GORGS, no intuito de percebermos a heterogeneidade de olhares dentro de um mesmo contexto organizacional.

A análise dos dados coletados revelou achados que podemos dividir em dois eixos. No primeiro, a partir das categorias que emergiram da análise das falas dos entrevistados (*lugar da comunicação, políticas de comunicação organizacional e preferências da organização comunicada*), entendemos que o lugar ‘ocupado’ pela comunicação na cultura organizacional maçônica é de um espaço restrito voltado à instrumentalização e, principalmente, a serviço da coesão interna. Essa noção, que parece ser uma suposição básica compartilhada (SCHEIN, 2009) entre os entrevistados, orienta crenças e/ou valores intermediários que validam as políticas de comunicação organizacional da maçonaria. Cabe destacar que a organização não conta com uma política de comunicação planejada formal e explícita, nos padrões que observamos no mercado, por exemplo. Nesse contexto, os maçons não têm ciência ou acesso a qualquer documento ou outro tipo de orientação formal acerca das estratégias de comunicação para as lojas. Por outro lado, há uma orientação rígida indireta, que revela um domínio tácito sobre um comportamento específico a ser seguido, cujas referências são encontradas pelos maçons em outros espaços, como o dia a dia das lojas ou outros documentos existentes. Essas referências orientam as preferências da organização comunicada, que estão em um nível mais fácil de ser

identificado como, por exemplo, os públicos que a organização concede mais atenção, bem como algumas de suas estratégias comunicacionais.

O segundo eixo concerne ao que nos revelam as categorias *preocupação com a continuidade organizacional*, *visões sobre o regime hegemônico de visibilidade ampliada* e *gestão da (in)visibilidade*. Entendemos que a preocupação com a continuidade organizacional, que envolve noções de interdependência sistêmica e de importância das tradições, pode ser considerada como pressuposto básico entre os entrevistados e, desse modo, valida crenças de nível intermediário, no caso as visões sobre o regime hegemônico de visibilidade ampliada. Nesse sentido, entendemos que há uma compreensão por parte dos maçons acerca das nuances do contexto atual de alta exposição e circulação de informações, bem como a consciência de algumas das afetações sobre a organização. Essas crenças, então, orientam os comportamentos dos sujeitos organizacionais, como as intenções de maior visibilidade, o uso estratégico do segredo, as práticas condenáveis e, até mesmo, as manifestações discretas da rede maçônica, que podemos classificar como parte da gestão da (in)visibilidade da organização.

Importa reforçar que o percurso metodológico procurou uma abordagem material que ampliasse e, ao mesmo tempo, esmiuçasse o olhar para esse objeto complexo. Dessa forma, realizamos movimentos em diferentes níveis, alertas a cenários heterogêneos e, assim, observamos a gestão da (in)visibilidade maçônica em dinâmicas de interação mediada online, de quase-interação mediada e de interação face a face (THOMPSON, 2018).

Dessa forma, atingidos nossos objetivos específicos e, de posse desses resultados, nos acercamos deles a fim de contemplarmos o objetivo geral da pesquisa. Logo, foi necessário pôr em contato as materialidades analisadas e respectivos resultados, em uma análise de caráter transversal. Acreditamos que essa junção de partes fragmentadas, buscando as articulações, foi primordial para a manutenção do rigor paradigmático interacionista, pois não poderíamos deixar nossos indícios desconexos, sob pena de perder a riqueza de seus encadeamentos.

Procedemos, então, com a análise final, inicialmente refletindo sobre alguns aspectos do segredo maçônico nos dias atuais, tendo em vista a centralidade da ideia de segredo para a reflexão sobre gestão da (in)visibilidade. O segredo maçônico, que atravessou o desenvolvimento histórico recebendo e liberando conteúdos (SIMMEL, 1999), hoje pouco tem a ver com a ocultação de técnicas e identidades, como em

tempos mais remotos. A invisibilidade sobre o que ‘acontece’ no templo protege, efetivamente, a estrutura da organização para o exercício de poder, de modo que o segredo maçônico está hoje ainda mais ligado ao plano simbólico. Nessa perspectiva, a barreira do segredo é envolta por uma ‘aura’ que se constituiu ao longo do tempo em torno do segredo maçônico, fomentada pela atividade imaginal do mundo ‘profano’ e estrategicamente reforçada pela organização.

Após refletirmos acerca do estatuto do segredo maçônico atualmente, recorreremos à metáfora bastidores/palco/plateia de Goffman (2002), aliada ao pensamento sistêmico e às dimensões da comunicação organizacional de Baldissera (2009b), para evidenciarmos os modos pelos quais a maçonaria gerencia a (in)visibilidade. Assim, detalhamos manobras executadas pela organização em diferentes dispositivos interacionais, a partir da compreensão de uma lógica básica que orienta toda a gestão da (in)visibilidade maçônica. Fizemos uso de diagramas representativos para expor as diversas tentativas de definição de situação promovidas pela ordem, o que nos permitiu evidenciar a complexidade da gestão da (in)visibilidade que, para além da regulação do que deve estar resguardado ou liberado pelo segredo, exprime a tentativa constante de regulação das impressões alheias. Expostos esses cenários diversos, inferimos que esses movimentos, além de encadeados, estão articulados sob uma macroestratégia comum, a discrição.

Esta é a chave para a sobrevivência de um (sub)sistema social/cultural – fortemente caracterizado pela dinâmica comunicativa do segredo – nos dias de hoje. Ao permitir que a organização realize acoplamentos intersistêmicos sob lógicas não convencionais, a discrição contribui para a proteção ao segredo maçônico e à ‘aura’ que o envolve, evitando o risco de a organização se ver diminuída ou, até mesmo, deixar de existir. Dessarte, revelando formas sofisticadas de manifestação da organização comunicada (BALDISSERA, 2009b), a discrição é o aspecto que caracteriza, de forma geral, o modo de gestão da (in)visibilidade na maçonaria.

Consideramos que a perspectiva da comunicação discreta é a contribuição mais relevante do estudo, pois ela é diretamente conformada pelos demais achados que emergiram no percurso de investigação. O primeiro desses achados são os próprios dados obtidos, de um objeto de estudo ainda não explorado em nossa (sub)área de conhecimento e que, após explorados, além de possibilitarem a consecução dos objetivos propostos e compreensão do problema de pesquisa, forneceram as pistas para que chegássemos na ideia de discrição.

Em consequência, nosso esforço tático-experimental (BRAGA, 2016), isto é, toda a movimentação empírica, indica outras possibilidades de acionamento de protocolos como forma de olhar para o objeto empírico. Afinal, realizamos um percurso singular, tendo em vista as decisões de ordem metodológica que tomamos por solicitação do objeto de pesquisa e, assim, o caminho que seguimos pode inspirar olhares para objetos e/ou casos que apresentem alguma similaridade (empírica ou teórica).

E, ainda, cabe destacar a reflexão que fizemos sobre a noção dialógica de (in)visibilidade, que confere centralidade ao segredo. Esse movimento também tensiona estratégias de conhecimento estabelecidas, nesse caso em perspectiva teórica, especialmente em virtude da escassa literatura acerca da invisibilidade. Nesse sentido, a partir da ampliação da noção de visibilidade para além do físico-visível, que contempla aspectos sensoriais diversos, planos simbólicos e, inclusive, o aspecto ligado à dataficação, buscamos a referência do princípio dialógico de Morin (2000) para, em perspectiva complexa, pensar visibilidade e invisibilidade como par dialógico, opções/decisões que se dão continuamente, ao mesmo tempo, e que não inviabilizam totalmente uma à outra. Essa noção de uma relação tensional, que tem no segredo seu elemento regulador, não é muito explorada no âmbito da pesquisa em comunicação organizacional. Assim, frente à escassez de literatura produzida sobre a invisibilidade, o ato de pôr os autores a dialogar (no contexto das temáticas da visibilidade, da midiatização e do segredo) nos impulsionou na direção de uma compreensão desviante que, para a sequência do trabalho, tornou-se basilar.

Todos esses achados culminam na reflexão sobre a comunicação discreta. Concebida, a partir da abordagem material, essa perspectiva carrega em seus fundamentos o viés complexo da (in)visibilidade e da imagem. Essa noção emerge como fecundo ângulo de entrada para a compreensão da gestão da (in)visibilidade em organizações tradicionalmente fechadas, em especial no contexto do atual regime hegemônico de visibilidade ampliada. Outrossim, sua relevância está no fato de que a comunicação discreta extrapola esse tipo de organização, pois tangencia inúmeras relações e interfere em processos dos mais diversos, sem que nem mesmo percebamos. Afinal, todo indivíduo ou organização se utiliza da comunicação discreta em algum momento, a depender da situação interacional que precisa definir.

Nesse sentido, destacamos os tensionamentos que o estudo e seus achados podem provocar nas posições assumidas pelos profissionais da comunicação.

Questões como a invisibilidade, o segredo e a discrição nem sempre recebem atenção nas rotinas impostas pelas lógicas de mercado, que muitas vezes miram a máxima visibilidade sem a devida análise crítica. Esses imperativos de conduta são pouco perturbados pela pesquisa em comunicação – e muitas vezes até reforçados –, de modo que olhares desviantes têm potência para questionarem a instrumentalização e o trefismo, muitas vezes presentes na área.

