

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
INSTITUTO DE LETRAS E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, CULTURA E AMAZÔNIA
MESTRADO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

MESTRADO ACADÊMICO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

FÁBIO AUGUSTO SILVA BASTOS

**A Marca Instituto Evandro Chagas e a Amazônia
enquanto território produtor de ciência**

BELÉM-PARÁ
2023

FÁBIO AUGUSTO SILVA BASTOS

A Marca Instituto Evandro Chagas e a Amazônia
enquanto território produtor de ciência

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia, do Instituto de Letras e Artes, da Universidade Federal do Pará, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre em Ciências da Comunicação.

Linha de pesquisa: Comunicação, Cultura e Socialidades na Amazônia.

Orientador: Prof. Dr. Otacílio Amaral Filho.

BELÉM-PARÁ
2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com ISBD
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Pará
Gerada automaticamente pelo módulo Ficat, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

B327m Bastos, Fábio Augusto Silva.
A Marca Instituto Evandro Chagas e a Amazônia enquanto
território produtor de ciência / Fábio Augusto Silva Bastos. — 2023.
237 f. : il. color.

Orientador(a): Prof. Dr. Otacílio Amaral Filho
Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Pará,
Instituto de Letras e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em
Comunicação, Belém, 2023.

1. Amazônia. 2. Ciência. 3. Instituto Evandro Chagas. 4.
Marca. 5. Colonialidade. I. Título.

CDD 302.209811

FABIO AUGUSTO SILVA BASTOS

**A Marca Instituto Evandro Chagas e a
Amazônia enquanto território produtor de ciência**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará, como parte dos requisitos necessários à obtenção do Título de Mestre em Comunicação, na área de concentração Comunicação, Cultura e Socialidades na Amazônia.

Orientador: Prof. Dr. Otacílio Amaral Filho

DATA DA AVALIAÇÃO: __/__/____.

RESULTADO: () APROVADO () REPROVADO

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Otacílio Amaral Filho
(Orientadora – PPGCOM/UFPA)

Profª. Dra. Claudiane Oliveira de Carvalho Sampaio
(Membro – PPGCOM/UFPA)

Profª. Dra. Danuta de Cássia Leite Leão
(Membro externa – Pesquisadora / UNAMA)

BELEM
2023

Para as belezas do meu jardim: Samuel e
Maria Flor. Para a jardineira, Adriana. Para
minhas raízes: Alfredo e Dulce.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar agradeço a DEUS, pela existência e a concessão da magnífica experiência chamada VIDA, entre todas as eras que estive a pisar e respirar neste lindo planeta.

Aos encantos do meu jardim: Samuel e Maria Flor; e a minha jardineira, Adriana. O amor e o carinho que me renovam a cada dia, pela paciência com minhas ausências, pelo apoio e a "pressão" para concluir logo o trabalho.

Aos meus pais Alfredo e Dulce, esteios desse meu viver. Presença sempre constante, mesmo quando estão ausentes. Ao meu irmão, André e minhas irmãs, Larissa e Fernanda: somos todos frutos do mesmo galho.

Ao professor Otacílio Amaral Filho, pela paciência, consideração e tranquilidade em me atender diante das minhas "angústias metodológicas", pés molhados das águas do Tapajós, canoeiro de serenidade oriental. Imensa gratidão!

À professora **Claudiane Carvalho**, que surgiu no momento certo para me ensinar a trilhar o caminho da análise do discurso - ainda estou engatinhando; seus apontamentos me auxiliaram a encontrar as saídas para uma construção mais assertiva deste trabalho.

À professora Kátia Lerner, por ter participado da banca de qualificação e ter contribuído com os ajustes que o trabalho precisava.

Aos pesquisadores do Instituto Evandro Chagas pela confiança em partilhar comigo suas percepções e experiências, em especial à **Socorro Azevedo**, incentivadora desde a primeira hora, entusiasta da divulgação científica, nos munuiu como fonte de consulta para esclarecer as questões científicas que não compreendíamos, enviando referências e auxiliando sempre com incentivo.

Aos amigos da Assessoria de Comunicação do Instituto Evandro Chagas, com os quais partilho os dias de trabalho de forma tão animada, sou feliz em tê-los nessa trajetória: Graça, André, Socorro Camarinha, Inaiara Araújo, Nazaré Brandão, Vanessa Alcântara, Madalena Pacífico, em especial Kelvin Santos e Nelson Faro, com os quais partilhamos também as "aventuras" acadêmicas do universo da comunicação.

Aos professores do PPGCOM, que me apresentaram com lentes novas, micro e macros, para observar a comunicação e as riquezas das sociabilidades amazônicas. Saio e permaneço com novos olhos desse percurso.

Aos amigos do Mestrado, Doutorado e do Grupo de pesquisa LAPAM, gratidão pela partilha de diversos momentos extremamente fecundos de trocas de conhecimento, em especial a Paula Hoyos pelo incentivo e a partilha de minhas angústias no trajeto.

Aos amigos Adagenor Ribeiro e Krishina (a água renova) pelas conversas, incentivo e mesmo orientações com o manejar da escrita acadêmica.

Ao José Alexandre Nakano, pelo apoio sem restrições em um momento oportuno dessa caminhada.

Aos amigos João, Francisco Elielson e Giselle por auxiliarem nos meandros da burocracia administrativa, facilitando nosso percurso para ter maior disponibilidade para dedicação neste trabalho.

Às amigas Lorena Drummond e Daniela Soares, incentivadoras de primeira hora deste trabalho, com suas contribuições e incentivo.

Ao Mestre dos Mestres, especial agradecimento, segurar em minha mão nos momentos de travessia e dificuldades, sem você presente nada disso seria possível: luz do caminho.

RESUMO

A presente dissertação analisa o discurso de marca do Instituto Evandro Chagas (IEC), instituição científica criada em 1936, considerada como uma das mais importantes da região Norte, para compreender como esse discurso apresenta a Amazônia enquanto território produtor de ciência. Utilizamos como corpus de pesquisa quatro materiais de divulgação institucional do IEC elaborados entre 1990 a 2021 e entrevistas semi-dirigidas com pesquisadores da instituição, além de documentos referentes à história do Instituto. A pesquisa tem natureza exploratória-qualitativa e como metodologia para análise da marca, utiliza uma abordagem multiperspectivada (BONIN, 2008) fazendo uso dos conceitos de marca, e do modelo projeto/manifestações de Semprini (2010), de maneira concatenada com a teoria dos discursos sociais, análise do discurso midiático, e contrato de leitura de Verón (1983; 1986; 1987; 2004). Como lentes teóricas para observar os investimentos de sentido da marca, são acionados o conceito de Marca Amazônia (AMARAL, 2011, 2015, 2016), junto com outros autores que analisam a região Amazônica, sua história, imaginário e construções simbólicas (COSTA, 2017; DUTRA, 2003; GONDIM, 2007; LOUREIRO, 2022). Utiliza-se também aporte das teorias decoloniais (QUIJANO, 1993; MIGNOLO, 2003, 2017) e do pensamento abissal (BOAVENTURA, 2009) como chão epistemológico para um olhar crítico sobre as construções simbólicas do modelo de ciência hegemônico enquanto forma de legitimação da superioridade eurocêntrica e como fator da hierarquização geopolítica na produção do conhecimento. Como resultado, observa-se uma condição ambígua: a Amazônia é desacreditada e periférica quando se tem em foco a produção local de ciência, mas, ao mesmo tempo, conserva um alto grau de visibilidade na produção de ciência na/e sobre a Amazônia.

Palavras-Chave: Amazônia; ciência; Instituto Evandro Chagas; marca; colonialidade.

ABSTRACT

This study analyzes the brand discourse of the Instituto Evandro Chagas (IEC) considered one of the most important research institutions in the North region founded in 1936, to understand how this discourse presents the Amazon region as a territory that produces science. Four institutional disclosure documents of the IEC from 1990 to 2021 and semi-structured interviews with researchers from the institution were used as research corpus, in addition to documents referring to the history of the Institute. This is an exploratory qualitative research, as a methodology for brand analysis, it uses a multiperspective approach (BONIN, 2008) with brand concepts and project/manifestations model proposed by Semprini (2010) together with the theory of social discourses, media discourse analysis, and reading contract of Verón (1983; 1986; 1987; 2004). As a theoretical view to observe the investments in the brand's meaning, the concept of the Amazon Brand (AMARAL, 2011, 2015, 2016) is used with other authors who analyze the Amazon region, its history, imagery, and symbolic constructions (COSTA, 2017; DUTRA, 2003; GONDIM, 2007; LOUREIRO, 2022). Decolonial theories (QUIJANO, 1993; MIGNOLO, 2003, 2017) and abyssal thinking (BOAVENTURA, 2009) are also used as an epistemological basis for a critical point of view about symbolic constructions of the hegemonic model of science as a way of legitimizing Eurocentric superiority and as a factor of geopolitical hierarchization in the production of knowledge. As a result, there is an ambiguous condition: it appears that the Amazon region is discredited and peripheral when the local production of science is in focus, but at the same time, it retains a high degree of visibility in the production of science in/ and about the Amazon.

Keywords: Amazon; science; Instituto Evandro Chagas; brand; coloniality.

LISTA DE ABREVIATURAS

IEC - Instituto Evandro Chagas

IPEN - Instituto de Pathologia Experimental do Norte

JICA - Agência de Cooperação Internacional do Japão

NIMD - Instituto Nacional para a Doença de Minamata

RPAS - Revista Pan-Amazônica de Saúde

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - Figura 1. Logomarca atual do Instituto Evandro Chagas

FIGURA 2 - Foto de Evandro Chagas junto com Orlando Costa na base da escadaria.

FIGURA 3 - Foto da turma do Curso de Laboratoristas nas escadarias do Casarão (1955).

FIGURA 4 - Foto dos servidores do IEC na década de 80. (1985).

FIGURA 5 - Visita do Secretário e comitiva da Secretaria de Vigilância em Saúde (SVS/MS) (2021)

FIGURA 6 - Anúncio Benetton

FIGURA 7. Elementos do projeto de marca. Elaborado pelo autor baseado no modelo de Semprini (2010)

FIGURA 8. Esquema que demonstra a relação dialética entre projeto de marca e manifestação,. Elaborado pelo autor baseado no modelo de Semprini (2010)

"A cabeça pensa a partir de onde os pés pisam"
Leonardo Boff

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	15
1. O INSTITUTO EVANDRO CHAGAS: NO MEIO DA “SELVA” VEM SURGINDO UMA MARCA.....	26
1.1 Amazônia um "celeiro" para novos estudos e novas descobertas.....	27
1.2 A casa de Evandro - Uma morada para as ciências da saúde na Amazônia.....	29
1.3 Novos moradores na Casa de Evandro.....	34
1.4 Uma nova morada para o IEC.....	40
1.5 IEC na atualidade: uma marca da ciência na Amazônia.....	41
1.6 O casarão do IEC e sua vinculação com a Marca.....	43
2. APORTES TEÓRICOS PARA APREENDER O OBJETO: MARCA, AMAZÔNIA, CIÊNCIA E DECOLONIALIDADE.....	47
2.1 Marca - um dispositivo sociossemiótico de articulação e organização de sentidos e discursos.....	47
2.1.1 Concepção de marca e cenário de incidência do fenômeno.....	47
2.1.2 Breve contextualização da marca contemporânea.....	51
2.1.3 A forma-marca - extensão de lógica da marca para outros territórios além do comercial... 60	
2.1.4 Identidade e imagem de marca.....	62
2.1.5 Atributos da marca contemporânea e o modelo projeto/manifestações de Semprini.....	64
2.1.5.1 Natureza semiótica, relacional e evolutiva da marca.....	67
2.1.5.2 Mediações espaciais, humanas e virtuais.....	69
2.1.5.3 O modelo projeto/manifestações.....	70
2.1.6 O pensamento de Eliseo Verón: teoria dos discursos sociais, análise do discurso midiático e contrato de leitura.....	81
2.1.7 Semprini e Verón: um casamento em favor de uma metodologia ajustada a este objeto.....	87
2.2 Amazônia - (história, imaginários e representações) território de ambiguidades sócio históricas (pluralidades incompreendidas) invenção, colônia e atraso.....	96
2.3 Ciência - A superioridade do conhecimento moderno e sua hierarquia eurocentrada na construção da geopolítica do conhecimento.....	109
3. A MARCA IEC E A CIÊNCIA NA AMAZÔNIA.....	130
3.1 Percurso metodológico para as análises (Entrelaçamento entre metodologias de Verón e Semprini).....	130
3.1.1 - Detalhamento do corpus de análise - Documentos e entrevistas.....	137
3.1.2 - Definição do projeto da Marca IEC.....	142
3.1.3 Manifestação de marca M1 - Nome e símbolo gráfico.....	153
3.1.3 Manifestação de marca M2 - Documentos de divulgação institucional.....	161
3.1.3.1 INSTITUTO evandro chagas.....	166
3.1.3.2 Conhecendo o IEC.....	174

3.1.3.3 Revista Pan-Amazônica de Saúde - Edição Comemorativa IEC 80 anos.	181
3.1.3.4 Instituto Evandro Chagas 85 anos.....	193
3.1.4 Imagem de marca IM1 - Entrevistas pesquisadores.....	205
3.3 A ciência na Amazônia pelo discurso da Marca IEC.....	220
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	226
REFERENCIAS.....	233
APÊNDICES.....	239

*"Fazer pesquisa na Amazônia não é para quem é bom.
É para quem é muito bom."*

Fala atribuída a Dra. Elisabeth Santos (infectologista e diretora do Instituto Evandro Chagas de 2004 a 2014)

INTRODUÇÃO

Em 1936, um cientista visionário, dá início junto com outros jovens universitários, a uma aventura em nome da ciência. Entre seus ideais estava conhecer a nosologia da região Amazônica e apresentar soluções para diminuir a aflição daquelas populações que muitas vezes viviam esquecidas no meio de uma vasta e densa floresta, longe dos olhos e da atenção da sociedade "civilizada" e do Estado.