Cabe destacar, também, as próprias limitações do estudo. Além de questões mais pontuais como a escassa literatura prévia comentada anteriormente, ou as dificuldades de cronograma impostas pela pandemia do coronavírus – que repercutiram na realização das entrevistas –, temos a consciência de que são realizadas inferências que partem do singular para algum nível de generalização, o que é comum em estudos de casos específicos. Por outro lado, essa limitação impulsiona a pensar os achados na direção de outros estudos.

Por conseguinte, visualizamos possibilidades de ampliações, conexões ou novos ângulos de entrada. Estudos de caso, por exemplo, referentes a outros ambientes organizacionais que têm como tradição o segredo e a invisibilidade, podem revelar outros aspectos da comunicação discreta. Outra possibilidade seria o próprio aprofundamento dos fundamentos e/ou das estratégias que foram aqui apresentados. Ainda, poderíamos pensar em como essas lógicas de discrição, de alguma forma, perpassam as organizações que normalmente anseiam por maiores níveis de visibilidade. Enfim, uma série de possibilidades que partem dos achados aqui revelados.

Dessa forma, assumem destaque os fundamentos e estratégias/dinâmicas que tipificam a comunicação discreta, visto que esse conhecimento pode auxiliar na abordagem dos objetos na (sub)área da comunicação organizacional. Vale ressaltar que essa é uma frente de exploração que ainda é praticamente erma (comunicação em organizações que costumeiramente desejam invisibilidade) e, por isso, cresce a importância das características e descobertas acerca do fenômeno comunicacional que a perspectiva da discrição oferece para serem articuladas em novas pesquisas.

REFERÊNCIAS

ALGUMA dúvida? A Zambelli é da maçonaria, o maridão é amigo do Sergio [...]. [S.l.], 4 jul. 2020. Twitter: @ramon031217. Disponível em: <https://twitter.com/Ramonstos79/status/1279410008032268291>. Acesso em: 6 jul. 2020.

ALMEIDA, M.T.C. **A imagem das adolescentes na web**: a busca pela corporeidade espetacular. 2013. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2013.

ANDRE, H. A. **Violência fascinante em vidas tão normais**: relações de estigmatização e invisibilidade social na recepção de noticiários criminais. 2018. Tese (Doutorado em Jornalismo) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2018.

ANTI-MAÇONARIA. [S.l.], 2020. Twitter: @AntiMaconaria. Disponível em: twitter.com/AntiMaconaria. Acesso em: 9 jul. 2020.

ANTI-MAÇONARIA. **Diga alguma coisa sobre isto**. 10 mar. 2013. Facebook: Anti-Maçonaria. Disponível em: <http://pt-br.facebook.com/pages/category/Community/Anti-Maçonaria-448369888552381/>. Acesso: 30 outubro 2019.

ARRAIS, J.A. **So you think you can dance?** the dance on TV as bodymidia of the neoliberal competence. 2015. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2015.

ARENDT, H. **A condição humana**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1981.

ASSIS, M.W. **A etnografia dos pedreiros livres da Loja Cavaleiros de Salomão**. 2010. Dissertação (Mestrado em Ciências das Religiões) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2010.

AZEVEDO, C.M.M. Maçonaria: história e historiografia. **Revista USP**, São Paulo, v.32, p. 178-189, 1997.

BALDISSERA, R. A teoria da complexidade e novas perspectivas para os estudos de comunicação organizacional. In: KUNSCH, M. M. K. (org.). **Comunicação organizacional**: histórico, fundamentos e processos. Volume I. São Paulo: Saraiva, 2009a. p. 135-164.

_____. Comunicação organizacional e imagem-conceito: sobre gestão de sentidos no ambiente digital. In: RUÃO, T; NEVES, R; ZILMAR, J. (orgs.). **A comunicação organizacional e os desafios tecnológicos**: estudos sobre a influência tecnológica nos processos de comunicação nas organizações. Minho: CS Edições, 2017. p. 1-17.

_____. Comunicação organizacional na perspectiva da complexidade. **Organicom**, São Paulo, v.6, n.10-11, p.115-120, 2009b.

_____. Comunicação, organizações e comunidade: disputas e interdependências no (re)tecer as culturas. *In*: Congresso ABRAPCORP, 2009, São Paulo. **Anais do ABRAPCORP**, São Paulo, 2009c.

_____. **Domínio tácito e circulação explícita**. Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2021. Notas de orientação.

_____. **Imagem-conceito**: anterior à comunicação, um lugar de significação. 2004. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.

_____. Significação e comunicação na construção da imagem-conceito. **Revista Fronteiras**: estudos midiáticos, São Leopoldo, v.10, n.3, p.193-200, 2008.

BALDISSERA, R; SARTOR, B. A noção de interesse público e a perspectiva da comunicação. *In*: ROSÁRIO, N.M; SILVA, A.R. (orgs.). **Pesquisa, informação, comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2016. p. 325-346.

BAÇAN, L.P. **Aspectos da Maçonaria**. Londrina: LPB Edições, 1999.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BARROS, A.T.P. Raízes dos estudos do imaginário: teóricos, noções, métodos. *In*: ARAÚJO, D; CONTRERA, M. (orgs.). **Teorias da imagem e do imaginário**. São Paulo: Compós, 2014. p. 50-78.

BELLO, C.D. **Subjetividade e tele-existência na era da comunicação virtual**: o hiperespetáculo da dissolução do sujeito nas redes sociais de relacionamento. 2013. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2013.

BENJAMIN, W. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. *In*: ROUANET, S. (org.). **Magia e técnica, arte e política**: obras escolhidas. São Paulo: Brasiliense, 1985.

BERGER, P.L; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 2004.

BLUMER, H. A natureza do interacionismo simbólico. *In*: MORTENSEN, C. (org.). **Teoria da comunicação**: textos básicos. São Paulo: Mosaico, 1980. p. 119-138.

BOBBIO, N. **Democracia e segredo**. São Paulo: Editora Unesp, 2015.

BOURDIEU, P. **A economia das trocas linguísticas**: o que falar quer dizer. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

_____. **Coisas ditas**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

BONITO, M.A. **Processos da comunicação digital deficiente e invisível: mediações, usos e apropriações dos conteúdos digitais pelas pessoas com deficiência visual no Brasil**. 2015. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2015.

BOZI, A.L.T. **A biopolítica da fome na contemporaneidade: a invisibilidade da vida nua dos famintose a valorização do animal laborans nas narrativas da revista Veja**. 2013. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2013.

BOYD, D. Social network sites as networked publics: affordances, dynamics and implications. *In*: PAPACHARISSI, Z. (ed.). **A networked self: identity, community and culture on social network sites**. New York: Routledge, 2010. p. 39-58.

BRAGA, J.L. Dispositivos interacionais. *In*: BRAGA, J. L. et al. (orgs.). **Matrizes interacionais: a comunicação constrói a sociedade**. Campina Grande: EDUEPB, 2017. p. 17-42.

_____. Instituições e midiatização: um olhar comunicacional. *In*: FERREIRA, J. et al. (orgs). **Entre o que se diz e o que se pensa: onde está a midiatização?** Santa Maria: FACOS-UFMS, 2018.

_____. O que a comunicação transforma? *In*: BRAGA, J. L. et al. (orgs). **Dez perguntas para a produção de conhecimento em comunicação**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2013. P. 156-172.

_____. O que é comunicação? **Líbero**, São Paulo, v.19, n.38, p. 15-20, 2016.

BRUNO, F. Máquinas de ver, modos de ser: visibilidade e subjetividade nas novas tecnologias de informação e comunicação. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n.24, p. 110-124, 2004.

BURT, R. **Structure holes: the social structure of competition**. Cambridge: Harvard University Press, 1992.

CAPRA, F. **As conexões ocultas: ciência para uma vida sustentável**. São Paulo: Cultrix, 2002.

CARVALHO, W.A. Pequena história da maçonaria no Brasil. **Revista de estudos históricos de la masonería latinoamericana y caribeña**, San José, v.2, n.1, p. 30-58, 2010.

CASSIRER, E. **A filosofia das formas simbólicas: a linguagem**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano: 1. Artes de fazer**. Petrópolis: Vozes, 2013.

CONFEDERAÇÃO DA MAÇONARIA SIMBÓLICA DO BRASIL. **Evasão maçônica: causas e consequências**. Brasília: 2019b. Disponível em: <https://cmsb.org.br/palavras-secretario/>. Acesso em: 20 out. 2020.

_____. **Não apenas um homem**: um maçom. Brasília: 2019a. Disponível em: <https://cmsb.org.br/nao- apenas-um-homem-um-macom/>. Acesso em: 20 out. 2020.

_____. **Home**. Brasília: 2020. Disponível em: <https://cmsb.org.br>. Acesso em: 20 out. 2020.

CONFEDERAÇÃO MAÇÔNICA DO BRASIL. **Carta de João Pessoa**. Brasília: 2017. Disponível em: <https://comab.org.br/noticias/visualizar/100>. Acesso em: 25 out. 2020.

_____. **Manifesto ao povo e ao parlamento brasileiro**. Brasília: 2016. Disponível em: <https://comab.org.br/noticias/visualizar/106>. Acesso em: 25 out. 2020.

_____. **Nota conjunta**. Brasília: 2020a. Disponível em: <https://comab.org.br/inicio>. Acesso em: 25 out. 2020.

_____. **O que é maçonaria**. Brasília: 2020b. Disponível em: <https://comab.org.br/institucional/maconaria>. Acesso em: 25 out. 2020.

CONSIDERANDO fatos históricos que confirmam o relacionamento entre a maçonaria e o presbiterianismo no Brasil, algumas coisas ainda não ficaram muito claras. [S./], 6 jul. 2020. Twitter: @10_5_6_5. Disponível em: https://twitter.com/10_5_6_5/status/1280206769965367298. Acesso em: 6 jul. 2020.

COSTA, L.M.F. A maçonaria operativa e especulativa: uma discussão em torno das origens da ordem. **Revista Ciência e Maçonaria**, Brasília, v.2, n.1, p. 65-72, 2014.

COULDRY, N; HEPP, A. **The mediated construction of reality**. Cambridge: Polity Press, 2017.

CURVELLO, J.J. A; SCROFERNEKER, C.M.A. A comunicação e as organizações como sistemas complexos: uma análise a partir das perspectivas de Niklas Luhmann e Edgar Morin. **E-Compós**, Brasília, v.11, n.3, p. 1-16, 2008.

DELEUZE, G. Post-scriptum sobre as sociedades de controle. **Conversações**, Rio de Janeiro, v.34, p. 219-226, 1992.

DE SOUZA, V.G.P. **Imagens vencedoras**: fotojornalismo nos processos de produção de realidades e invisibilidades midiáticas. 2016. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Paulista, São Paulo, 2016.

DESPRET, V. Leitura etnopsicológica do segredo. **Fractal**: Revista de Psicologia, v.23, n.11, p. 5-28, 2011.

DUARTE, J. Entrevista em profundidade. *In*: DUARTE, J; BARROS, A. (orgs.). **Métodos e técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 62-82.

DURAND, G. **O imaginário**: ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem. Rio de Janeiro: DIFEL, 2001.

_____. **As estruturas antropológicas do imaginário**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

FERNANDES, D.A. **Mulher, mulata e migrante: modalidades representativas de uma tripla alteridade em jornais da Europa**. 2015. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

FINOTTI, M.S. **Infovigilância e controle: violência invisível na cibercultura**. 2018. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2018.

FORÇOSO me é reconhecer que a maçonaria deu aos pregadores [...]. [S./], 4 jul. 2020. Twitter: @10_5_6_5. Disponível em: https://twitter.com/10_5_6_5. Acesso em: 6 jul. 2020.

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 1996.

_____. **Vigiar e punir**. Petrópolis: Vozes, 1987.

FONSECA, R. **Governo Bolsonaro já repassou mais de um bilhão [...]**. [S./], 2 jul. 2020. Twitter: @fonseca_ricardo. Disponível em: https://twitter.com/fonseca_ricardo. Acesso em: 9 jul. 2020.

FONTANA, D. **Deram uma quartelada decidida em loja maçônica**. [S./], 15 nov, 2020. Twitter: @diogofontana. Disponível em: <https://twitter.com/diogofontana1>. Acesso em: 9 jul. 2020.

FRANÇA, V. Comunicação e cultura: relações reflexivas em segundo grau. *In*: MARCHIORI, M. (org.). **Comunicação em interface com cultura**. São Bernardo do Campo: Difusão Editora; Rio de Janeiro: Editora SENAC, 2013. p. 89-99.

_____. Interações comunicativas: a matriz conceitual de G.H. Mead. *In*: PRIMO, A. et al. (orgs). **Comunicação e interações**. Porto Alegre: Sulina, 2008. p. 71-91.

FRANÇA, V; SIMÕES, P. G. **Curso básico de teorias da comunicação**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2016.

GARCEZ, H. D. A mulher, a maçonaria e os direitos fundamentais. **Revista Ciência e Maçonaria**, Brasília, v.1, n.1, p. 51-64, 2013.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GOES, J.C. **O jornalismo e a experiência do invisível: identidades, lusofonias e colonialidades no Brasil**. 2017. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2017.

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 2002.

GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar**: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais. Rio de Janeiro: Editora Record, 2007.

GOMES, R.A.L. **A liberdade de expressão e o direito humano à comunicação na América Latina**: a garantia formal e as suas contradições. 2015. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2015.

GRANDE ORIENTE DO BRASIL. **Maçonaria**. Brasília: 2020a. Disponível em: <https://www.gob.org.br/o-que-e-a-maconaria/>. Acesso em: 30 out. 2020.

_____. **Notícias**. Brasília: 2020b. Disponível em: <https://www.gob.org.br/noticias/>. Acesso em: 30 out. 2020.

_____. **Sobre a Frafem**. Brasília: 2020c. Disponível em: <https://www.gob.org.br/sobre-a-fracem/>. Acesso em: 30 out. 2020.

_____. **Sobre a APJ**. Brasília: 2020d. Disponível em: <https://www.gob.org.br/sobre-a-apj/>. Acesso em: 30 out. 2020.

_____. **Como se tornar maçom**. Brasília: 2020d. Disponível em: <https://www.gob.org.br/como-se-tornar-macom/>. Acesso em: 30 out. 2020.

GRANDE ORIENTE DO RIO GRANDE DO SUL. **Maçonaria**. Porto Alegre: 2020a. Disponível em: <https://gorgs.org.br/site/maconaria/#1626868207680-05eac2c8-0211/>. Acesso em: 20 mai. 2020.

GRANDE ORIENTE DO RIO GRANDE DO SUL. **História do GORGS**. Porto Alegre: 2020b. Disponível em: <https://gorgs.org.br/site/institucional/>. Acesso em: 20 mai. 2020.

HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

HENRIQUES, M.S. A comunicação e a condição pública dos processos de mobilização social. **Revista Ação Midiática – Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura**, Curitiba, v.2, n.1, p. 1-12, 2012.

HEPP, A; HASEBRINK, U. Researching transforming communications in times of deep mediatization: a figurational approach. *In*: HEPP, A; BREITER, A; HASEBRINK, U. (orgs.). **Communicative figurations**: transforming communications in times of deep mediatization. Bremen: Palgrave MacMillan, 2018.

JOAS, H. Interacionismo Simbólico. *In*: GIDDENS, A; TURNER, J. (orgs.). **Teoria social hoje**. São Paulo: Editora Unesp, 1999. p. 127-174.

JOVCHELOVITCH, S. **Representações sociais e esfera pública**: a construção simbólica dos espaços públicos no Brasil. Petrópolis: Vozes, 2000.

LIMA, G.B.F. **Getty Images**: montagem, controle e construção criativa a partir de banco de dados audiovisual. 2020. Tese (Doutorado em Comunicação) – Pontifícia

Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2020.

LOBO, C.C. **Lugar de mulher**: uma cartografia da construção discursiva da liberdade nas revistas femininas. 2015. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2015.

LOJA maçônica do PSDB? Kkkk. [S./], 8 jul. 2020. Twitter: @Tim_Duck2. Disponível em: <https://twitter.com/TimDuck2>. Acesso em: 9 jul. 2020.

MACHADO, P.F.M. **Imagens que Restam**: a tomada, a busca dos arquivos, o documentário e a elaboração de memórias da ditadura militar brasileira. 2016. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

MAÇONARIA MISTA UNIVERSAL. **Quer ser maçom?** 27 abr. 2016. Facebook: Maçonaria Mista Universal – Brasil. Disponível em: <http://pt-br.facebook.com/MMUBR>. Acesso: 30 outubro 2019.

MAÇONARIA, tudo em casa! [S./], 4 jul. 2020. Twitter: @Cristin62613615. Disponível em: <https://twitter.com/Cristin92613615/status/1279453591149981697>. Acesso em: 6 jul. 2020.

MALDONADO, S.C. Breve incursão pela sociologia do segredo. **Revista Política e Trabalho**, João Pessoa, n.15, p. 217-220, 1999.

MANSUR NETO, E. **O que você precisa saber sobre Maçonaria**. São Paulo: Ieditora, 2002.

MARTINS, F.G. **Compreender as questões morais, culturais e ideológicas que afetam a qualidade do ensino e da educação é um pré-requisito básico [...]**. [S./], 4 jul. 2020. Twitter: @filgmartin. Disponível em: <https://twitter.com/filgmartin/status/1279250062930055169>. Acesso em: 6 jul. 2020.

MEAD, G.H. **Espiritu, persona y sociedade**: desde el punto de vista del conductismo social. Barcelona: Paidós, 1982.

MESSIAS, F.T; VOLPATO, A. N. Paradoxo da visibilidade na comunicação de movimentos sociais: análise do Levante Popular da Juventude. *In*: Congresso ABRAPCORP, 2019, São Paulo. **Anais do ABRAPCORP**, São Paulo, 2019.

MONTEIRO, R.C; ISMAIL, K. Ensino maçônico a distância: evolução e desafios. **Revista Ciência e Maçonaria**, Brasília, v.6, n.1, p. 65-70, 2019.