Mais que uma aventura, a sua crença era mesmo a de criar uma rede de laboratórios e institutos de pesquisa com a mão de obra local, que pudessem auxiliar aquela região a, livre dos padecimentos das várias e desconhecidas doenças que a assolava, se desenvolver e assim contribuir para o crescimento de todo o país chamado Brasil.

A região é a Amazônia, lugar ímpar nesse planeta, vasta em dimensões, qualificativos e compreensões sobre sua complexidade. E o cientista era Evandro Serafim Lobo Chagas, primogênito de Carlos Chagas, cientista mundialmente conhecido pela descoberta da Doença de Chagas, uma enfermidade que atingia em grande maioria as populações negligenciadas, naquela época, no prelúdio do séc. XX, e, ainda hoje, é uma preocupação no campo da saúde pública.

Do sonho de Evandro nasce o Instituto de Pathologia Experimental do Norte (IPEN), instituição que pouco a pouco veio mostrando a força de sua crença em edificar uma "casa de ciência", que pudesse abrigar, produzir, fazer crescer e disseminar o conhecimento científico, naquele lugar, com a inteligência e talento daquele povo.

Viveu pouco para ver esse desenvolvimento: em 1940 um acidente aéreo fez com que seu nome fosse inscrito em uma lápide, mas também na denominação do empreendimento que criara. Assim o IPEN em sua homenagem passa a se denominar Instituto de Pathologia Experimental Evandro Chagas um mês após a sua despedida.

A atitude, ideias, planos e direcionamentos de Evandro para o IPEN ficaram impregnadas na Instituição. Essas características foram transmitidas à primeira geração de

pesquisadores da instituição, que por conseguinte a transmitiram à geração posterior e assim sucessivamente. Criaram com isso um condensado valor simbólico que atravessou décadas e circunstâncias pelas quais a Instituição passou em seus atuais 86 anos de existência.

Esse valor simbólico é a Marca IEC, objeto de estudo dessa dissertação, e o que ela tem tramada em sua rede interdiscursiva, o contexto que sustenta e engendra seu discurso que tem dois eixos principais: a Amazônia, lócus de sua criação e atuação; e a Ciência, que é o fundamento de sua existência, e o produto que a instituição fabrica, o propósito do seu labor.

Em síntese, nosso estudo procura reunir elementos para compreendermos melhor como a Amazônia é vista enquanto território produtor de ciência. Essa abordagem é realizada por meio de um recorte quanto ao universo de produção de ciência na Amazônia que é o Instituto Evandro Chagas, um órgão de pesquisas em saúde pública que, a despeito das conhecidas dificuldades de atuação no cenário amazônico, conseguiu em certa medida construir um espectro de reconhecimento quanto a sua competência e excelência. Esse reconhecimento, segundo relatos, e seu próprio discurso, ultrapassou as linhas que delimitam a vastidão amazônica, e chegou até mais além das linhas do território brasileiro.

A forma como adentramos a observar essas questões é na análise da marca, esse dispositivo comunicacional, semiótico e discursivo, que no cenário contemporâneo, das sociedades ditas avançadas, nas quais a comunicação tornada ubíqua e tecnicada deixa de ser apenas mediadora, para se constituir na própria arquitetura da sociedade, ganha uma dimensão e onipresença, e funciona mesmo como um modo de organização, planejamento, cultivo, produção e disseminação de elementos simbólicos.

Diante da preponderância que a comunicação tem para a construção da sociedade na contemporaneidade, vê-se que as marcas, e toda a sua lógica de atuação, tornam-se importantes peças para se compreender os movimentos e fluxos simbólicos na complexa tessitura do tabuleiro da discursividade social, que constroem o real, que o desconstrói, que o remodela, que o ressignifica, e como tal está imbricado com todas as questões conjunturais sejam políticas, econômicas, comportamentais, culturais, científicas e sociais como um todo.

A marca guarda essa ambivalência de ser ao mesmo tempo bastante concreta, pois é por meio de suas manifestações, produtos, serviços, e todo tipo de ação que ela se faz presente. Ao mesmo tempo ela é uma entidade semiótica, evanescente por natureza, que recorta, carrega, ordena, amplia, multiplica e dissemina sentidos na tessitura social.

No decorrer desse trabalho transpassamos então os conceitos de marca, como um construto simbólico (SEMPRINI, 2010, p. 98) característico da discursividade social desses nossos tempos imbricados pela comunicação amalgamada ao capital financeirista (SODRÉ, 2014, p.49); a ciência ocidental, que se intitula como um saber superior aos outros tipos de conhecimento (SANTOS, 2008, p.21), e que, de posse desse argumento, concentrou para si a exclusividade do que é considerado enquanto verdade (QUIJANO; 1993) e por meio disso estabeleceu uma hierarquização entre raças e também geopolítica dos territórios que tem maior influência na produção desse conhecimento (SANTOS, 2017; MIGNOLO, 2003, 2017). Por fim, também a Amazônia, essa vastidão verde, fenômeno múltiplo em diversidade social, ambiental e científica, tão mistificada em sua "invenção" (GONDIM, 2007), tão publicizada na contemporaneidade (AMARAL, 2016, p.71), e ainda tão desconhecida de tantos.

A frase na epígrafe "Fazer pesquisa na Amazônia não é para quem é bom. É para quem é muito bom", expõe em certa medida o que os cientistas que resolveram construir sua história na base amazônica tem que enfrentar se quiserem que de alguma forma seu trabalho seja reconhecido. É preciso fazer mais, é preciso um esforço maior para que se reconheça um trabalho científico de uma região que ficou sendo vista como o "lugar do atraso" na nação brasileira (LOUREIRO, 2022, p.171). O lugar que precisava ser integrado a qualquer custo, sob as condições menos lisonjeiras, para não correr o risco de entregar de bandeja aos desejos sequiosos de outros interessados em conquistar essas terras e suas riquezas. Feita essa rápida contextualização da temática e abordagem da pesquisa nos parágrafos seguintes utilizo a narração em primeira pessoa para descrever um pouco de minha trajetória e de como me envolvi com o tema.

Em 04 de dezembro de 2013 - eu lembro bem porque é o dia do aniversário da minha esposa - eu recebi um telegrama me convocando para comparecer ao Instituto Evandro Chagas (IEC) e tomar posse do cargo que três anos antes eu havia prestado concurso. Foi uma grande surpresa, pois decorrido todo esse tempo eu até já tinha esquecido que ainda existia a remota possibilidade de ser chamado.

Durante o período que estudei para o concurso eu busquei algumas informações sobre a instituição: lembro que o site era ainda bastante antiquado, mas somente visualizei isso de forma superficial. A princípio eu não tinha quase nenhuma noção da importância do trabalho do IEC, nem de todos os feitos realizados em âmbito científico, tampouco do pioneirismo e

do que a instituição representava para a ciência e a saúde pública da região, apesar de desde cedo ser bastante interessado em assuntos relacionados à ciência e tecnologia.

Era tanto que, em novembro de 1988, ainda com 8 anos de idade, minha mãe, reconhecendo meu interesse pelo assunto, fez uma assinatura para mim da revista *Superinteressante*, que naquela época era um título recém-lançado que enxergava a oportunidade de um nicho de leitores leigos sobre ciência. Um adendo a esse acontecimento é que nesse período eu morava em Conceição do Araguaia, município do sul do Pará, lugar onde nasci, que faz divisa com o Tocantins, estado que foi criado naquele mesmo ano.

Naquela época só existia uma banca de revista na cidade, e pelas questões de distribuição a revista *Superinteressante* ainda não havia chegado na banca daquela localidade. Minha mãe viu a revista durante uma viagem que fez a São Paulo, e, após realizar a compra de um exemplar, imediatamente se dirigiu ao escritório para fazer uma assinatura para mim, pois aquela seria a única garantia que eu continuaria tendo acesso àquele material. Santa mãe! Lembro bem claramente que fiquei fascinado e rapidamente devorei o conteúdo da revista quando ela a trouxe para mim. E fiquei ansioso pelo próximo número.

Em uma época em que não havia internet, as revistas ofereciam uma das melhores formas para se manter atualizado. E assim, por meio de revistas e também, televisão e livros, eu fui constituindo o meu interesse pela ciência. Entretanto, os meus referenciais de onde se produzia ciência estavam distantes de mim, pois nas leituras eu raramente via serem relatadas realizações de instituições brasileiras, e muito menos amazônicas.

Dessa forma, eu me acostumei a considerar que os grandes feitos da ciência eram realizados na NASA, no MIT, em OXFORD, e tantos outros nomes que estavam em um universo “mais ao norte”, e nem sequer considerava que, em minha região, algum cientista pudesse já estar atuando e realizando também grandes descobertas, não somente com relevância para a comunidade científica, mas também com impactos reais na qualidade de vida das pessoas, proporcionado pelo desenvolvimento daquele conhecimento.

Minha concepção de ciência até aquela altura estava condicionada a entender - fazia parte do meu imaginário social assegurado obviamente pelas construções midiáticas que eu tinha acesso - que se eu quisesse saber de alguma coisa de verdade, era só procurar por estudos vindos dessas instituições e eu poderia confiar que aquele conhecimento foi desenvolvido de maneira isenta, idônea, com a distinção e precisão que só o método científico poderia ofertar.

Essas instituições que representam de alguma forma os cânones científicos já haviam se instaurado em mim como uma referência - tanto quanto o próprio conhecimento científico -, já haviam ganhado de mim um reconhecimento, sem que para tanto eu conhecesse a fundo o que era a produção de ciência efetivamente, e todas as complexidades envolvidas, e sem ter em conta ainda que, nesse mesmo momento, Boaventura de Souza estava lançando o livro “Um Discurso sobre as Ciências” (1988), uma ponta do iceberg para rasgar o casco do Titanic do modelo da ciência hegemônica, ou como o próprio Boaventura chama, do paradigma dominante.

Acho que rasgar o casco talvez seja um expressão um tanto quanto exagerada, é bem difícil mensurar o tamanho dos impactos que essas ideias tiveram sobre a ciência. Embora tenha produzido polêmicas logo de início como a polêmica envolvida no caso Sokal Affair¹ (SOKAL, 1996), mas foi o suficiente para dar impulso aos questionamentos que surgiram sobre os benefícios e malefícios advindos do conhecimento científico que emergiram logo após o final da 2ª guerra mundial, e que, por fim, se direcionaram mesmo a questionar o modelo de construção de conhecimento que a ciência vinha adotando, incorporando com isso a denúncia da exclusão e sobrepulamento sobre os outros tipos de conhecimento, bem como, outros lugares de produção de ciência que não somente o Europeu e o Norte Global.

Essa contextualização breve de como surgiu meu interesse sobre ciência visa a demonstrar que eu, assim como tantos outros, constitui minha concepção da ciência centrada em uma visão eurocêntrica. Não que a ciência advinda da Europa deva ser renunciada: muito pelo contrário, ela é extremamente importante e necessária. Mas o fato é que eu não conseguia enxergar que, de alguma forma, o meu território ocupava - e ainda ocupa - um lugar subalternizado na produção da ciência. Não simplesmente por uma questão natural, porque começou a trabalhar pela ciência depois, mas porque fez parte de um projeto de subjugação colonial denunciada por alguns autores (QUIJANO, 1993; MIGNOLO, 2003; MALDONADO-TORRES, 2019; MIGNOLO, 2017) fortemente embasada em uma ideia de superioridade racial, intelectual, social, moral e econômica que ainda persiste.

¹ O episódio conhecido como Sokal Affair (Caso Sokal) foi um embuste intelectual promovido por Alan Sokal, professor de física na Universidade de Nova Iorque, que como forma de criticar as proposições da filosofia pós-moderna que contestavam a objetividade do modelo científico, enviou um artigo para revista *Social text*, uma revista acadêmica de estudos culturais pós-modernos, recheado de citações dos autores mais aclamados da área que foi aceito e publicado em maio de 1996. Logo após a publicação, Sokal realizou uma comunicação em uma outra revista revelando a farsa. O acontecimento inflamou o debate entre cientistas das ciências naturais e das ciências humanas quanto ao rigor intelectual na produção do conhecimento desses últimos. Para maiores informações ver Sokal (1999) e Souza (2004).