MORAIS, C.T; ISMAIL, K. Motivação e evasão no trabalho voluntário: um estudo de caso na Grande Loja Maçônica do Distrito Federal. **Revista Ciência e Maçonaria**, Brasília, v.4, n.1, p. 99-112, 2017.

MORIN, E. **Meus demônios**. Rio de Janeiro: Bertrand do Brasil, 2000.

_____. **O método 4**. Porto Alegre: Sulina, 2005.

MOTA, D; LANNES, D.R.C. Em loja! A centralidade das representações sociais na maçonaria: estudo de caso em uma loja maçônica. **Revista Ciência e Maçonaria**, Brasília, v.5, n.1, p. 13-24, 2018.

NÃO sou antisemita, Lol. Sou antisionista. [S./], 5 jul. 2020. Twitter: @JustAJohnDoe1. Disponível em: <https://twitter.com/JustAJohnDoe1>. Acesso em: 6 jul. 2020.

OLIVEIRA, I.L. Espaços dialógicos e relacionais nas organizações e sua natureza ético-política. *In*: KUNSCH, M. M. K. (org.). **Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectivas**. Volume 2. São Paulo: Saraiva, 2009.

ORIGEM e desenvolvimento da maçonaria no Brasil – Parte IV. [S./], 4 jul. 2020. Twitter: @10_5_6_5. Disponível em: https://twitter.com/10_5_6_5/status/1279446997657890817. Acesso em: 6 jul, 2020.

RAMALHO, J.R. O caldeirão da maçonaria: explorações sobre o esoterismo e o exoterismo maçônico. **Paralellus**, Recife, v.7, n.14, p. 185-206, 2016.

RECUERO, R. **Introdução à análise de redes sociais online**. Salvador: Edufba, 2017.

REIS, D. Organizações privadas e lógicas indiretas de influência sobre a opinião pública: problemática e desafios para pesquisa. *In*: FARIAS, L.A; LEMOS, E; REBECHI, C.N. (orgs.). **Opinião pública, comunicação e organizações: convergências e perspectivas contemporâneas**. São Paulo: Abrapcorp, 2020. p. 32-51.

_____. **Relações públicas, ciência e opinião: lógicas de influência na produção de (in)certezas**. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2017.

RESENDE, A.A. **Do invisível ao visível: em busca de imagens da lesbianidade**. 2015. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2015.

RODRIGUES, A.D. Experiência, modernidade e campo dos media. *In*: SANTANA, R. N. M. (org.). **Reflexões sobre o mundo contemporâneo**. Rio de Janeiro: Revan, 2000.

_____. O que são, afinal, os media? **Revista Brasileira de História da Mídia**, São Paulo, v.8, n.1, p. 25-37, 2019.

ROSA, A. P. Imagens em espiral: da circulação à aderência da sombra. **Matrizes**, São Paulo, v. 12, n. 2, p.155-177, 2019.

ROSA, F.M; CHEVITARESE, L. Vigilância e relações de poder nas redes sociais: questões éticas na sociedade contemporânea. **Organicom**, São Paulo, v.14, n.27, p. 59-69, 2017.

RUIZ, C.B. **Os paradoxos do imaginário**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2003.

SANTOS, C.G.X.R. **Cartografia do afeto**: as imagens/símbolos no Centro de São Paulo. 2020. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2020.

SCHEIN, E.H. **Cultura organizacional e liderança**. São Paulo: Atlas, 2009.

SCHVARSTEIN, L. **Psicología social de las organizaciones**: nuevos aportes. Buenos Aires: Paidós, 2002.

SIERRA CABALLERO, F. Función y sentido de la entrevista cualitativa en investigación social. *In*: GALINDO CÁCERES, L. J. (coord.). **Técnicas De investigación en sociedade, cultura y comunicación**. Ciudad de Mexico: Pearson Educación, 1998. p. 277-346.

SIMMEL, G. A sociologia do segredo e das sociedades secretas. **Revista de Ciências Humanas**, Florianópolis, v.43, n.1, p. 219-242, 2009.

_____. O segredo. **Revista Política e Trabalho**, João Pessoa, n.15, p. 221-226, 1999.

SILVA, D. W. **Comunicação organizacional e as estratégias de invisibilidade e de redução/direcionamento da visibilidade nas mídias sociais**. 2018. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018.

_____. Comunicação organizacional e estratégias de direcionamento da visibilidade nas mídias sociais. *In*: Congresso ABRAPCORP, 2019, São Paulo. **Anais do ABRAPCORP**, São Paulo, 2019.

SILVA, D.W; BALDISSERA, R. Comunicação organizacional e estratégias de invisibilidade e de redução/direcionamento da visibilidade nas mídias sociais. **Organicom**, São Paulo, v.16, n.31, p. 16-26, 2019.

_____. Comunicação organizacional e gestão da (in)visibilidade nas mídias sociais. *In*: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2018, Joinville. **Anais do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Joinville, 2018.

SILVA, J.M. **As tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

SOUZA, F.J.O. Organização, preceitos e elementos da cultura maçônica: fundamentos para introdução aos estudos da maçonaria. **Revista de estudios históricos de la masonería latinoamericana y caribeña**, San José, v.4, n.1, p. 122-140, 2012.

SODRÉ, M. Do segredo ao público/privado. *In*: CASTRO, P.C. (org.). **Dicotomia público/privado**: estamos no caminho certo? Maceió: EDUFAL, 2015. p. 13-24.

_____. Entre a instituição e a organização. *In*: FERREIRA, J. et al. (orgs). **Entre o que se diz e o que se pensa: onde está a midiatização?** Santa Maria: FACOS-UFMS, 2018.

SUPERINTERESSANTE. 2009. São Paulo: Editora Abril, n. 272, dez. 2009.

THOMPSON, J.B. A interação mediada na era digital. **Matrizes**, v.12, n. 3, p.17-44, 2018.

_____. A nova visibilidade. **Matrizes**, São Paulo, v.1, n.3, p.15-38, 2008.

TONELLO, C. **Eu já li aqui no Twitter que o Bolsonaro meio que foi obrigado [...]**. [S./], 4 jul. 2020. Twitter: @TonelloCarolina. Disponível em: <https://twitter.com/TonelloCarolina/status/1279866861660844035>. Acesso em: 6 jul. 2020.

MÚNERA URIBE, P. **La idea de organización**: una concepción amplia para una acción efectiva. Medellín: Comunicación, 2007.

VALLE, I.R. A obra do sociólogo Pierre Bourdieu: uma irradiação incontestável. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v.33, n.1, jan./abr. 2007. p. 117-134.

VÃO entregar o nosso país para a maçonaria e judaísmo. [S./], 5 jul. 2020. Twitter: @Joo Paul10771249. Disponível em: <https://twitter.com/JooPaul10771249/status/1279724372345880577>. Acesso em: 6 jul. 2020.

VERÓN, E. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. **Matrizes**, São Paulo, v.8, n.1, p. 13-19, 2014.

VIEIRA, A.B. **Primeira página**: do grito no papel ao silêncio no jornalismo em rede. 2017. Tese (Doutorado em Comunicação) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

VINHOLA, B.G. **Entre a disputa e a coprodução**: heterogeneidades e transversalidades da circulação imagética midiatizada. 2016. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2016.

APÊNDICE A – A PESQUISA DA PESQUISA

Conforme indicamos na introdução, nossa contribuição para com o conhecimento de ordem comunicacional seguiu uma trilha inusitada, distante das vertentes mais comuns que partem do princípio da obrigação organizacional de comunicar/visibilizar. Sendo assim, inseridos no contexto da pesquisa em comunicação organizacional, nos deparamos com uma lacuna na produção científica no que diz respeito à gestão da (in)visibilidade por parte de organizações historicamente destacadas pelo segredo e pelo desejo de invisibilizar.

A fim de ratificarmos esse ‘vazio’ teórico, realizamos uma busca sobre possíveis trabalhos que, no mínimo, se aproximassem dessa temática. Procedemos então a um levantamento nas bases de dados que apontamos na introdução: o Banco de Teses e Dissertações da CAPES, a Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Organicom), os anais da Divisão Temática 3 (Relações Públicas e Comunicação Organizacional) do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom) e os anais do Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação organizacional e Relações Públicas (Abrapcorp). A verificação no Banco de Teses e Dissertações da CAPES não foi limitada a um determinado período. Para periódicos e anais de congressos, optamos por recortar a busca nos últimos cinco anos.

Começamos com o Banco de Teses e Dissertações da CAPES. Como recorte, na tentativa de contemplar da melhor maneira a proximidade temática, sempre optamos por refinar a busca – de acordo com as possibilidades desse banco de dados em específico – limitando-a às Ciências Sociais Aplicadas como “Grande Área do Conhecimento”, à Comunicação como “Área do Conhecimento” e à Comunicação/Ciência da Informação como “Área de Avaliação”. Como dissemos, não há limitação temporal para a busca, bem como não há refinamento em relação a nome de programa, instituição ou autor/orientador.

Realizamos um primeiro movimento, tanto em relação às dissertações quanto às teses, buscando termos combinados com a comunicação organizacional. As combinações procuradas nos títulos, assuntos e resumos das teses foram “comunicação organizacional e maçonaria”, “comunicação organizacional e segredo”, “comunicação organizacional e invisibilidade”, “segredo na comunicação

organizacional” e “invisibilidade na comunicação organizacional”. Em todas essas buscas por combinações, não obtivemos resultados.