Nos termos utilizados por essa vertente epistemológica a colonialidade seria então constituída por essa tripla dimensão, que é a colonialidade do poder, a colonialidade do saber e a colonialidade do ser (MALDONADO-TORRES, 2019, p. 42).

Voltando à minha trajetória, o meu interesse pela ciência e por tecnologia fez que eu me aproximasse logo cedo de computadores, a gostar de desenhar por intermédio deles, e por ímpeto próprio a ter interesse por música e pelas artes visuais - e aqui os cânones europeus também estavam presentes.

Essa reunião de predileções me conduziu a trilhar a formação em Publicidade e Propaganda e, posteriormente, a atuar como diretor de arte, atividade que exerci em algumas agências de propaganda ao longo de 13 anos, desenvolvendo trabalhos diversos em comunicação visual e obviamente muitas marcas, logotipos, de acordo com a abordagem que estiver em foco, sendo esse tipo de trabalho um dos que eu mais gostava de desenvolver, pelo exercício de síntese visual e conceitual que é necessário.

Nesse ínterim, cheguei a fazer uma especialização em Semiótica e Cultura Visual no Instituto de Ciências da Arte da Universidade Federal do Pará, onde fiz um trabalho que explorava as aproximações perceptivas entre música e imagem observadas pelas capas dos discos de vinil (BASTOS, 2007). O trabalho propunha compreender de que forma alguns designers gráficos conseguiam representar visualmente na capa dos discos dos LP's o seu conteúdo acústico por meio de uma tradução intersemiótica (PLAZA, 2003).

Retomando meu ingresso no Instituto Evandro Chagas, eu iniciei meu trabalho na instituição em janeiro de 2014, primeiramente realizando trabalhos ao que na época era a editora do IEC, onde estavam sendo diagramados livros, manuais técnicos, folders, cartilhas educacionais entre outros tipos de materiais de divulgação científica e institucional.

Posteriormente, fui destacado para trabalhar na assessoria de comunicação, sendo que em 2016, como parte das comemorações dos 80 anos da instituição, realizei o redesign da marca do IEC (Figura 1). Em agosto de 2017 fui designado a desempenhar a chefia dessa área, ficando à frente de suas atividades até setembro de 2021.

Por iniciativa da Assessoria de Planejamento do IEC, em 2018, foi contratada uma empresa especializada para realizar o planejamento estratégico da instituição. Esse serviço foi desenvolvido não apenas para entregar um planejamento, mas para ser realizado de uma forma que ele pudesse ser construído junto com os colaboradores do IEC e, se convertesse em um aprendizado na prática, tanto de construção do planejamento, quanto de sua gestão.

Dessa maneira, após uma avaliação coletiva de vários pontos da instituição que necessitavam de melhorias, um dos pontos levantados era que, aparentemente, o IEC não aparecia institucionalmente na medida das coisas que produzia. Alicerçado nessa percepção, e em uma ordem de prioridades que foi elencada, um dos objetivos estratégicos então a serem trabalhados foi designado ao tema “Imagem e Relações Institucionais”, com o objetivo de melhorar a imagem da instituição por meio da comunicação e por um trabalho mais sistematizado de relações institucionais. Durante um determinado período eu fiquei responsável por trabalhar esse objetivo estratégico, e comecei a observar o assunto da imagem da instituição enquanto instituição de ciência na Amazônia. Foi a partir dessa conjuntura que o tema do presente trabalho de pesquisa surgiu. Daqui em diante, na construção e caracterização do estudo, retornamos a narrativa em terceira pessoa.

Figura 1. Logomarca atual do Instituto Evandro Chagas



Fonte: Comunicação Social do Instituto Evandro Chagas (IEC), 2021.

Com o foco nessa questão da imagem do Instituto Evandro Chagas tomamos contato com os conceitos desenvolvidos por Amaral (2011, 2012, 2015, 2016) sobre a Marca Amazônia e assim desenvolvemos o pré-projeto de pesquisa com o título "O Instituto Evandro Chagas e a Marca Amazônia: um estudo de caso sobre a imagem de marca de instituições de pesquisa na Amazônia".

Começamos pensando de que maneira poderia ser utilizado em favor da imagem de marca do Instituto Evandro Chagas os bens simbólicos que a Amazônia tem como forma de divulgar melhor esta instituição científica, querendo enxergar também como era vista a ciência produzida pela Amazônia, considerando que a imagem dessa instituição de pesquisa poderia nos servir enquanto um conceito sintetizador de toda a gama de sentidos atribuídos ao fazer ciência na Amazônia.

A relação entre ciência e Amazônia é notória: desde sua "invenção" (GONDIM, 1997) a região se apresentou como um manancial de possibilidades para os estudos científicos que ao longo do tempo vieram atraindo botânicos, etnólogos, biólogos, geólogos e cientistas das mais diversas especialidades (SANJAD, 2005; 2006; 2007a; 2007b; 2009; 2010; FAULHABER, 2001; 2005; 2008;) para estudar a riqueza de fauna, flora e demais recursos naturais tão diversos e em quantidade exponencial. Um desses cientistas, foi o próprio Evandro Chagas, que veio atraído pelo interesse em estudar esse grande "celeiro" que a Amazônia representava para as descobertas científicas, no seu caso relacionado às endemias.

Nesse sentido, ainda com um entendimento não tão claro de que a Amazônia era um território do qual hipoteticamente não se espera muito com relação a produção de ciência, pela própria construção do imaginário suscitado pela região com a divulgação que é realizada pela mídia hegemônica, era de nosso interesse perceber como isso se configurava na imagem de marca do IEC.

Até aquele momento entendíamos por imagem de marca o conceito corrente nos estudos de marketing, como “o conjunto de associações vinculadas à marca que os consumidores conservam na memória”, trabalhado por Keller (1993, p. 2) e outros diversos autores na mesma linha de pensamento (AAKER, 1996, 2008; KELLER, 2002; RUÃO, 2003, 2017; TYBOUT, 2006). Contudo, percebemos por outros aportes bibliográficos (SEMPRINI, 2010) que discutiremos mais a frente, que separar apenas a imagem da marca, ou que seja, a impressão que se forma dela na recepção, era uma forma ainda limitada de enxergar o fenômeno.

Voltando à construção de abordagem do estudo, a ideia metodológica inicial da pesquisa era aplicar um questionário estilo *survey*, semelhante ao utilizado tradicionalmente para mensuração da imagem de marca, na metodologia mais corrente para tal, com questões fechadas e respostas na escala Likert (PLUMEYER, 2017), utilizando como público as comunidades atendidas pelo IEC, veículos de mídia, e a comunidade científica.

No entanto, após uma avaliação mais aprofundada, verificamos que para atingir uma amostragem e representatividade que colaborasse à credibilidade da pesquisa, seriam necessários recursos além de nossas possibilidades e um tempo que talvez não fosse exequível para os prazos da pesquisa de mestrado, pelo menos da forma como naquele momento estávamos enxergando. Também ponderamos que as respostas estruturadas nesse formato talvez não alcançassem o cerne da indagação que estava latejando em nossas conjecturas.

Buscar um novo caminho metodológico e mesmo de matriz teórica se fez necessário no devir da pesquisa à medida que fomos nos aproximando do objeto e determinadas questões passaram a ficar mais claras (outras nem tanto) e nosso olhar passa a encontrar outros ângulos para cercar o objeto. Neste sentido, Braga nos diz que:

O processo metodológico básico não é o de definir uma regra de encaminhamento e depois segui-la estritamente; mas sim o de rever cada passo dado e refletir sobre a justeza de seu direcionamento, corrigindo-o no próprio andamento da pesquisa. Planejar é replanejar. (BRAGA, 2011, p.10)

Assim sendo, adotamos uma nova abordagem para adentrar a uma constituição dos sentidos da marca do IEC, fundamentada nos relatos de seus pesquisadores, com a perspectiva que eles são o principal "rosto" da instituição. São eles que se direcionam a campo para a investigação de surtos e de atendimento às questões de saúde junto às comunidades, e que travam esse contato enquanto representantes do IEC. São eles também que são acionados quando os veículos de mídia solicitam esclarecimentos quanto a questões científicas e de pesquisas de sua área de especialidade, seja para falar a respeito de seus próprios trabalhos ou de assuntos que despertam interesse da pauta midiática.

Por fim, são eles também que publicam trabalhos científicos, participam de congressos, seminários e eventos, integram comissões científicas seja em âmbito acadêmico ou governamental, e por meio disso representam a instituição, recebendo o reconhecimento dos trabalhos do IEC e também absorvendo as mais diversas impressões sobre a concepção simbólica e representativa que é dada à instituição.

Seguimos com essa proposição, buscando utilizar como metodologia a Análise Crítica do Discurso (FAIRCLOUGH, 2001) e tomando como principal aporte teórico uma proposta de comunicação decolonial (TORRICO, 2019), que nos fez desenvolver uma proposta de observar o fenômeno marca como um "dispositivo de acumulação simbólica", que buscamos de forma ainda incipiente trabalhar com base no conceito de dispositivo de Michel Foucault (1999). Essa proposição apresentou alguns conflitos e uma necessidade de revisão dos conceitos, apontados pela banca de qualificação do trabalho, razão pela qual ficou em suspenso para investimento, quem sabe, em trabalhos futuros.

Nessa busca incessante, após diversas tentativas de abordagens metodológicas e teóricas, optamos por aplicar a proposta ofertada por Bonin (2008, p.125) que explica que a complexidade dos fenômenos comunicacionais/midiáticos por vezes desafia os pesquisadores

a buscarem abordagens multiperspectivadas, não somente nos aportes teóricos, mas também nos metodológicos, para dessa maneira dar conta de apreender o fenômeno investigado, nos moldes que o problema se desenha.

É com base nessa proposição que articulamos a análise da Marca IEC, conciliando abordagens teóricas e metodológicas de dois autores que, em nossa visada, oferecem ferramentas complementares para o nosso propósito: Andrea Semprini (2010) e Eliseo Verón (1983, 1986, 1987, 2004). Foi entrelaçando as perspectivas desses autores que passamos a observar a marca como uma instância enunciativa, que por meio de seus discursos, que não estão restritos a apenas textos linguísticos, mas a todas as matérias significantes pelas quais se transmitem sentidos (imagens, sons, cores, formas, produtos), a marca se revela e, junto com ela, todos os elementos contextuais que a condicionam.

Assim reunimos de Semprini suas proposições para compreender a lógica da marca, as características desse objeto nas sociedades contemporâneas, sua emergência enquanto dispositivo chave das trocas semióticas e materiais das sociedades midiáticas, além do seu modelo de análise da marca denominado Projeto/Manifestações.

A isso articulamos o que Verón nos oferta para compreendermos a marca no âmbito da discursividade midiática, a implicação dos discursos com os fenômenos sociais, a instância enunciativa como dimensão que afeta todos os elementos de funcionamento de um discurso, e o seu modelo de análise dos discursos midiáticos com o conceito de contrato de leitura.

Toda essa articulação tendo em vista realizar uma abordagem que pudesse nos auxiliar a fazer frente a uma pergunta problema que, na concatenação desse aporte, pôde ser assim reformulada: **o que a marca do Instituto Evandro Chagas revela sobre a Amazônia como território de produção científica?**

Essa abordagem se descortinou para nós, especialmente após as contribuições da banca de qualificação do trabalho, de que, compreender o posicionamento discursivo que o Instituto Evandro Chagas constrói para si, de forma colateral nos revelaria a Amazônia como lugar de produção de ciência. Essa constatação poderia ser realizada pelo próprio posicionamento discursivo do Instituto, já que a Amazônia é parte indelével do seu contexto de enunciação.

Compreender qual posicionamento é ofertado pela Marca IEC, dentro desses termos passou então a ser nosso objetivo geral, que na sua consecução desdobra-se nos seguintes objetivos específicos: a) Compreender o contexto de atuação e enunciação da Marca IEC; b)

identificar o projeto de sentido da marca IEC, sua identidade e sua imagem; c) Analisar como a Amazônia enquanto território produtor de ciência aparece na Marca IEC.

Para dar conta da pergunta problema e desses objetivos, identificamos os materiais impressos de divulgação institucional do IEC como os elementos mais proveitosos para realização da análise discursiva da Marca IEC, fechando o recorte dessas análises na capa e no texto de apresentação que, em nossa compreensão, funcionam como uma síntese de como a marca se apresenta. Para tanto foi realizado um recorte temporal nesses materiais que vai do início da década de 90 até 2021. Também foram elencados como corpus três documentos relacionados com a criação do Instituto para auxiliar na compreensão de seu projeto de sentido. Nos itens 3.1 e 3.1.1 do terceiro capítulo, fazemos uma explanação detalhada de como chegamos e definimos esses materiais, bem como, uma explicação mais esquemática da forma como a análise deles é empreendida dentro da estrutura do estudo.

Nesses itens também explicamos como retrabalhamos as entrevistas que mencionamos antes com os pesquisadores, com a concepção ofertada por Semprini (2010) de mediações humanas da marca, e esse material se converteu como base para constituirmos a imagem do IEC dentro do modelo Projeto/Manifestações e assim tensionarmos esses dados com os achados nos materiais de divulgação institucional.