Dessa forma, seguimos com operadores individuais de busca, sem relações com o termo “comunicação organizacional”. Nesse segundo movimento, nos concentramos apenas nas teses, por se tratarem dos trabalhos mais relevantes e com maior potencial para novas contribuições. Sob refinamento idêntico ao anterior (ciências sociais aplicadas – comunicação – ciências da informação/ comunicação), pesquisamos primeiramente a partir dos termos “maçonaria”, “segredo” e “secreto”. Para os três operadores, não obtivemos resultados. Realizamos então tentativas com os operadores “invisibilidade” e “invisível”. Dessas buscas, encontramos 18 resultados.

Do universo pesquisado, sete trabalhos estão ligados ao (sub)campo do jornalismo. Nesse contexto, há um recorte que limita a discussão à invisibilidade midiática. Desse grupo de trabalhos, um fator preponderante é uma interpretação da invisibilidade e do invisível (midiáticos) como algo de valor essencialmente negativo. Ou seja, não há tensionamentos acerca do valor da invisibilidade que é pautada nos estudos. Podemos dividir esse grupo de trabalhos relacionados ao jornalismo entre os que se dedicam à discussão da invisibilidade de grupos ou questões sociais, como as teses “Violência fascinante em vidas tão normais” (ANDRE, 2018), “A biopolítica da fome na contemporaneidade: a invisibilidade da vida nua dos famintos e a valorização do animal laborans nas narrativas da revista *Veja*” (BOZI, 2013), “Lugar de mulher: uma cartografia da construção discursiva da liberdade nas revistas femininas” (LOBO, 2015) e “Guerreiras ou meninas: análise das representações das atletas olímpicas na cobertura da ‘Rio 2016’ pelo jornal *O Globo* – Rio” e “Mulher, mulata e migrante: modalidades representativas de uma tripla alteridade em jornais da Europa” (FERNANDES, 2015), e os que se concentram em críticas das práticas e rumos do jornalismo, como as teses “Imagens vencedoras: fotojornalismo nos processos de produção de realidades e invisibilidades midiáticas” (DE SOUZA, 2016), “Primeira página: do grito no papel ao silêncio do jornalismo em rede” (VIEIRA, 2017) e “O jornalismo e a experiência do invisível: identidades, lusofonias e colonialidade no Brasil” (GOES, 2017). Esse último estudo citado inicia um desvio em relação ao movimento de naturalização da invisibilidade como algo essencialmente negativo, ao propor uma reflexão sobre o que está além do que foi aceito socialmente (por meio do regime de produção jornalística) para estar visível, isto é, sobre o invisível que não foi

aprovado pelos critérios de noticiabilidade. O autor, ao defender que o invisível também faz parte do nosso espaço de experiência (e sustenta o que ‘mereceu’ estar visível nas superfícies jornalísticas), potencializa uma discussão sobre a importância do que não ocupa o centro da cena midiática, o que tem certa relação com o que discutimos na tese.

Três trabalhos do universo de análise têm ligação com produções midiáticas televisas ou do cinema. Assim como a maior parte dos estudos jornalísticos, o acionamento da temática da invisibilidade também se aproxima da naturalização de seu valor negativo. A tese “So you think you can dance? The dance on TV as bodymedia of the neoliberal competence”, de Arrais (2015), versa sobre a invisibilidade dos corpos que não se encaixam nas lógicas e gramáticas da produção midiática televisiva. Bem próxima a esse eixo temático, a tese “Do invisível ao visível: em busca de imagens da lesbianidade”, de Resende (2015), discute a tradição do que é (in)visibilizado acerca da lesbianidade na ficção. Percebemos que ambos os trabalhos, assim como alguns dos estudos jornalísticos, têm relação com grupos deixados à margem da circulação intermediária por práticas de invisibilização. Já a tese “Imagens que restam: a tomada, a busca dos arquivos, o documentário e a elaboração de memórias da ditadura militar brasileira” (MACHADO, 2016) discorre sobre imagens cinematográficas que sobreviveram a décadas de tentativas de invisibilização e que, na possibilidade de serem trazidas à tona, têm potência para recuperar experiências do regime militar brasileiro também invisibilizadas e, conseqüentemente, até então negligenciadas.

Outros quatro trabalhos podem ser destacados por irem de encontro à questão da naturalização do valor negativo da invisibilidade. Também sob o eixo temático da (in)visibilidade midiática, esses estudos não apresentam recortes em relação a mídias ou modos de produção específicos, como os exemplos anteriores. A discussão que perpassa as teses “A imagem das adolescente na web: a busca pela corporeidade espetacular” (ALMEIDA, 2013), “Subjetividade e tele-existência na era da comunicação virtual: o hiperespetáculo da dissolução do sujeito nas redes sociais de relacionamento” (BELLO, 2013), “Infovigilância e controle: violência invisível na cibercultura” (FINOTTI, 2018) e “Getty Images: montagem, controle e construção criativa a partir de banco de dados audiovisual” (LIMA, 2020) é a crítica ao excesso de visibilidade experienciado na sociedade atual. Respectivamente, elas abordam a extra-visibilidade das fotografias em redes sociais, a saturação informacional e de

visibilidade em relação a uma existência que só teria sentido se presente na instância cibermidiática, a violência invisível das mídias que nos vigiam constantemente e os protocolos de controle midiático existentes na publicidade. Ou seja, parte do que estamos refletindo, desde a introdução, sobre as características do regime societário hegemônico de visibilidade, o que reforça o argumento anterior de que esse tipo de discussão já não é, por si só, algo novo.

Dois trabalhos tangenciam a questão da invisibilidade por óticas bem específicas e que não se agrupam aos demais citados. A tese de Gomes (2015), “A liberdade de expressão e o direito humano à comunicação na América Latina: a garantia formal e suas contradições” propõe uma reflexão acerca da invisibilidade e silenciamento do direito à comunicação nos discursos, o que revela práticas de invisibilidade em meio às garantias técnicas e jurídicas. Já o estudo de Bonito (2015), “Processo de comunicação digital deficiente e invisível: mediações, usos e apropriações dos conteúdos digitais pelas pessoas com deficiência visual no Brasil”, ao problematizar a questão dos usuários de produtos midiáticos com deficiência visual, projeta uma reflexão sobre a própria noção de visibilidade midiática, ao apresentar outros processos comunicativos que podem se fazer presentes nesses usos e apropriações.

O trabalho de Santos (2020) cabe ser destacado por ser um dos únicos que se propõe a refletir sobre a relação entre visibilidade e invisibilidade. Sua tese, “Cartografia do afeto: as imagens/símbolos no Centro de São Paulo”, propõe um estudo sobre como o poder simbólico fomenta a visibilidade ou invisibilidade nos espaços urbanos.

Fechamos nosso levantamento no Banco de Teses e Dissertações da CAPES com o estudo que mais se aproxima do nosso problema de pesquisa. Trata-se da tese “Comunicação organizacional e estratégias de invisibilidade e redução/direcionamento da visibilidade nas mídias sociais”, defendida por Silva, D. (2018). Em sua pesquisa, que também segue o recorte temático da (in)visibilidade midiática, o autor questiona a visibilidade como único desejo das organizações nos ambientes online, em especial as mídias sociais. A partir de um vasto levantamento empírico, ele comprova que as estratégias de invisibilidade são também caminhos adotados pelas organizações, seja em situações de crise ou frente a possibilidades de crescimento de movimentos midiáticos contrários aos seus interesses. O resultado é sintetizado em um mapa dessas estratégias de invisibilidade ou

redução/direcionamento da visibilidade adotadas pelas organizações. Ao mesmo tempo que indica e descreve as estratégias, o autor propõe uma reflexão crítica sobre tais caminhos em relação às noções de interesse público e ética.

Destacamos individualmente a tese de Silva, D. (2018) por duas razões. A primeira, pelo fato de ser o trabalho encontrado de maior aproximação temática com a nossa proposta, tendo em vista o reconhecimento da invisibilidade (ou redução/direcionamento da visibilidade) como algo que não é necessariamente prejudicial a todas as organizações, mas como importante fator estratégico comunicacional. O segundo motivo está ligado ao trabalho ser desenvolvido no contexto do Grupo de Pesquisa em Comunicação Organizacional, Cultura e Relações de Poder (GCCOP), do qual também fazemos parte. O estudo de Silva, D. (2018) está conectado às discussões e produções do GCCOP que procuram refletir acerca das temáticas de imagem-conceito (BALDISSERA, 2004) e visibilidade. Para o caso da presente pesquisa, nossa intenção foi dar continuidade às contribuições sob o eixo temático da (in)visibilidade organizacional. No entanto, procuramos nossa especificidade a partir de um olhar para os processos comunicacionais (não limitados às mídias sociais) em/de organizações historicamente fechadas, na tentativa de avançarmos na própria reflexão teórica sobre (in)visibilidade e sobre seus processos de gestão nesses ambientes peculiares.

Seguimos a coleta com as produções em periódicos e anais de eventos de referência na (sub)área da comunicação organizacional. Em relação aos artigos científicos, obtivemos apenas dois resultados na revisão dos últimos cinco anos (2016-2020) de edições do periódico *Organicom*, principal publicação nacional ligada à (sub)área de comunicação organizacional. Sem filtros prévios de palavras-chave, observamos títulos e resumos de todos os trabalhos publicados no período e encontramos, no Volume 14, nº 17, o artigo “Vigilância e relações de poder nas redes sociais: questões éticas na sociedade contemporânea”, de Rosa, F. e Chevitarese (2017), com alguma ligação à nossa temática, ainda que de forma indireta. Tal artigo tem maior conexão com o grupo de teses que indicamos anteriormente, que versam sobre dilemas que envolvem o regime hegemônico de (in)visibilidade, questões que abordamos a título de referencial teórico. Com relação direta à temática da invisibilidade, obtivemos um resultado nesse levantamento, no Volume 26, nº 31. Trata-se do artigo “Comunicação organizacional e estratégias de invisibilidade e de redução/direcionamento da visibilidade nas mídias sociais”, de autoria de Silva, D. e

Baldissera (2019), que se refere à tese que referenciamos anteriormente, por ocasião da pesquisa no Banco de Teses da CAPES.

Passamos aos trabalhos publicados em anais de eventos. Da mesma forma, para o levantamento do Congresso da Abrapcorp e da Divisão Temática 3 (Relações Públicas e Comunicação Organizacional) do Congresso Intercom, observamos os estudos publicados nos últimos cinco anos (2016-2020), sem aplicação de filtros prévios de pesquisa, mas analisando títulos e resumos.

No caso do Abrapcorp, registramos dois resultados em nossa busca, ambos da edição de 2019 e, inclusive, presentes no mesmo Grupo de Trabalho (GT 4: Relações Públicas, política e sociedade). O primeiro é um artigo de Silva, D. (2019), que novamente tem relação direta com a tese do autor, da qual tratamos anteriormente. Nesse trabalho, ele não aborda as questões de invisibilidade, pois foca na apresentação das estratégias de direcionamento como recorte. Também no GT 4 consta o artigo “Paradoxo da visibilidade na comunicação de movimentos sociais: análise do Levante Popular da Juventude” (MESSIAS; VOLPATO, 2019). A questão proposta pelas autoras é se, no contexto dos movimentos sociais, a comunicação centrada na visibilidade não pode ser um obstáculo em vez de contribuição. Mesmo sem tratar de organizações fechadas em específico, mas das afetações da visibilidade midiática sobre organização e mobilização em movimentos sociais, o trabalho merece ser destacado em virtude da problematização que propõe no que diz respeito à naturalização e obrigatoriedade da necessidade de estar visível.

E, no levantamento realizado nos anais do Intercom (2016-2020), sob o recorte da Divisão Temática 3, encontramos apenas um trabalho que se aproxima da nossa proposta. Mais uma vez, um artigo de Silva, D. e Baldissera (2018): “Comunicação organizacional e gestão da (in)visibilidade nas mídias sociais”. Os autores dão sequência aos estudos desenvolvidos na tese, dessa vez focando em como as dinâmicas das mídias sociais podem afetar a noção de visibilidade e invisibilidade no âmbito das organizações.

Após esse levantamento de larga abrangência, nos certificamos que as bases de nossa reflexão não estão sendo exploradas no cenário da pesquisa em comunicação organizacional. Há poucos trabalhos que se aproximam de nossa temática, menos ainda que se articulam de forma mais direta. Sob critérios mais rigorosos, percebemos que apenas os estudos de Silva, D. (2018, 2019) têm maior ligação com o que trabalhamos na tese, o que é natural, tendo em vista que tais

reflexões circulam e se encontram em um mesmo ambiente de pesquisa. Ainda assim, defendemos que há uma especificidade em nossa tese que não foi saturada no empreendimento anterior. Dessa forma, o 'vazio' teórico diagnosticado em relação à problemática da (in)visibilidade organizacional colaborou para legitimar a justificativa da realização da pesquisa, uma vez que comprova sua potência teórica para contribuir com a (sub)área da comunicação organizacional.

APÊNDICE B – NÚCLEOS DE SENTIDOS DO SITE DO GOB

Quadro 3 – Unidades de contexto e registro encontradas no site do GOB

UN CONTEXTO	NÚCLEOS DE SENTIDOS	EXEMPLOS
HOME	promoção de eventos organizacionais, principalmente direcionados aos públicos internos	"Maçonaria brasileira e mexicana vivenciam noite histórica"
	aperfeiçoamento moral e intelectual	"a tradição da maçonaria na defesa da ética e da moralidade"
	captação de novos membros	"como se tornar maçom"
	fraternidade maçônica	"irmão ajudando irmão"
SOBRE O GOB	histórico da organização (valorização de personagens históricos e da relevância da organização nos acontecimentos sociopolíticos nacionais)	"quando a república foi implantada, ali estava um maçom a liderar as tropas do Exército com seu prestígio: Marechal Deodoro da Fonseca"
	valorização da dimensão da organização	"Com aproximadamente 2.000 Lojas, cerca de 61.500 obreiros ativos (31.12.1999), [...] o Grande Oriente do Brasil é, hoje, a maior Obediência Maçônica do mundo latino"
	gestão	"iso9001 - política da qualidade"
	aperfeiçoamento moral e intelectual	"aperfeiçoamento do caráter dos membros"
	líderes organizacionais	"Grão-Mestre Geral Soberano Irmão Múcio Bonifácio Guimarães"
MAÇONARIA	religião	"a Maçonaria abriga em seu seio homens de qualquer religião, desde que acreditem em um só Criador"
	aperfeiçoamento moral e intelectual	"melhoramento intelectual, moral e social"
	igualdade/diversidade	"sem distinção de nacionalidade, sexo, religião ou raça"
	histórico da organização (valorização de personagens históricos e da relevância da organização nos acontecimentos sociopolíticos nacionais)	"Os libertadores da América foram todos maçons"
	segredo	"O único segredo que existe e não se conhece senão por meio do ingresso na instituição, são os meios para se reconhecer os maçons entre si, em qualquer parte do mundo e o modo de interpretar seus símbolos e os ensinamentos neles contidos"
	progressismo	"nem reconhece outro limite nessa busca senão o da razão com base na ciência"
	requisitos para iniciação	"Crer na existência de um princípio Criador; ser homem livre e de bons costumes; ser consciente de seus deveres para com a Pátria"
rito	"se reúnem os maçons periodicamente para praticar as cerimônias ritualísticas que lhes são permitidas".	

	captação de novos membros	"O que se obtêm sendo Maçom? A possibilidade de aperfeiçoar-se, de instruir-se, de disciplinar-se, de conviver com pessoas que, por suas palavras, por suas obras, podem constituir-se em exemplos"
COMUNICAÇÃO	promoção de eventos organizacionais, principalmente direcionados aos públicos internos	"Loja 20 de Agosto faz convite para Comemoração de Aniversário 18 e 19 de Agosto"
	fraternidade maçônica	"Com Aconchego e Ajuda aos Menos Favorecidos Somos Mais Felizes!"
	aperfeiçoamento moral e intelectual	"Núcleo Alfa Cotinguiba se Destaca com Suas Ações Através de Concurso Literário"
APJ	igualdade/diversidade	"se diferenciando das demais por aceitarem nesta "Ação" jovens de ambos os sexos"
	aperfeiçoamento moral e intelectual	"Os jovens que se agremiam aos Núcleos possuem o comum objetivo de melhorar as suas atitudes e os seus comportamentos ante à sociedade"
	captação de novos membros	"É papel da maçonaria uma instituição respeitada no mundo inteiro proteger a juventude e preparar uma reserva moral para o futuro"
FRAFEM	igualdade/diversidade	"A presença da mulher na Loja Maçônica [...] a torna mais alegre, mais pacífica e com mais integração;
	fraternidade maçônica	"A presença da mulher na Loja Maçônica fortalece a Fraternidade e conscientiza os Maçons"
	religião	"seu papel na educação, na união e na ambiência cristã"
COMO SE TORNAR MAÇOM	requisitos para iniciação	"é verificado em sindicância se dispõe de ganhos pecuniários que permitam cumprir os compromissos maçônicos"
	segredo	"Ao contrário do 'folclore' que alimenta a crença de muita gente, a Maçonaria não é uma sociedade secreta e exerce suas atividades extensivamente, sob o pálio da legitimidade de sua natureza e da legalidade de seus atos e fatos administrativos, fiscais e tributários"
	aperfeiçoamento moral e intelectual	"estar apto a apreender conhecimentos litúrgicos e filosóficos"
	fraternidade maçônica	"implantar sistematicamente na sociedade humana uma efetiva fraternidade entre os homens"
	igualdade/diversidade	"A admissão à Maçonaria é restrita a pessoas adultas sem limitações quanto à raça, credo e nacionalidade, desde que gozem de reputação ilibada e que sejam homens íntegros"
	religião	"crer em Deus, acima de tudo"
	captação de novos membros	"clique no botão 'Manifestação de interesse' logo abaixo e preencha seus dados"