A organização do trabalho então inicia com esta introdução com um panorama geral da temática, abordagem proposta, problema de pesquisa, objetivos e justificativa.

No primeiro capítulo fazemos uma contextualização geral do IEC, desde a vinda de Evandro Chagas no Pará, a criação do IPEN, a participação de pesquisadores estrangeiros, especialmente no relacionamento estabelecido com a Fundação Rockefeller e a Escola de Medicina Tropical de Londres, até a emergência de uma área para os estudos ambientais, finalmente chegando ao que a Instituição é na atualidade. Em um tópico específico também abordamos a respeito do Casarão onde as atividades do IEC iniciaram, que é o símbolo gráfico utilizado em seu logotipo, e guarda um aspecto especial para compreendermos também a marca.

No segundo capítulo, reunimos os aportes teóricos/metodológicos que utilizamos no decorrer das análises. No item 2.1 definimos a concepção em que trabalhamos com o fenômeno marca, detalhando suas características híbridas e complexas, bem como sua incidência e onipresença enquanto instância enunciativa dentro do universo comunicacional.

Apresentamos também a teoria dos discursos sociais, e realizamos o encadeamento dos recursos de Semprini e Verón para aplicação de nossas análises.

No item 2.2 realizamos um apanhado sobre a miríade de construções simbólicas que se desenvolveram ao longo do tempo e que dão forma a um olhar prevalente sobre a Amazônia, primeiramente, enquanto um lugar selvagem, um "inferno verde", de dimensões continentais, onde o fascínio pela grandiosidade e diversidade de suas belezas naturais une-se aos perigos de uma floresta indomada e desconhecida, de povos primitivos e tudo mais que é avesso ao civilizatório. Posteriormente, a preservação da Amazônia passa a ser um dos assuntos midiáticos mais recorrentes, banalizando termos como biodiversidade e ecologia, e alçando a Amazônia enquanto marca de grande valor no mercado dos bens simbólicos atrelados a discursos de sustentabilidade e responsabilidade social como combustível para os motes utilizados pela propaganda.

No item 2.3 abordamos as construções simbólicas vinculadas à ciência, como um conhecimento superior eurocentrado que é utilizado como forma de subjugar os povos colonizados, estabelecendo uma hierarquização entre modernos/primitivos, que se aplica a uma ordem de superioridade entre raças e territórios, formando uma geopolítica do conhecimento. Iniciamos com um breve histórico da institucionalização da ciência na Amazônia e depois analisamos outros estudos que corroboram com as concepções que mencionamos anteriormente.

Por fim, o terceiro capítulo abrange o detalhamento de nossos procedimentos metodológicos na aplicação das análises, as análises em si, e também a sua discussão. Ao final realizamos um balanço do percurso da pesquisa e de seus resultados, bem como possíveis desdobramentos e continuidades que a pesquisa pode tomar.

Iniciamos então no próximo tópico a adentrar no universo do Instituto Evandro Chagas, e de como Evandro conseguiu uma casa para estabelecer uma morada das ciências da saúde no Norte do país.

1. O INSTITUTO EVANDRO CHAGAS: NO MEIO DA “SELVA” VEM SURGINDO UMA MARCA

Como surge uma marca? Como apresentaremos em detalhe posteriormente, Semprini (2010) defende que a marca surge por meio de um projeto de sentido, que é construído em acordo com suas idiossincrasias. Ou seja, um produto, uma empresa, uma instituição pública, se torna uma marca quando na sua discursivização, na sua forma de se apresentar para o

mundo, ela constitui uma distinção, algo que faz parte dela e a torna única, como se fossem as suas digitais, ou o seu DNA.

Para adentrarmos a compreender como o IEC se torna uma marca e posteriormente estabelece seu discurso de marca acerca de suas qualidades e atributos é necessário primeiramente conhecer um pouco da história de criação dessa instituição, bem como a forma como ela foi se desenvolvendo ao longo dos anos, forjando sua identidade e sua imagem, elementos que compõem o constructo simbólico que é a marca. Assim, neste capítulo apresentamos uma panorâmica da constituição do IEC com alguns elementos que consideramos como os mais proeminentes para entendermos o que é essa instituição, qual sua importância e características. Isso é necessário para que, posteriormente, possamos entender na análise das manifestações como essas características são apresentadas e utilizadas como investimentos de sentidos no discurso da Marca IEC.

1.1 Amazônia um "celeiro" para novos estudos e novas descobertas

O primeiro acontecimento que foi um dos motivos para a criação do IEC foi a descoberta, em 1934, pelo pesquisador Henrique Penna, de casos de leishmaniose visceral americana em amostras de fígado (PENNA, 1934). Penna era vinculado à Fundação Rockefeller e essas amostras foram coletadas em várias partes do norte e nordeste do Brasil.

A descoberta foi vista com certa surpresa pelo cientista Carlos Chagas, naquele momento diretor do Instituto Oswaldo Cruz (IOC) no Rio de Janeiro. Chagas já era famoso internacionalmente pela descoberta da enfermidade que leva seu nome, além das várias viagens de "redenção sanitária" que realizou, junto a outro grande nome da ciência que deu nome a instituição que dirigia: o próprio Oswaldo Cruz.

A surpresa devia-se ao fato de que, até aquele momento, ainda não se haviam diagnosticado casos autóctones de Calazar² no Brasil. A grande quantidade de casos identificados por Penna (foram identificados 41 amostras contaminadas entre elas amostras de crianças) pareciam indicar que, a doença, pouco conhecida até aquele momento no país, estava se disseminando com casos de transmissão local (DEANE, 1986).

Neste sentido, Carlos Chagas designa seu filho primogênito, Evandro Serafim Lobo Chagas, para liderar uma excursão pelos estados do nordeste e do norte para esclarecimento

² Calazar é o nome dado à Leishmaniose Visceral

desses casos. Aconteceu que, antes que fossem disponibilizados recursos para essas viagens, Carlos Chagas veio a falecer.

Em uma investigação fundamentada nos diários de Evandro Chagas, Barreto (2020) descreve que, a partir daquele momento, realizar esses estudos vira uma questão de honra para Evandro. Ao que parece, pelos relatos contidos nos diários, Evandro teve conflitos no relacionamento com o pai, o que se converteria posteriormente em motivação para que o cientista se sentisse compelido a realizar um trabalho que estivesse à altura da memória de seu progenitor, algo pelo que ele pudesse ter orgulho do filho.

As viagens, no entanto, só se tornam realidade a partir de fevereiro de 1936, e se direcionam primeiramente aos estados do nordeste, onde em Sergipe, Evandro faz o diagnóstico do primeiro caso em um paciente vivo. Com base nessa descoberta, seria criada no IOC a Comissão Encarregada do Estudo da Leishmaniose Visceral Americana (CEELVA) (CASA DE OSWALDO CRUZ, 2021), a qual Evandro fica como responsável.

Para o desenvolvimento de estudos da Leishmaniose Visceral Americana e de outras endemias, Evandro procura apoio para o estabelecimento de um laboratório na região, no entanto, mesmo com investidas e articulação em diversas localidades do nordeste, apenas vem encontrar meios para isso em Belém/PA. A motivação de Evandro para busca de uma fonte de financiamento de suas pesquisas fora do IOC devia-se, em grande medida, ao fato de que o novo diretor de Manguinhos, que substituiu Carlos Chagas após sua morte, Antônio Cardoso Fontes, dava pouco apoio ao trabalho desenvolvido por Evandro, fruto de dissidências que tinha desde muito antes com seu pai.

Dessa maneira, o apoio veio pela interlocução de um advogado que Evandro conheceu frequentando os salões da elite local em Belém, que lhe foram abertos devido ao prestígio de seu nome. Por meio desse contato, o cientista teve acesso ao então governador do Estado do Pará, José da Gama Malcher, que após tomar conhecimento do projeto se compromete a implementá-lo.

O acordo era que o governo do Pará entraria com os investimentos para pagamento de salários e espaço para realização das atividades. Em contrapartida, o IOC atuaria provendo os conhecimentos técnicos para a realização das pesquisas científicas. O Governo do Estado do Pará então alugou um casarão como sede para as atividades - que permanece como campus histórico do IEC e é o símbolo utilizado como marca da instituição atualmente - e em 10 de novembro de 1936 foi publicada a lei nº 59 que fundava o Instituto de Patologia Experimental

do Norte - IPEN (PARÁ, 1936). Para Evandro, a Amazônia dispunha de condições ímpares para os estudos das doenças tropicais, tendo em vista que diversas dessas endemias, se manifestavam de forma particular na região, em virtude das condições ambientais que eram únicas (BARRETO, 2020, p.9).

1.2 A casa de Evandro - Uma morada para as ciências da saúde na Amazônia

Segundo o Dr. Manoel Soares³, a intenção de Evandro com a fixação de uma "casa de ciência" na Amazônia estava imbuída de um ideal que era criar uma morada permanente na região para realização de pesquisas, e não mais o modelo das expedições sanitárias praticadas anteriormente⁴. Essa é a razão pela qual Evandro também resolve convocar a mão-de-obra local entre jovens médicos e farmacêuticos: sua intenção era que esses colaboradores pudessem permanecer na região, ampliando o número de pessoas capacitadas para realização das pesquisas nessas localidades. É o que ele expressa na entrevista que nos concedeu:

Um dos grandes méritos de Evandro é entender que precisava de uma casa. Precisava de uma casa, precisava fincar o pé na Amazônia. Chega de expedições! Certo, você precisa ter uma casa. Por isso toda a saga dele para construir, para conseguir esse prédio. Esse prédio, mais importante do que as dependências do prédio, é o que simbolizou esse prédio. Você construir, não é? Ele andou o Brasil à procura de onde chegasse, construir. Se você observar a lei nº59 de 1936⁵ ela exala isso. No Instituto de Evandro, ele não só teria uma casa para fazer a parte experimental, como ele não concebia, vindo do guarda-chuva de Oswaldo Cruz e Carlos Chagas, de como se fazia a ciência médica naqueles tempos, ele é herdeiro disso, ele não conseguia pensar no sistema de pesquisa que não fosse estruturada, estruturada numa base.

Ou seja, a ideia de Evandro era fixar um polo de pesquisa na região Norte, constituir uma morada da ciência nessa região, que pudesse com essa permanência dar melhores resultados. Na verdade, o plano mais amplo de Evandro, como veremos mais à frente, era constituir uma rede de laboratórios em vários pontos estratégicos do Brasil, que pudesse cobrir o país. Como Evandro andou em diversos estados do norte e nordeste brasileiro buscando apoio para criação de uma instituição de pesquisa na região, a casa oferecida pelo governador do Pará, José Malcher, simboliza também a vitória de Evandro, e é o início dessa

³ Fazer uma pequena descrição do doutor Manoel

⁴ Estamos aqui nos referindo às expedições promovidas pelos sanitaristas, entre eles Oswaldo Cruz e o próprio pai de Evandro, Carlos Chagas.

⁵ Lei de criação do Instituto de Pathologia Experimental do Norte (xxxxx.xx). Na parte referente ao projeto de sentido analisamos trechos específicos desse documento.

rede de laboratórios que estava em sua mente, com vistas a debelar a insalubridade dos rincões brasileiros.

Com isso em mente, Evandro dá início às pesquisas de campo na Amazônia, que posteriormente incluiriam também estudos sobre malária e filariose, além da Leishmaniose Visceral. Entre os primeiros colaboradores de Evandro estava o Dr. Leônidas M. Deane que em uma publicação comemorativa aos 50 anos do IEC, em 1986, expressou o depoimento abaixo a respeito da importância de Evandro e o espírito do momento da fundação do IPEN:

Quero ressaltar quão importante foi, para o futuro do Instituto, o ter sido criado e no princípio orientado por Evandro Chagas. Evandro era uma pessoa invulgar. Inteligência privilegiada e notável capacidade de exposição e argumentação em vários idiomas, tinha também grande resistência física e um evidente dom de liderança. Comunicou ao grupo de jovens de sua equipe a mística do pioneirismo e o desejo de participar do trabalho detetivesco de elucidar a transmissão das doenças de nossas populações rurais. Abria-se para nós um novo mundo, o das pesquisas de campo. Um mundo duro mas fascinante por seu sabor de aventura e que nos empolgou de tal maneira que se tornou o ambiente da maioria das investigações de vários de nós pelo resto da vida. Essa mística se transmitiu às posteriores gerações de pesquisadores e muito influenciou para que o Instituto tenha podido trazer uma contribuição tão importante para o conhecimento da nosologia da Amazônia. (DEANE, 1986. p.53)

Nesse depoimento vemos como as pesquisas de campo se constituem em uma forte característica das atividades do IPEN, e que incidem em sua identidade e na discursivização de sua marca como veremos mais adiante. As motivações de Evandro Chagas para a criação do IPEN, como dissemos anteriormente, vislumbravam um plano mais ousado que seria a criação de uma rede de centros de pesquisa em pontos estratégicos espalhados pelas regiões do Brasil, para as investigações não somente das leishmanioses, mas também da doença de Chagas e outras doenças que proliferavam nos ambientes rurais (BARRETO, 2020, p.7). Assim o IPEN, a despeito de sua atuação mais incisiva no estado do Pará, também já estava designado desde sua fundação a ter como áreas de abrangência os estados do Amazonas, Maranhão e Território do Acre, além de outras localidades que se fizessem necessárias, conforme está descrito na sua lei de criação (PARÁ, 1936), muito embora fosse um órgão estadual.