Fonte: elaborado pelo autor

APÊNDICE C – NÚCLEOS DE SENTIDOS DO SITE DA COMAB

Quadro 4 – Unidades de contexto e registro encontradas no site da COMAB

UC	NÚCLEOS DE SENTIDOS	EXEMPLOS
HOME	promoção de eventos organizacionais, principalmente direcionados aos públicos internos	"edital de convocação de assembleia geral ordinária"
	política	"percebendo a intensa repercussão nacional dos movimentos sociais e políticos, pertinentes a "mobilização" popular, marcada para o dia 15 de março de 2020, orientam a todos os Irmãos a adotarem cautela frente às diversas intenções e reivindicações do evento"
	líderes organizacionais	"discurso de posse da gestão 2019-2020"
	liberdade	"Somos uma instituição cuja liberdade é uma das suas tríades "
INSTITUCIONAL	fraternidade maçônica (solidariedade mútua entre irmãos)	"A Maçonaria é uma organização fraternal que tem como princípio básico o amor fraterno, a prática da caridade"
	aperfeiçoamento moral e intelectual	"o que reforça o seu próprio desenvolvimento pessoal e moral"
	requisitos para iniciação	"A Maçonaria escolhe homens de bem e faz deles ainda melhores [...] É preciso que o candidato seja indicado por um Mestre Maçom e tenha a sua iniciação aprovada pela Loja"
	política	"proibição de discussões político-partidárias ou religioso-sectárias"
	religião	"a Maçonaria não é uma religião, mas defende a existência de um Ser Supremo ou princípio Criador"
	rito	"O Rito é um corpo de normas que regem os trabalhos de uma Loja, quando em reunião regular"
	igualdade/diversidade	"a Maçonaria estabelece explicitamente a igualdade entre os homens sem considerar raça, credo ou cor"
	superioridade do maçom em relação ao não iniciado	"Se considerarmos que apenas são convidados a participar da Maçonaria homens virtuosos e representantes da sociedade, pode-se dizer que ela é uma elite"
liberdade	"A Maçonaria preza a liberdade dos seus membros tanto quanto luta para preservar a liberdade dos cidadãos em geral"	

	segredo	"Sociedades secretas geralmente são definidas como organizações desconhecidas do público e cuja existência seja escondida. A Maçonaria, por outro lado, é bem conhecida e orgulha-se de demonstrar a sua existência [...] Frequentemente os maçons participam ativamente junto à sua comunidade em trabalhos assistenciais. Finalmente, algumas atividades maçônicas são abertas e acessíveis ao público"
	captação de novos membros	"Como se faz para ser maçom?"
	líderes organizacionais	"presidentes da COMAB"
	histórico da organização (valorização de personagens históricos e da relevância da organização nos acontecimentos sociopolíticos nacionais)	"Por convocação do Grão-Mestre de Minas Gerais, Athos Vieira de Andrade, reuniram-se em Belo Horizonte/MG os Presidentes Danylo José Fernandes, do Grande Oriente de São Paulo, Osmar Maria Diógenes, do Grande Oriente do Ceará [...]"
COMUNICAÇÃO	política	"Manifesto ao povo e parlamento brasileiro"
	aperfeiçoamento moral e intelectual	"COMAB se manifesta perante a Nação Brasileira para externar suas preocupações e solicitar um maior apoio quanto ao amparo aos valores da família"
	igualdade/diversidade	"Nos dias atuais está em voga o "politicamente correto", aonde grupos procuram ostentar ou impor o seu modo ou sua cultura a todos, fazendo com que aquilo que poderia ser construtivo na aceitação da diversidade, se transforme em uma luta de uns contra outros"
	promoção de eventos organizacionais, principalmente direcionados aos públicos internos	"COMAB condecora o Exmo. Sr. Juiz Sérgio Moro com a Comenda do Grau de Grã-Cruz"

Fonte: elaborado pelo autor

APÊNDICE D – NÚCLEOS DE SENTIDOS DO SITE DA CMSB

Quadro 5 – Unidades de contexto e registro encontradas no site da CMSB

UC	NÚCLEOS DE SENTIDOS	EXEMPLOS
HOME	política	"em qual número você vai votar"
	valorização da dimensão da organização	"27 grandes lojas, + 3000 lojas regulares, + 120.000 membros ativos"
	aperfeiçoamento moral e intelectual	"não apenas um homem, um maçom"
	superioridade do maçom em relação ao não iniciado	"não apenas um homem, um maçom"
	gestão	"com objetivo de aumentar o envolvimento dos membros"
NOTÍCIAS	aperfeiçoamento moral e intelectual	"CMSB inova com a UniCMSB"
	promoção de eventos organizacionais, principalmente direcionados aos públicos internos	"CMSB realiza sua 48ª Assembleia Geral Ordinária"
	gestão	"Confederação cria canal para posicionar ações da Maçonaria"
	política	"Maçonaria defende veto a reajuste do teto salarial"
	<i>fake news</i>	"Cuidado com as Fake News"
SOBRE	valorização da dimensão da organização	"27 grandes lojas, + 3000 lojas regulares, + 120.000 membros ativos"
	estrutura administrativa da organização	"A CMSB constitui-se de dois órgãos deliberativos, um executivo e outro de fiscalização"
	gestão	"Incrementar a difusão, pelas confederadas, da doutrina e dos postulados da Maçonaria Universal e do ideal maçônico"
	líderes organizacionais	"CASSIANO TEIXEIRA DE MORAIS – Ex Grão-Mestre da Grande Loja Maçônica do Distrito Federal, Secretário Geral"
	histórico da organização (valorização de personagens históricos e da relevância da organização nos acontecimentos sociopolíticos nacionais)	"A CMSB foi instalada em 27 de julho de 1966, em São Paulo, por ocasião da XIV e última Mesa Redonda das Grandes Lojas"
PALAVRAS DO SEC	gestão	"publicamos um livro, intitulado Evasão Maçônica, causas e consequências"
	valorização da dimensão da organização	"a maçonaria brasileira é muito grande, é forte, temos lojas pujantes, grandes lojas estruturadas"
	promoção de eventos organizacionais, principalmente direcionados aos públicos internos	"ASSEMBLEIA GERAL DA CMI – BRASÍLIA 2020"
BIBLIOTECA	aperfeiçoamento moral e intelectual	"Bem-vindo à Biblioteca Digital da CMSB"
	valorização da dimensão da organização	"a maior biblioteca maçônica digital do mundo"
UNICMSB	aperfeiçoamento moral e intelectual	"A UniCMSB é a Universidade Corporativa da Confederação da Maçonaria Simbólica do Brasil [...] Disponibiliza cursos de curta duração por um sistema inovador de EaD"

Fonte: elaborado pelo autor

APÊNDICE E – ROTEIRO DE PERGUNTAS PARA ENTREVISTAS (PARTICIPANTES NÍVEL GRÃO-MESTRADO)

NÚCLEO TEMÁTICO A: Apresentação e perfil do(a) entrevistado(a)

- Há quanto tempo você é iniciado na Maçonaria?
- Qual o seu grau?
- Qual o seu cargo e funções no Grão-Mestrado?
- Há quanto tempo está cargo e responsável por essa(s) função(es)?

NÚCLEO TEMÁTICO B: Comunicação organizacional e políticas orientadoras

- Na sua opinião, qual a importância da comunicação organizacional para a Maçonaria e, especificamente, para o GORGS?
- Há algum documento no Grão-Mestrado que oriente questões relacionadas à comunicação?
- O que é estabelecido em termos de comunicação para o GORGS?
- Quais são os públicos relevantes para a comunicação do GORGS?
- Há estratégias planejadas para atingir esses públicos?
- Que outros públicos a organização pretende atingir e com quais intenções?

NÚCLEO TEMÁTICO C: A maçonaria no atual regime de visibilidade ampliada

- A Maçonaria vem se definido como sociedade discreta, e não mais secreta. Quando isso começou a mudar e por quê?
- Qual seria o grau de (in)visibilidade que diferencia o discreto da transparência total?
- Você considera que há, de fato, uma evolução em termos de abertura da ordem? Na sua opinião, ela é positiva?
- Qual o limite para a interação de um não iniciado com a organização? Até onde ele poder chegar?
- Sobre as sessões abertas: o que é diferente de uma não aberta? A partir de

quando começaram a ser realizadas e com que objetivos? São praticadas em outras potências?

- O que o GORGS pensa sobre a exposição de iniciados em redes sociais? São práticas autorizadas ou incentivadas?
- Por que ainda existem códigos de identificação entre maçons se hoje há essa exposição nas redes sociais *online* e *offline*?
- Há perturbações ou crises que atingem a organização como resultado das práticas de dar-se a ver dos iniciados?
- Há reuniões, discussões ou projetos no GORGS que reflitam sobre essas práticas de dar-se a ver ou, de maneira mais geral, sobre a visibilidade da Maçonaria nos dias de hoje?
- No regime atual de visibilidade, a “lei” parece ser a da transparência e da alta exposição. Como o GORGS lida com esse contexto e gerencia sua v(in)visibilidade?
- Existem limites para a visibilidade da Maçonaria?
- Você acredita que a visibilidade maçônica já alcançou seu limite? Ou há mais a expor?
- Adesivos identificadores em veículos, fotos de maçons paramentadas em redes sociais, discussões políticas de/entre maçons nas mídias. São exemplos de práticas de dar-se a ver que fogem ao controle? Se não, cite exemplos de alguma prática que ultrapassou o limite indicado pela organização.
- Na sua opinião, como o atual regime de alta visibilidade afeta a organização e a vida maçônica?

NÚCLEO TEMÁTICO D: **Complementos e comentários finais**

- Gostaria de acrescentar algo que não foi citado no decorrer da nossa conversa?

APÊNDICE F – ROTEIRO DE PERGUNTAS PARA ENTREVISTAS (PARTICIPANTES NÍVEL SETOR DE COMUNICAÇÃO)

NÚCLEO TEMÁTICO A: Apresentação e perfil do(a) entrevistado(a)

- Há quanto tempo você é iniciado na Maçonaria?
- Qual o seu grau?
- Qual o seu cargo e funções no Setor de Comunicação Social do GORGS?
- Há quanto tempo está cargo e responsável por essa(s) função(es)?

NÚCLEO TEMÁTICO B: Comunicação organizacional e políticas orientadoras

- Na sua opinião, qual a importância da comunicação organizacional para a Maçonaria e, especificamente, para o GORGS?
- Há algum documento no Setor de Comunicação Social que oriente questões relacionadas à comunicação?
- O que é estabelecido em termos de comunicação para o Setor de Comunicação Social?
- Quais são os públicos relevantes para a comunicação do GORGS?
- Há estratégias planejadas para atingir esses públicos?
- Que outros públicos a organização pretende atingir e com quais intenções?

NÚCLEO TEMÁTICO C: A maçonaria no atual regime de visibilidade ampliada

- A Maçonaria vem se definido como sociedade discreta, e não mais secreta. Quando isso começou a mudar e por quê?
- Qual seria o grau de (in)visibilidade que diferencia o discreto da transparência total?
- Você considera que há, de fato, uma evolução em termos de abertura da ordem? Na sua opinião, ela é positiva?
- Qual o limite para a interação de um não iniciado com a organização? Até onde ele poder chegar?

- Sobre as sessões abertas: o que é diferente de uma não aberta? A partir de quando começaram a ser realizadas e com que objetivos? São praticadas em outras potências?
- O que o Setor de Comunicação Social pensa sobre a exposição de iniciados em redes sociais? São práticas autorizadas ou incentivadas?
- Por que ainda existem códigos de identificação entre maçons se hoje há essa exposição nas redes sociais *online* e *offline*?
- Há perturbações ou crises que atingem a organização como resultado das práticas de dar-se a ver dos iniciados?
- Há reuniões, discussões ou projetos no Setor de Comunicação Social que reflitam sobre essas práticas de dar-se a ver ou, de maneira mais geral, sobre a visibilidade da Maçonaria nos dias de hoje?
- No regime atual de visibilidade, a “lei” parece ser a da transparência e da alta exposição. Como o Setor de Comunicação Social lida com esse contexto e gerencia sua v(in)visibilidade?
- Existem limites para a visibilidade da Maçonaria?
- Você acredita que a visibilidade maçônica já alcançou seu limite? Ou há mais a expor?
- Adesivos identificadores em veículos, fotos de maçons paramentadas em redes sociais, discussões políticas de/entre maçons nas mídias. São exemplos de práticas de dar-se a ver que fogem ao controle? Se não, cite exemplos de alguma prática que ultrapassou o limite indicado pela organização.
- Na sua opinião, como o atual regime de alta visibilidade afeta a organização e a vida maçônica?

NÚCLEO TEMÁTICO D: **Complementos e comentários finais**

- Gostaria de acrescentar algo que não foi citado no decorrer da nossa conversa?

APÊNDICE G – ROTEIRO DE PERGUNTAS PARA ENTREVISTAS (PARTICIPANTES NÍVEL LOJAS)

NÚCLEO TEMÁTICO A: Apresentação e perfil do(a) entrevistado(a)

- Há quanto tempo você é iniciado na Maçonaria?
- Qual o seu grau?
- Qual o seu cargo e funções na Loja?
- Há quanto tempo está cargo e responsável por essa(s) função(es)?

NÚCLEO TEMÁTICO B: Comunicação organizacional e políticas orientadoras

- Na sua opinião, qual a importância da comunicação organizacional para a Maçonaria e, especificamente, para a Loja?
- Há algum documento na Loja que oriente questões relacionadas à comunicação?
- O que é estabelecido em termos de comunicação para a Loja?
- Quais são os públicos relevantes para a comunicação da Loja?
- Há estratégias planejadas para atingir esses públicos?
- Que outros públicos a organização pretende atingir e com quais intenções?

NÚCLEO TEMÁTICO C: A maçonaria no atual regime de visibilidade ampliada

- A Maçonaria vem se definido como sociedade discreta, e não mais secreta. Quando isso começou a mudar e por quê?
- Qual seria o grau de (in)visibilidade que diferencia o discreto da transparência total?
- Você considera que há, de fato, uma evolução em termos de abertura da ordem? Na sua opinião, ela é positiva?
- Qual o limite para a interação de um não iniciado com a organização? Até onde ele poder chegar?
- Sobre as sessões abertas: o que é diferente de uma não aberta? A partir de

quando começaram a ser realizadas e com que objetivos? São praticadas em outras potências?

- O que a Loja pensa sobre a exposição de iniciados em redes sociais? São práticas autorizadas ou incentivadas?
- Por que ainda existem códigos de identificação entre maçons se hoje há essa exposição nas redes sociais *online* e *offline*?
- Há perturbações ou crises que atingem a organização como resultado das práticas de dar-se a ver dos iniciados?
- Há reuniões, discussões ou projetos na Loja que reflitam sobre essas práticas de dar-se a ver ou, de maneira mais geral, sobre a visibilidade da Maçonaria nos dias de hoje?
- No regime atual de visibilidade, a “lei” parece ser a da transparência e da alta exposição. Como a Loja lida com esse contexto e gerencia sua v(in)visibilidade?
- Existem limites para a visibilidade da Maçonaria?
- Você acredita que a visibilidade maçônica já alcançou seu limite? Ou há mais a expor?
- Adesivos identificadores em veículos, fotos de maçons paramentadas em redes sociais, discussões políticas de/entre maçons nas mídias. São exemplos de práticas de dar-se a ver que fogem ao controle? Se não, cite exemplos de alguma prática que ultrapassou o limite indicado pela organização.
- Na sua opinião, como o atual regime de alta visibilidade afeta a organização e a vida maçônica?

NÚCLEO TEMÁTICO D: **Complementos e comentários finais**

- Gostaria de acrescentar algo que não foi citado no decorrer da nossa conversa?

APÊNDICE H - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Eu,, estou sendo convidado(a) a participar do estudo *Maçonaria, do secreto ao discreto: comunicação organizacional e gestão da (in)visibilidade*. Minha participação neste estudo será a de conceder um relato através de entrevista. Estou ciente de que poderei discorrer livremente sobre as questões propostas pelo pesquisador, sem qualquer constrangimento ou imposição.

Fui informado que o relato obtido a partir desta entrevista será utilizado somente para fins de pesquisa, e contribuirá, possivelmente, para a construção de conhecimento no campo teórico da comunicação organizacional. Nesse sentido, as informações desta entrevista poderão ser publicadas na pesquisa que será defendida como tese de doutorado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFRGS, mas será mantido sigilo quanto ao meu nome, o nome da organização na qual trabalho, bem como dos clientes a que atendemos. Fui informado ainda que o áudio da entrevista será gravado para posteriores análises, bem como estou ciente de que posso me retirar da pesquisa a qualquer momento, sem necessidade de justificativas, e, por conta disso, não sofrerei nenhum tipo de contestação e/ou prejuízos.

Além disso, fui informado sobre os eventuais riscos de minha participação na pesquisa, a qual pode causar cansaço, algum tipo de constrangimento, ou, ainda, trazer à memória experiências e situações vividas que podem provocar algum desconforto psíquico. Também estou seguro de que tenho livre acesso a todas as informações e esclarecimentos adicionais sobre este trabalho.

Ainda, fui informado que o pesquisador responsável pelo estudo é o Prof. Dr. Rudimar Baldissera, docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), orientador do autor do projeto, Bruno Garcia Vinhola, discente de doutorado no mesmo programa. E de que somente esses pesquisadores terão acesso às minhas informações. Se restar qualquer dúvida, após a realização da entrevista, poderei contatá-los através do fone (51) 3069-9492 ou do e-mail rudimar.baldissera@ufrgs.br. Caso seja necessário, também fui orientado a entrar em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal do Rio Grande do Sul através do fone: (51) 3308-3738 ou no endereço: Rua Av. Paulo Gama, 110 - Sala 317 - Prédio Anexo 1 da

Reitoria - Campus Centro, em Porto Alegre/RS, CEP: 90040-060.

Assim, tendo sido informado(a) sobre o conteúdo de todo trabalho e compreendido a natureza e o objetivo deste estudo, manifesto meu livre consentimento em participar desta pesquisa, ciente de que não há nenhum valor a ser pago e/ou recebido por minha participação. Este documento foi revisado e aprovado pelo Comitê de Ética em pesquisa da Universidade Federal do Rio Grande do Sul e está em duas vias, uma ficará com o pesquisador, e a outra, com o entrevistado.

....., de de

Assinatura do participante da pesquisa

Assinatura do pesquisador responsável