Esse plano estava vinculado a uma ideia advinda dos primeiros sanitaristas - entre os quais seu pai estava incluso - de que seria dever da ciência colaborar para o avanço e

modernização do país trazendo soluções para as diversas endemias que se disseminavam no ambiente rural e comprometiam a produtividade dos trabalhadores dessas áreas.

A criação do IPEN pode ser vista como uma ação que visava dar continuidade à tradição de pesquisa em medicina tropical que notabilizara o IOC desde seus primórdios, especialmente a partir de sua associação às bandeiras e ideais do movimento sanitarista da Primeira República, e que tinha na doença descoberta por Carlos Chagas um emblema das relações que o instituto buscava estabelecer entre ciência, saúde pública e projeto nacional. (BARRETO, 2020, p.7)

As relações entre ciência, saúde pública e projeto nacional ficam bem claras quando se tem em conta que, o movimento sanitarista da primeira república, comandado por Oswaldo Cruz, esteve atuante principalmente na solução de questões sanitárias que implicavam no desenvolvimento econômico do país (FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ, 1992).

Dessa maneira, as expedições contemplaram os portos brasileiros que eram tidos como de grande insalubridade em âmbito internacional, o que prejudicava as trocas comerciais. Abrangeram também o empreendimento mais notável que foi a construção de estrada de ferro Madeira-Mamoré, onde Oswaldo Cruz atuou com a missão de debelar as grandes perdas de operários acometidos pelas endemias da floresta, para que a obra fosse concluída e facilitasse o comércio do látex.

Em 1937, Evandro seria o responsável por criar dentro do IOC o Serviço de Estudo de Grandes Endemias (SEGE) do qual o IPEN era o primeiro pólo. "O projeto era criar, em cooperação com os governos estaduais, institutos para estudar as principais doenças do interior do país e propiciar aos serviços sanitários instrumentos para o seu combate" (KROPF, xxx, 3622).

Entre os dois primeiros anos de fundação do IPEN as pesquisas se concentraram principalmente no diagnóstico da Leishmaniose Visceral e buscaram compreender o ciclo de transmissão da doença. Muitos estudos e achados foram realizados, entre identificações de novas espécies de leishmanias, mas que só seriam publicados algum tempo mais tarde. A citação abaixo embora seja longa é interessante para demonstrar as condições em que eram realizados esses trabalhos nos primeiros momentos da Instituição, onde além das dificuldades de cunho geográfico, Evandro enfrentou dificuldades financeiras para a manutenção da equipe, devido a atrasos nos repasses dos salários pelo governo do Estado:

Nos primeiros anos, as verbas eram curtas, mas sobrava o entusiasmo e diante de nosso fanatismo profissional os desconfortos, riscos e dificuldades eram quase sempre ignorados. Passamos grande parte de um período de dois anos (1937-1938)

nas matas de Piratuba, município de Abaetetuba, no Pará, tendo como residência uma palhoça, junto à qual ficavam o "laboratório" e o "refeitório", sob tendas de lona; trabalhávamos do alvorecer até tarde da noite, à luz de lampiões de querosene, vendo doentes, puncionando esplenomegalias, examinando cães, gatos e animais silvestres, capturando flebótomos e mosquitos, dormindo em redes às vezes armadas entre árvores, ou no chão de barracas, paióis ou trapiches; viajávamos léguas a pé ou em barcos com motor de popa ou canoas, carregando às costas redes, mosquiteiros e parte do rancho da parafernália necessária ao trabalho; passamos por violentas tempestades nas matas ou nos rios, naufragamos duas vezes e Evandro sofreu um sério acidente quando, viajando sozinho num bote a motor, a explosão deste provocou-lhe queimaduras que o mantiveram por muitos dias no hospital. (DEANE, 1986, p.59)

A narrativa de Deane explicita bem a missão de "desbravamento" - para usar essa palavra que toma ímpetus de um novo bandeirantismo - que era se deslocar no território amazônico àquela época - e às vezes ainda o é hoje. Seus relatos contam ainda de viagens em aviões monomotores do Correio Aéreo Nacional com asas de lona por vezes remendadas; o deslocamento em uma avião do Acre para o Amazonas onde de última hora foi transferida a bateria de um carro (um táxi o único veículo no lugar) para o seu funcionamento; além do encontro com onças, jacarés e etnias indígenas inamistas.

Ainda em 1938, dois integrantes da equipe do IPEN foram destacados para realização de atividades em outras localidades. Gladstone Deane foi enviado para o Ceará para investigar casos de Calazar, e infecções pelo *Trypanosoma cruzi*⁶ em animais domésticos, além de acompanhar uma epidemia de Malária que estava a se disseminar. Maria Paumgarten seguiu para o Rio de Janeiro para se aperfeiçoar em clínica e métodos de laboratório no IOC. Em 1939, o IEC expande cada vez mais sua área de atuação com Evandro estabelecendo um consultório-laboratório no interior do Ceará para estudo dos casos de malária.

Um importante acontecimento é a visita em 1940 de Getúlio Vargas ao IPEN onde este expressa publicamente seu apoio a Evandro Chagas, mostrando-se entusiasmado com o projeto conduzido pelo cientista, o que fortaleceu o capital político de Evandro que enfrentava junto a outras autoridades de saúde da região, divergências quanto a condução dos trabalhos sanitários. Em 1938, Evandro já tinha conseguido com Vargas um vultoso recurso federal para continuidade das atividades do IPEN, visto que após o primeiro ano de atuação o governo do Pará já havia reduzido pela metade suas contribuições para manutenção das atividades.

A este momento Evandro havia desenvolvido um grande projeto de inquérito epidemiológico da malária nos estados do Pará e Amazonas, ao qual no dia 05 de novembro de 1940, sairia sua nomeação junto com outros cientistas para o início da empreitada.

⁶ Parasito causador da doença de Chagas.

Infelizmente, em 08 de novembro, 3 dias após essa nomeação, Evandro seria vítima de um acidente aéreo quando o avião que este viajava para o Rio de Janeiro se chocou com um pequeno monomotor que fazia acrobacias sobre a Baía da Guanabara.

A morte de Evandro foi um choque para o IPEN e seus primeiros colaboradores, que no primeiro momento ficaram desorientados quanto à continuação das atividades do instituto. Em sua homenagem, um mês após a morte de Evandro, o IPEN seria renomeado para Instituto de Patologia Experimental Evandro Chagas e, posteriormente, para o nome atual: Instituto Evandro Chagas.

Para este primeiro momento é importante compreender que diretrizes foram deixadas por Evandro, o que na sequência se constituiu enquanto identidade da instituição fundada por ele. A primeira delas, que talvez possamos elencar, é de muito mais do que realizar ações pontuais para solucionar problemas sanitários, Evandro estava interessado em realmente formar um centro de pesquisas em saúde que fosse capaz de ter autonomia. Nesse sentido, reside sua preocupação em formar colaboradores na própria região amazônica. E essa foi uma característica que o Instituto Evandro Chagas abraçou nos tempos seguintes:

O IPEN, vencidas as barreiras iniciais para sua continuidade, de fato se tornaria uma das primeiras escolas de pesquisadores em saúde pública na região amazônica. Ali se criou um espaço para carreiras e práticas científicas que aliavam trabalhos de campo e de laboratório voltados ao estudo e ao enfrentamento da “patologia regional”, e que justamente por isso conferiam legitimidade à dimensão acadêmica destas contribuições à medicina tropical em nível nacional e internacional. Alguns dos discípulos de Evandro Chagas se destacariam, pouco tempo depois, nos campos da saúde pública e da ciência nacional, como Leônidas Deane e Maria Deane, Felipe Nery Guimarães e Wladimir Lobato Paraense, cujas trajetórias – não apenas no Norte, mas em outras latitudes – seriam decisivas para tornar esse espaço de ciência criado na “periferia” do país um centro pujante de pesquisa biomédica que sobrevive até os dias de hoje. (BARRETO, 2020, p. 17)

Outra característica importante é a disposição para a aventura que são as pesquisas de campo, em uma região que, até aquele momento, não dispunha de corredores viários de fácil acesso. As viagens do eixo Rio-São Paulo só eram realizadas por via aérea ou em viagens de navio que duravam até 3 meses. Os deslocamentos, conforme descrito, impunham aos pesquisadores resistência e coragem para enfrentamento de condições bastante hostis de trabalho (DEANE, 1986, p.59).

Por todo esse espectro de sentidos, podemos perceber que o plano que Evandro trouxe para o IPEN, desde o início, já carregava o germen do que a instituição deveria ser: um pólo de investigação científica *in loco*, um posto avançado, com a valorização da mão de obra local

e a formação de novos talentos a serem construídos e advindos de seu próprio território. É em razão disto que a formação e o ensino são marcas fortes na identidade do IEC (PINHEIRO, 1986, p. 73).

Essas questões ficam demonstradas nesses acontecimentos históricos iniciais e, por exemplo, na longevidade do Curso Técnico de Laboratoristas que foi criado em 1953 para ofertar recursos humanos capacitados ao diagnóstico laboratorial, dando prioridade a técnicos residentes em áreas do interior e ainda hoje em atividade.

Após a trágica morte de Evandro, o então presidente Getúlio Vargas se sente compelido a não deixar se desarticularem os projetos, então em pleno desenvolvimento arquitetados pelo cientista, e nomeia para seu lugar no SEGE, Carlos Chagas Filho, seu irmão mais novo. Este, por sua vez, indica o Dr. Bichat Rodrigues para ficar à frente do Instituto Evandro Chagas. Bichat chega a desenvolver diversas pesquisas originais, dentre as outras que já estavam em execução, nos dois anos que ficou à frente da instituição.

1.3 Novos moradores na Casa de Evandro

Em 1942, com vistas a dar melhores condições aos "soldados da borracha" que vieram para a Amazônia retomar a produção do látex, foi criado o Serviço Especial de Saúde Pública (SESP), fruto de acordo bilateral entre o Brasil e os Estados Unidos. Com a perda das plantações para produção da borracha no oriente devido às conquistas do exército japonês na II Guerra Mundial, os países aliados envidaram esforços para produção desses materiais que eram de vital importância para o esforço de guerra. Nessa ocasião, o IEC foi incorporado ao SESP como seu laboratório central e órgão de pesquisas (DEANE, 1986, p.57). Dessa maneira deixa de ser um órgão estadual e passa a integrar a esfera federal, consagrando sua abrangência maior que já estava descrita desde o início.

O principal objetivo era o combate à malária, ação em que o IEC teve papel primordial, orientando as ações através dos estudos e, ao mesmo tempo, realizando uma ampla pesquisa que detalhou diversos aspectos do ciclo de transmissão da enfermidade, comportamento e zoneamento dos vetores, em uma grande quantidade de excursões que foram feitas por todo o território amazônico.

O próximo grande momento da história do IEC, é a criação em 1954 do Belém Virus Laboratory (BVL), que funda uma de suas primeiras parcerias internacionais, e que está

diretamente ligado ao desempenho internacional que o IEC alcançou nos anos seguintes. A criação do BVL foi fruto de acordo entre a Fundação Rockefeller e o SESP.

Como responsáveis pelas atividades, foram designados o casal Ottis e Calista Causey, que se tornam os novos moradores da casa de Evandro. Os dois eram pesquisadores americanos que já atuavam no Brasil desde a década de 40 nas atividades que a Fundação Rockefeller desenvolvia no país, em especial no Serviço de Febre Amarela e no Serviço de Malária no Nordeste (ANDRADE, 2019, p. 7)

A atuação dos Causey marcou avanços significativos nos trabalhos do IEC, e foi responsável pela implementação de pesquisas na área de virologia, que até 1985, havia identificado 141 arbovírus⁷ na região amazônica, em sua grande maioria novos para a ciência. Esse número, segundo Pinheiro (1986, p.69), constituiu um recorde mundial, e levou outro cientista que atuou juntamente com os Causey e que posteriormente os substituiu à frente do laboratório, Robert Shope, a afirmar que "a floresta estava cheia de vírus".

Andrade (2019) argumenta que a instalação de um laboratório de vírus na Amazônia constituía uma ideia evocada nos países desenvolvidos e nas discussões entre os cientistas após o término da 2ª Guerra Mundial de que para o desenvolvimento dos países periféricos era necessária a erradicação das doenças que assolavam esses países, sustentado na crença de que o avanço tecnológico seria responsável por libertar essas regiões do atraso. Essa atuação também tinha obviamente intenções geopolíticas que estabeleciam com essas nações uma relação de colonialismo científico e que pretendiam afastar as possibilidades de uma influência soviética.

O discurso quanto o emprego da ciência serviria para redimir a Amazônia do atraso e da insalubridade pode ser observado em uma palestra proferida por Djalma Batista, diretor do Instituto Nacional de Pesquisa da Amazônia (INPA) entre os anos de 1959 e 1968:

A ciência e a civilização, a serviço do desenvolvimento social e econômico, livrarão a Amazônia, mais cedo ou mais tarde do estigma de região inabitável, e aqui os homens dominarão a natureza primitiva, para se tornarem realmente senhores da terra (Batista, 1967, p. 19 APUD Andrade, 2019, p.5).

Esse discurso, como vemos, expressa o imaginário que ficou estabelecido na Amazônia desde sua "invenção" (GONDIM, 2007), como lugar de uma natureza indomável e

⁷ Arbovírus vem da palavra em inglês *arthropode-borne-virus*, ou seja, vírus nascido de artrópodes.

tão fascinante quanto perigosa. Trataremos disso mais detalhadamente no tópico 2.2, nas diversas conceituações e imaginário que foram se assentando sobre a região.

Por hora, é importante ressaltar que a parceria com a Fundação Rockefeller interligava o IEC com uma rede de laboratórios em vários países. Nos locais onde atuava, a instituição promovia uma profícua troca de conhecimentos entre esses laboratórios, que incluíam unidades no Egito, Índia, Trinidad e Tobago, África do Sul, Colômbia, Brasil, entre outros. Todos eram liderados por um laboratório central em Nova York para onde as amostras eram enviadas e os diagnósticos eram fechados (ANDRADE, 2019, p.7).

O Laboratório de Vírus formou a primeira geração de virologistas do IEC, entre eles Francisco Pinheiro, Amélia Homobono, Gilberta Bensabath e Amazônia Toda Tang. Após a finalização das atividades da Fundação Rockefeller o BVL foi incorporado à estrutura do IEC (PINHEIRO, 1986, p. 69) e esses pesquisadores junto a outros que foram chegando, deram continuidade às atividades, e hoje, já contabilizam 210 novos vírus para a ciência (ROSA, 2016, p.69), constituindo um dos maiores acervos mundiais, e sem dúvida colocando o IEC como um expoente na identificação de novos vírus.

Alguns anos depois, uma nova leva de moradores se instalaram na morada de Evandro, vindos dessa vez da Inglaterra. Os pesquisadores Ralph Lainson e Jeffrey Shaw, ambos formados na Escola de Higiene e Medicina Tropical de Londres (LSHTM⁸), vieram para o Brasil em setembro de 1965 (SHAW, 2016, p.24).

Lainson alcançou seu PhD em 1955 na LSHTM e após isso continuou trabalhando na instituição. O professor de Lainson, Percy Cyril Garnham, disse ao jovem Lainson que ele não poderia aprender nada a respeito de medicina tropical em Londres (Ibid., p.24), e o aconselhou a ir para os trópicos. Assim, Lainson se direcionou para as Honduras Britânicas (hoje, Belize) e entre seus achados, na pesquisa de campo, encontrou lesões provocadas por leishmanias no rabo de ratos selvagens. Pouco tempo depois, Shaw também foi incentivado pelo Prof. Ganham para ir para Honduras estudar parasitas em preguiças, trabalho que lhe concedeu seu PhD. Eles se conheceram em Honduras e formaram uma amizade por toda a vida.

De volta a Londres, ambos se sentiam compelidos a voltar o mais breve possível para o trabalho de campo. Dessa maneira, Lainson retornou primeiramente às Américas, em 1964, e visitou laboratórios na Colômbia, Venezuela e Brasil, sendo um deles o IEC. Nessa ocasião,

⁸ LSHTM é a sigla em inglês para London School of Hygiene and Tropical Medicine

conversando com Ottis Causey, mostrou a fotografia do seu achado em Honduras, da lesão provocada por leishmania no rabo de um rato. Otis comentou que já tinha visto lesão semelhante em um rato selvagem capturado na floresta do Utinga, área nas proximidades de Belém.

Essa foi a motivação para que Lainson voltasse para Londres e fizesse o que fosse necessário para voltar o quanto antes a Belém. O Prof. Garnham lhe facilitou um contato com o diretor da Wellcome Trust, fundação de financiamento de pesquisas em saúde, e junto com Shaw, ele conseguiu consentimento para um primeiro projeto de 3 anos, que depois foi estendido diversas vezes.

De volta a Belém em outubro de 1965, Lainson e Shaw foram recebidos pelo Dr. Miguel Azevedo, neste momento, respondendo pela direção do IEC. Eles receberam quatro laboratórios que estavam parados. Com o recurso da Wellcome Trust equiparam as instalações e deram início ao trabalho, que foi bastante facilitado pela estrutura deixada para o trabalho de campo desenvolvido na área de arbovirologia pela Fundação Rockefeller.

Dá em diante foram muitos achados novos para a ciência, e uma profícua interação com os institutos britânicos de medicina tropical, assim como de outras partes do mundo. Dentre essas descobertas temos a descrição de diversas novas espécies de leishmanias e flebotomíneos⁹. O trabalho realizado por Lainson e Shaw, e que depois foi agregando outros colaboradores locais, a exemplo do Dr. Habib Fraiha e do Dr. Fernando Tobias Silveira, desenvolveu-se tornando a área de parasitologia ativa e vibrante de novo no IEC. Segundo Shaw (2016, p.25) após a década de 40, as pesquisas nesse ramo ficaram quase que totalmente paralisadas na instituição. Abaixo, Shaw define a influência e dimensão da Wellcome Trust no IEC:

The Wellcome Trust's influence in the IEC was exceptional. As the Rockefeller Foundation, had created a flourishing Arbovirology Section the Trust created a flourishing Parasitology Section. Trust funding over the years in the IEC was responsible for the production of over 500 scientific works in parasitology that included original papers and book chapters. The impact of these works reverberated and ramified throughout the world stimulating and challenging workers in different parasitological areas, especially those related to leishmaniasis and Chagas disease. I am honoured and proud to have been a small part of this. (SHAW, 2016, p.37)¹⁰

⁹ Mosquito transmissor da leishmaniose.

¹⁰ A influência da Wellcome Trust no IEC foi excepcional. Assim como a Fundação Rockefeller criou uma fértil Seção de Arbovirologia, o Trust criou uma florescente Seção de Parasitologia. O financiamento da Wellcome Trust ao longo dos anos no IEC foi responsável pela produção de mais de 500 trabalhos científicos em parasitologia que incluíam artigos originais e capítulos de livros, relacionados à leishmaniose e à doença de Chagas. Sinto-me honrado e orgulhoso de ter feito uma pequena parte disso. (TRADUÇÃO NOSSA).

Lainson dedicou o restante de sua vida aos estudos parasitológicos no IEC e faleceu em maio de 2015. Shaw atualmente trabalha no Instituto de Ciências Biomédicas da Universidade de São Paulo (USP), e ainda mantém contatos com o IEC. O que queremos mostrar com essa contextualização é de como a participação desses cientistas e instituições de fora do Brasil contribuíram para que o IEC tivesse entrada e fosse conhecido em outras latitudes. Temos ainda diversas outras instituições e pesquisadores que somam a esse aspecto, mas esses talvez sejam os mais notórios, e que aqui servem para caracterizar em parte como aconteceu a formação da instituição.

Creemos ser importante na caracterização do IEC mencionar a entrada de outros novos moradores na Casa de Evandro, que advieram de outras áreas de formação que não aquelas vinculadas diretamente à medicina, biologia e ciências da saúde. Assim é que a gravidade de situações relacionadas à saúde pública, causadas por problemas ambientais nas populações amazônicas, motivaram a pesquisadora Elisabeth Conceição de Oliveira Santos, da área de virologia do Instituto, a propor a criação no IEC de uma área que pudesse englobar a relação da saúde com as condições ambientais (JESUS, 2016, p.84).

Essa foi a porta de entrada na instituição para a atuação de colaboradores advindos de outras *expertises* como a geologia, química, engenharia entre outros. A ascensão de uma preocupação com a temática ambiental em nível mundial, iniciou-se especialmente após o término das duas grandes guerras do séc. XX, que deixaram um lastro das consequências à saúde humana no uso de elementos químicos. Essa mesma consequência também era percebida pelos resíduos e poluição provocados por uma atividade industrial cada vez mais intensa, que deixava à mostra os malefícios de uma exploração predatória dos recursos naturais em nome do desenvolvimento.

Os sinais de alerta são acionados pela própria ciência, que adverte com diversos estudos sobre a degradação ambiental que poderia colocar inclusive em risco a sobrevivência humana. De outra sorte também a reflexão a respeito da finitude dos recursos naturais e a necessidade de se repensar esse modelo em busca de uma *sustentabilidade*. Nesse cenário a Amazônia emerge como lugar de grande importância, com a grandiosidade de sua floresta e rios, que naquele momento detém um dos maiores reservatórios naturais existentes no mundo.

Não é à toa, portanto, que o ano de criação do Laboratório de Ecologia Humana e Meio Ambiente é 1992. A realização da Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e Desenvolvimento, mais conhecida como ECO-92, batia à porta do Brasil, sendo

um importante marco do debate ambientalista e que, em consequência, teve bastante impacto sobre a Amazônia, sua intensa midiaticização (AMARAL, 2016), e a discussão das questões ambientais dali por diante. A notoriedade desse momento é enfatizada por Jesus (Ibid., p.84):

A criação da SAMAM¹¹, além de fruto da atenção e dos ideais da dra. Elisabeth Santos pelas questões ambientais e suas repercussões na saúde e qualidade de vida na Amazônia, representou, sobretudo, um novo universo de atuação para o IEC em pesquisa e investigação de campo na área ambiental. Além disso, proporcionou a ampliação da capacidade de resposta à demanda de vigilância em saúde nessa nova área denominada Saúde Ambiental, que ainda estava sendo delineada de forma incipiente no Brasil durante a década de 1990, com base nos debates e definições internacionais e nacionais que estavam em curso sobre o tema.

Os estudos relacionando saúde e meio ambiente no IEC assim acompanham o desenvolvimento dessa área no Brasil, de forma que o IEC tem reconhecida sua atuação pelo Subsistema Nacional de Vigilância em Saúde Ambiental (SINVSA) nas especialidades de qualidade da água, metais e agrotóxicos, com vistas ainda a expansão dessas referências em cianobactérias e virologia ambiental.

É importante destacar que essa trajetória se inicia com estudos sobre o impacto do uso de mercúrio em atividades garimpeiras em diversas partes da Amazônia, onde o projeto pioneiro foi na bacia do Rio Tapajós. Dessas iniciativas o Projeto Mercúrio, realizado em parceria com o Centre of Latin American Studies da Universidade de Cambridge no Reino Unido, é um dos de grande importância na SAMAM. Realizado no período de 1994 a 1997, o projeto foi coordenado pelo Dr. David Cleary, sendo financiado pela União Europeia.

Outra parceria de vulto foi a estabelecida com o Instituto Nacional para a Doença de Minamata (NIMD), financiada na segunda metade da década de 90 pela Agência de Cooperação Internacional do Japão (JICA). Os pesquisadores do IEC participaram do treinamento com o Dr. Hirokatsu Akagi, e o IEC recebeu doações de equipamentos de análise de Hg (mercúrio) e metilmercúrio. Daí se seguiu uma fértil e intensa parceria com os cientistas japoneses e sua tecnologia para detecção de mercúrio. Outras técnicas e equipamentos foram incorporados ao parque científico da SAMAM, mas a acurácia dessa metodologia continua sendo uma das mais utilizadas pelos cientistas do IEC.

Como consequência dessa especialização, o Instituto posteriormente foi sede e ofertou o treinamento para esse diagnóstico juntamente com o Japão para 39 técnicos de sete países da América do Sul: Bolívia, Colômbia, Equador, Guatemala, Peru, Suriname e Venezuela.

¹¹ SAMAM era nomenclatura que posteriormente o Laboratório de Ecologia Humana e Meio Ambiente viria a adquirir, sendo a sigla empregada no IEC para Seção de Meio Ambiente.

A SAMAM esteve envolta ainda em diversos outros estudos envolvendo contaminação ambiental em consequência da atividade mineradora, onde uma das áreas mais proeminentes é o distrito industrial de Barcarena, cenário de diversos acidentes ambientais, e que é monitorado desde a segunda metade da década de 2000. A expertise ambiental dessa área do IEC é também constantemente acionada pelo Ministério Público quando há a necessidade de esclarecimento de denúncias feitas pelas populações a respeito de contaminação ambiental, e isso implique em alguma judicialização dos casos.

1.4 Uma nova morada para o IEC

Com o crescimento do IEC ao longo dos anos, os espaços no Casarão na Almirante Barroso e mais alguns prédios que foram erguidos ao seu redor foram ficando cada vez mais exíguos para comportar tantas atividades. Desta maneira, na segunda metade da década de 80 iniciam-se as obras para construção de um novo campus no km 7 da BR-316 no município de Ananindeua (IEC, 1986, p.41). Essas novas instalações foram construídas em um terreno que já pertencia ao IEC e abrigava o biotério de produção de animais da instituição, em uma área de aproximadamente 350 mil m². Aos poucos as atividades foram sendo transferidas para essa nova estrutura, que contava com laboratórios desenhados dentro de condições mais modernas e adequadas aos requisitos científicos preconizados no momento.

Em 2010 foram inaugurados os Laboratórios NB3 e infectório NBA3 dentro da estrutura da Seção de Arbovirologia e Febres Hemorrágicas, considerado na época o maior complexo da América Latina, destinado a pesquisas e estudos com vírus de elevado risco. A inauguração do NB3 inseriu o IEC na rede de laboratórios que trabalham com vírus de elevado risco, entre eles o Ebola. No mesmo período houve também a criação do Centro de Inovações Tecnológicas (CIT), que possibilitou o início das pesquisas com nanotecnologia, genômica e proteômica.

O ano de 2010 também foi o ano em que foi realizado o primeiro concurso para contratação de servidores para o IEC, e é o período em que a grande maioria dos pesquisadores entrevistados nessa pesquisa passam a fazer parte do quadro efetivo da instituição.

Com o deslocamento da maior parte dos laboratórios e serviços administrativos para o campus na BR, o Casarão na Almirante Barroso manteve suas atividades, mas agora destinado a se tornar o Museu do IEC. Contudo, ainda permanece nesse campus as atividades do recém

inaugurado Núcleo de Pesquisas Clínicas, vinculado à Seção de Virologia, a Seção de Hepatologia, além do Serviço de Microscopia Eletrônica. Esse dois últimos já tem disponibilizada novas estruturas no campus em Ananindeua e dentre em breve devem realizar a transição dos espaços. .

1.5 IEC na atualidade: uma marca da ciência na Amazônia

Na atualidade o IEC comporta, treze seções científicas (Arbovirologia e Febres Hemorrágica; Bacteriologia e Micologia; Criação e Produção de Animais; Seção de Epidemiologia; Seção de Recebimento de Materiais Biológicos; Seção e Hepatologia; Seção de Meio-Ambiente; Seção de Parasitologia; Seção de Patologia Clínica e Experimental; Seção de Virologia; Seção de Gestão da Biossegurança e Qualidade; Seção de Inovação, Tecnologia e Patentes; Seção de Ensino, Informação Científica e Memória) além de diversos serviços de apoio. Em julho de 2021, o IEC foi reconhecido como Instituição Científica, Tecnológica e de Inovação (ICT) pública do Ministério da Saúde (MS) (Portaria GM/MS nº 1.674,) e quase um ano depois também teve sua estrutura regimental IEC atualizada pelo Decreto nº11.098 de 20 de Junho de 2022 e novamente pelo Decreto nº 11.358, de 1º de janeiro de 2023, fazendo parte atualmente da Secretária de Vigilância em Saúde e Ambiente (SVSA).

A ampliação de seções científicas aconteceu no decorrer da elaboração desta dissertação, razão pela qual, nas entrevistas com os pesquisadores, terem sido elencados representantes de apenas nove dessas unidades. Nossa pesquisa corresponde à estrutura que estava vigente até o ano de 2021, período em que delimitamos nosso recorte. É importante frisar que até bem pouco tempo fazia parte da estrutura do IEC o Centro Nacional de Primatas, que agora é uma unidade independente dentro da estrutura do Ministério da Saúde.

O novo regimento legitimou administrativamente as iniciativas de inovação tecnológica e de ensino, que conta com dois cursos de pós-graduação em nível de mestrado e doutorado em Virologia (o primeiro da América Latina) e o outro em Epidemiologia e Vigilância, além de diversas outras iniciativas como o Curso Técnico de Nível Médio em Análises Clínicas, que forma profissionais de nível médio para atuação na área laboratorial do Sistema Único de Saúde (SUS).

Segundo dados do relatório de gestão de 2022 (INSTITUTO EVANDRO CHAGAS, 2023), o IEC conta atualmente com 434 servidores, e uma dotação orçamentária de R\$ 63.419.434,74, acrescidos de mais R\$18.027.770,44 em repasses de acordos e convênios.

Constam atualmente em andamento 371 pesquisas científicas, relacionadas a 243 projetos em 69 linhas de estudos.

O IEC também dispõe de um portfólio de 198 ensaios de diagnóstico laboratorial em diversas áreas para atender a vigilância em saúde no âmbito da saúde ambiental, animal e humana, entomológica e malacológica. De posse dessa *expertise* o IEC colaborou com a rede de diagnóstico da vigilância em saúde do MS em quase todos os estados do Brasil, incluindo o Distrito Federal. Desse trabalho resultaram 78.464 análises diagnósticas em 2022. No que se refere à produção científica foram registrados em seu repositório institucional 171 artigos científicos e 5 capítulos de livros em 2022.

O IEC detém várias iniciativas que corroboram para o seu reconhecimento nacional e internacional, como recentemente ter sido recredenciado como Centro Colaborador da OPAS/OMS para Arboviroses Emergentes e Reemergentes e outros Vírus Zoonóticos Emergentes; ser um dos NICs (National Influenza Center) para a OMS juntamente com a Fundação Oswaldo Cruz (FIOCRUZ) e o Instituto Adolfo Lutz, sendo desde o início um dos laboratórios de referência no enfrentamento da pandemia de COVID-19; ou mesmo ter sido a instituição escolhida pelo Ministério da Saúde para realizar os estudos preliminares dos impactos ambientais referentes aos desastres de Mariana e Brumadinho.

Uma notícia mais recente ainda, é a respeito de um estudo da Universidade de Stanford que elaborou um ranking com os 100 mil pesquisadores mais influentes do mundo (BAAS, 2021). Esse é o terceiro ano que o ranking é editado, e no ano de 2021 o IEC conta com 4 pesquisadores elencados, entre eles Ralph Lainsou (já falecido), Alexandre Linhares, Pedro Vasconcelos e Fernando Silveira. No mesmo ranking a Universidade Federal do Pará (UFPA) conta com 2 pesquisadores, o Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia (INPA) com 4, e apenas a título de comparação, a Universidade de São Paulo (USP) conta com 169 pesquisadores, a Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) tem 62 pesquisadores, e a Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), 50 pesquisadores.

1.6 O casarão do IEC e sua vinculação com a Marca

Devido à sua importância enquanto símbolo do IEC, o Casarão merece que façamos aqui alguma contextualização a seu respeito de modo destacado. Em entrevista concedida à esta pesquisa, o Dr. Manoel Soares fala mesmo no Casarão como representando uma fixação da pesquisa científica no território, como já mencionamos anteriormente. Ou seja, o Casarão no sentido de criar moradia permanente, já que identifica nos preceitos defendidos por Evandro quanto à atuação do IPEN, que era necessário ultrapassar o modelo das expedições sanitárias. Como explicamos anteriormente, Evandro tinha um plano de cobrir todo o Brasil com uma rede de laboratórios.

O Casarão de certa forma materializa e conjuga afetos daquele momento inicial das atividades do IPEN e todos os sonhos e idealismo presentes, por isso, sua vinculação simbólica na representação do atual IEC. Segundo pesquisa de Santos (2013, p.12), a construção do prédio foi realizada em 1908 pelo engenheiro Henrique Santa Rosa, no período final da época áurea da borracha. Santa Rosa, atuou por muitos anos como diretor de Viação e Obras Públicas do governo estadual, dessa maneira, além do Casarão, contabiliza diversas obras de vulto na arquitetura paraense.

Além de tudo, teve também uma profícua produção intelectual em geografia e história, sendo defensor dos ideais de salubridade e modernização do cenário urbano que ganharam destaque na França e dominavam o pensamento europeu no momento, expandindo-se por todo o mundo. Sobre ele Santos (2013, p. 12) nos diz que:

Nesse sentido, mostra-se bastante afinado com as concepções modernizantes que se desenhavam para a nação naquele momento. O progresso, a modernidade e a civilização estavam na "ordem do dia", e Santa Rosa, como um representante do Estado, é um dos propagadores desse discurso.

O período de construção do casarão está compreendido entre os anos do governo de Augusto Montenegro à frente do Estado do Pará e de Antônio Lemos à frente da intendência municipal, ambos reconhecidos por modificar a paisagem urbana de acordo com os ideais europeus, dentro desse discurso civilizador e sanitário, o que lhes foi facilitado pela pujança econômica da exportação de borracha. Dessa maneira, percebemos que o Casarão arquitetonicamente de alguma forma expressa esses valores simbólicos.

Não se tem registro se a construção no início era para usufruto da família de Santa Rosa ou de um cliente. Contudo, pela localização, tratava-se de uma casa de veraneio, onde as

famílias aquinhoadas costumavam passar os finais de semana, distante do centro da cidade. O endereço da casa era em uma avenida chamada naquela época de Tito Franco, no Marco da Légua, área de expansão da cidade, que ficava em frente à estrada de ferro Belém-Bragança.

De 1908 até 1936 o Casarão teve vários proprietários até ser alugado por decisão do governador José Malcher para abrigar as atividades do IPEN. Como sua estrutura era residencial, algumas adaptações foram realizadas, como outras edificações que foram construídas ao seu redor, para abrigar novos laboratórios, além da construção de um serpentário. Contudo, sem que fossem realizadas mudanças em relação ao seu desenho original (SANTOS, 2015, p.397).

Do ponto de vista estilístico Miranda *et al* (2013, p.336) fazem a seguinte descrição de suas feições:

Sua arquitetura caracteriza-se por ser bastante singular, com influência das residências germânicas, cobertura achatada em suas extremidades e ornamentação peculiar. A escadaria que dá acesso à entrada principal é robusta, ligeiramente curva em suas extremidades e arrematada por pinhas laterais, fazendo jus ao estilo do prédio. O interior é todo em madeira de lei, e o prédio principal possui porão habitável.

Outro destaque dado pela autora é com relação ao frontispício da edificação que tem uma simetria e ritmo equilibrado na sequência das janelas, conjugado com a cobertura que remete aos frontões triangulares clássicos. Essa característica foi aproveitada no redesign do logotipo, já que, por simples formas geométricas foi possível simplificar o símbolo gráfico.

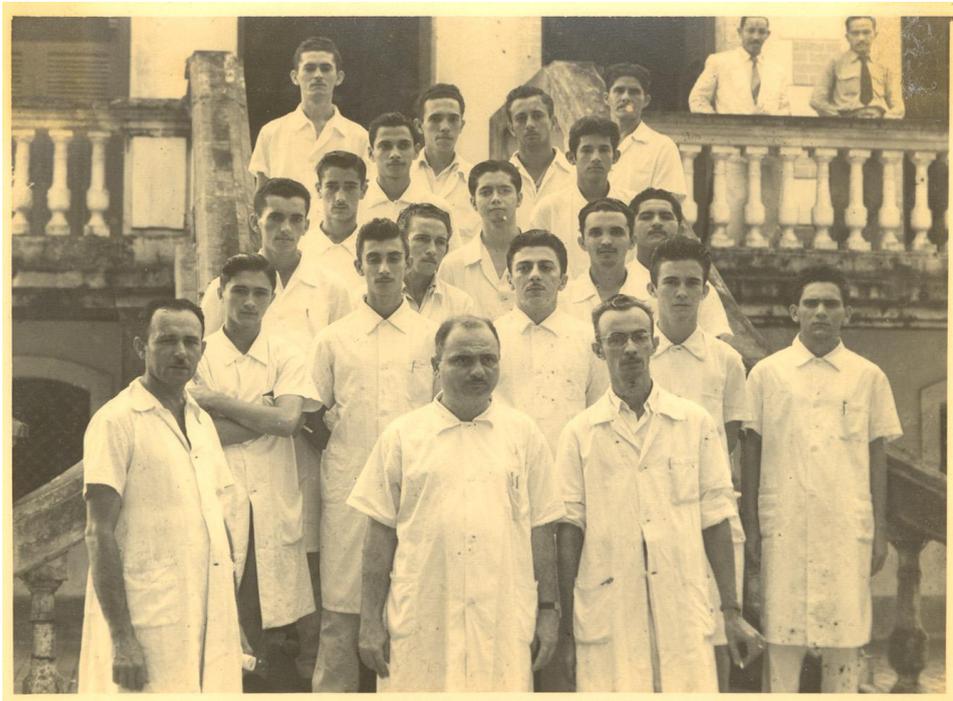
Outro aspecto importante para se descrever sobre a relação de representação do IEC com o seu Casarão de origem, são as clássicas fotos feitas em sua escadaria ao longo dos anos. Tornou-se um requisito básico dos visitantes do IEC fazerem esse registro em suas escadarias. E isso começou com as fotos das turmas de formandos do Curso de Laboratorista. Abaixo dispomos de algumas dessas imagens que constituem essa expressão de afeto.

Figura x - Foto de Evandro Chagas junto com Orlando Costa na base da escadaria.



Fonte: Museu do Instituto Evandro Chagas.

Figura X - Foto da turma do Curso de Laboratoristas nas escadarias do Casarão (195x).



Fonte: Museu do Instituto Evandro Chagas.

Figura X - Foto dos servidores do IEC na década de 80. (195x).



Fonte: Museu do Instituto Evandro Chagas.

Figura X - Visita do Secretário e comitiva da Secretaria de Vigilância em Saúde (SVS/MS) (2021)



Fonte: Assessoria de Comunicação do IEC. 2021

No capítulo 3, alguns dos itens que faremos a análise quanto a constituição de manifestação da marca serão o símbolo gráfico ou logotipo e o nome do Instituto. Nesta parte discutiremos mais a fundo que significados o Casarão evoca na composição dos sentidos da Marca IEC.

2. APORTES TEÓRICOS PARA APREENDER O OBJETO: MARCA, AMAZÔNIA, CIÊNCIA E DECOLONIALIDADE

Neste capítulo iremos apresentar o instrumental teórico e metodológico que empregamos em nossa pesquisa. Primeiramente, realizaremos uma abordagem sobre o fenômeno marca e a forma com que trabalhamos esse objeto dentro de nosso estudo, com o foco no conceito de que a marca é uma instância enunciativa, ou seja, uma matriz para a construção de discursos e sentidos, que nas sociedades contemporâneas exerce grande influência na lógica do fluxo de sentidos e em toda a discursividade social. Também estabelecemos uma articulação entre as abordagens de Semprini e Verón.

No item 2.2 abordamos a Amazônia e como os sentidos dados à ela foram se construindo ao longo do tempo, fixando sobre ela uma imagem de lugar selvagem, inóspito e atrasado, até que na contemporaneidade sua vinculação com as questões ambientais promove uma grande publicização que termina por a converter suas idiossincrasias em uma marca. No tópico 2.3 nossa abordagem se deterá na conceituação que daremos à ciência, especialmente no que concerne a produção de ciência estabelecer um ordenamento geopolítico com as oposições do Sul e Norte Global, o que condiciona a produção científica brasileira a uma posição periférica, e da Amazônia com periférica dentro do Brasil. Em ambos os tópicos sobre Amazônia e ciência lançamos mão de autores decoloniais para emoldurar nossas perspectivas.

2.1 Marca - um dispositivo sociossemiótico de articulação e organização de sentidos e discursos

2.1.1 Concepção de marca e cenário de incidência do fenômeno

De uma maneira geral, a maior parte das pessoas entende a marca como o grafismo visual que designa uma empresa/instituição/produto. Mas é perceptível também que além

disso aquele símbolo visual, ou mesmo apenas o seu nome verbalizado como fator de distinção, atribui valor e um conjunto de sentidos ao que quer que esteja servindo de suporte para sua aplicação, ou que esteja de forma simbólica vinculado a ela.

A ideia de marca como forma de identificação e distinção da procedência de algo é bastante antiga. Existem achados de utensílios na Roma antiga em que ânforas de vinho tinham cunhados nomes, símbolos visuais e inclusive datas (provavelmente, indicando o período de envase). São conhecidos também os desenhos heráldicos durante a idade média que dispostos nos escudos, bandeiras e outros objetos, identificavam grupos de soldados pertencentes a determinados reinados (COSTA, 2008).

Essa identificação já servia também como um elemento de distinção social e de valores que esses grupos expressavam, seja de bravura, coragem, honra dentre outros sentidos, o que em si já se assemelhava com o construto simbólico que as marcas viriam a se constituir no futuro.

Contudo é a partir do século XX que as marcas irão ganhar gradualmente uma incidência maior como fenômeno comunicativo, econômico e social, e ultrapassando o atributo de apenas distinguir determinado objeto, serão alçadas a se tornarem “um princípio abstrato de gestão do sentido que continua a se aplicar, em primeiro lugar, ao universo do consumo, mas que se torna utilizável, com as devidas modificações ao conjunto dos discursos sociais que circulam no espaço público” (SEMPRINI, 2010, p.20).

A definição de Andrea Semprini, evoca o estatuto de agenciamento semiótico e discursivo da marca, que vem ganhando relevo à medida que esta entra em um vértice que transpassa, segundo o autor, três matrizes que fundamentam as sociedades “pós-modernas” segundo sua concepção: a economia, o consumo e a comunicação.

O fato de conseguir ter incidência e conjecturar articulações entre esses três universos foi o que proporcionou, segundo Semprini, esse papel de destaque às marcas no fluxo e mediação de significados nas atuais sociedades contemporâneas, por conseguir auxiliar na construção de identidades individuais dos consumidores/destinatários, promovendo e instigando crenças, valores e práticas em uma circunstância que o desvanecimento das “grandes narrativas” de outrora, advindas do pensamento moderno, modificaram a maneira de viver e de se estabelecer os vínculos e expressões sociais.

É esta posição única e, sobretudo, a capacidade de articular e conjugar forças e as especificidades desses três universos que permitiram à marca impor-se, em um primeiro momento, no universo do comércio e do consumo, para, a seguir, ultrapassar de longe esse universo e se constituir como modalidade generalizada de

formação de sentido nos contextos sociais de tipo pós-moderno. (SEMPRINI, 2010, p.57)

Em consonância a essas proposições Sodré (2014, p.49) acrescenta ainda que o amalgamento entre comunicação e o capitalismo financeiro é o que define a hoje chamada “sociedade avançada, essa mesma a que se vem opondo o prefixo “pós” (pós-industrialismo, pós-modernidade etc)”. Ou seja, uma sociedade que se entende e se sustenta em uma troca de valores materiais e imateriais regidos pelo comunicacional tecnificado e onipresente.

É nosso entendimento, portanto, que as condições que proporcionam o objeto marca se tornar um artefato para a gestão de sentidos da forma como se configura na contemporaneidade, bem como um artifício de comunicação e ordenamento central para o fluxo econômico e das sociabilidades encenadas pelo consumo e a discursividade social, só se tornam possíveis graças à configuração de bios midiático conforme conceituado por Sodré (2006).

Bios midiático, podemos entender como essa instância da circulação de sentidos tecnificada que é a midiaticização e que se conforma como parte indissociável da experiência vivida no contemporâneo e, embora ainda conceituado por vezes como "virtual" por se circunscrever tanto na instância tecnológica que dá "corpo" a sua materialidade, torna-se completamente real por sua incidência na tessitura da ordem econômica e social. Nas palavras do próprio autor:

O bios midiático é uma espécie de clave virtual aplicada à vida cotidiana, à existência real-histórica do indivíduo. Em termos de puro livre-arbítrio, pode-se entrar e sair dele, mas nas condições civilizatórias em que vivemos (urbanização intensiva, relações sócio-mercado-lógicas, predomínio do valor de troca capitalista), estamos imersos na virtualidade midiática, o que nos outorga uma forma de vida vicária, paralela, "alterada" pela intensificação da tecnologia audiovisual conjugada ao mercado. Isto faz do bios midiático a indistinção entre tela e realidade - realidade "tradicional", bem entendido, uma vez que a realidade de hoje já se constitui sob a égide da integralidade espetacularizada ou imagística a que aspira o virtual. (SODRÉ,2006, p.101-102)

A emergência desse poder das marcas portanto está diretamente ligada a esse contexto onde a comunicação se torna central na experiência vivida no contemporâneo, deixando de ser apenas mediadora e funcional dentro da sociedade para se tornar a própria matéria e modeladora do espaço social.

Sendo a comunicação portanto a constituidora maior da tessitura social contemporânea, as propriedades das marcas de servirem como motor semiótico deu a elas a capacidade de

criar mundos possíveis por meio de uma complexa articulação dos signos culturais, que transmitindo mensagens significativas para os consumidores/destinatários, podem ser vistas como uma forma de co-criação de realidade.

Por essa característica elas são capazes de influenciar a percepção e o comportamento de seus públicos, desde que estes se deixem seduzir por essas proposições, o que configura aqui também uma condição de negociação e relacionamento que se estabelece ao longo do tempo.

A marca como veremos adiante é um fenômeno que pouco a pouco foi ganhando protagonismo dentro da discursividade social, ou seja, nas trocas simbólicas que constroem as relações em sociedade. Por estarem envoltas na mobilização das dinâmicas de consumo, passaram por transformações que as elevaram de simples signo ou inscrição para nomear e distinguir a procedência de produtos a uma engenhosa forma de organização, articulação e produção de sentidos tanto para os usos de interesse comercial quanto a outras modalidades e esferas de atuação, como instituições públicas, organizações não-governamentais, movimentos sociais, até mesmo cidades, e qualquer coisa que tenha necessidade de gerir significados dentro de um interesse de construção simbólica.

Importante notar que as marcas como co-criadoras fazem uso da própria tessitura dos discursos sociais. Utilizando sua engenhosidade semiótica selecionam os elementos que estão no fluxo dos espaços sociais e os reconfiguram dentro de sua estratégia, propondo narrativas atraentes em um permanente jogo de interação com seu público, de maneira a se manter ao longo do tempo relevante e instigante, no objetivo de perenidade dessa relação.

Temos uma concepção de que observar os discursos das marcas e de que maneira elas operam os investimentos de sentido torna-se também um meio de analisar os valores, crenças e compreensões presentes em uma sociedade, tendo em vista que as manifestações das marcas irão refletir também de que maneira essa sociedade está constituída, quais ideologias dão fundamentos as suas asserções, bem como quais jogos de poder estão inscritos em sua realidade e designam a sua enunciação, constituem seus discursos. Como nos diz Perotto (2014, p.40):

É justamente essa sua condição mediadora o que nos permite não somente compreendê-la enquanto fenômeno discursivo e mobilizador de significados, mas também como uma plausível chave para a compreensão do contemporâneo, pela observação dos diversos processos sociais que a atravessam.

Observar as marcas e sua forma de operação no investimento dos sentidos também nos oportuna compreender cada vez melhor de que maneira esse dispositivo se articula, quais estratégias são empregadas diante de variados cenários, e aqui em especial, neste trabalho, em um âmbito das instituições de pesquisa em ciência na Amazônia, portanto, em um contexto de investimento de sentidos diferente do empregado aos das marcas comerciais.

Contudo, antes de adentrarmos nessa especificidade, cumpre entendermos melhor como a marca passa a se tornar um dos atores que têm grande incidência dentro da discursividade social. É importante conhecer como se deu o desenvolvimento de sua articulação na direção de se constituir para além de um signo distintivo, uma instância enunciativa e gestora de sentidos, que está caracterizada nas mudanças históricas envolvendo o mercado/economia, o consumo enquanto fazer social, e a comunicação como elemento central na constituição do espaço social conforme mencionamos anteriormente. Em suma, um desenvolvimento também do amalgamento entre comunicação e economia nas sociedades.

2.1.2 Breve contextualização da marca contemporânea

No raiar das disponibilização de produtos que vem se ampliando pós-revolução industrial, Klein (2000, p.29) nos diz que as primeiras campanhas publicitárias de massa aconteceram ainda no final do século XIX início do século XX, mas que nesse momento esses conteúdos trabalhavam mais direcionados com a ideia de publicidade do que com o de marca conforme conhecemos hoje.

Embora as empresas possuíssem seus nomes, suas marcas, o foco da publicidade - que naquele momento centralizava toda a expressão da marca - estava mais voltado para informar a utilidade de determinados produtos recém inventados, de maneira que eles pudessem ser incorporados gradualmente na vida das pessoas de forma a impulsionar o seu consumo. Foi assim por exemplo com o rádio, o fonógrafo, carro, lâmpada elétrica, e tantos outros produtos que estavam surgindo e com isso, não havia espaço ainda para se direcionar a construção de uma identidade de marca propriamente dita, mas antes encontrar formas de dar sentido e inserir o uso desses novos aparelhos e produtos no cotidiano das pessoas.

Dessa forma, segundo Semprini (2010), é em um período posterior que as marcas vão se tornando importantes na escolha da procedência de produtos. Esse autor evidencia 4 momentos chave do desenvolvimento das marcas na história recente que as configuram da maneira que elas se apresentam hoje.

A primeira fase teria durado entre os anos de 1958-1973, o período do pós-guerra que viu emergir a sociedade de consumo, onde pouco a pouco os consumidores foram substituindo os produtos artesanais, vindos do campo e dos pequenos produtores, para se direcionarem aos super e hipermercados, locais que instigaram o primeiro uso da marca que seria ainda nesse momento nomear, distinguir, diferenciar e destacar os produtos nas gôndolas, frente aos concorrentes, com foco principalmente aos atributos de qualidade e procedência. Nesse momento de efervescência do consumo as marcas se desenvolvem sem grandes dificuldades:

[...] pois é sustentado por um discurso social que valoriza essas mudanças e que, paralelamente, estigmatiza os “arcaísmos” dos modos de consumo tradicionais, rurais e artesanais. As palavras mágicas são “modernidade”, “progresso”, “produção em massa”. Esses termos tornam-se verdadeiras palavras de ordem, imperativos sociais sustentados por um forte consenso que ninguém sonha colocar em discussão. (SEMPRINI, 2010, p. 27)

Ao contrário do que vivenciamos hoje, principalmente em relação à indústria de alimentos, os quais os órgãos de saúde aconselham à diminuição do consumo de alimentos ultraprocessados, no período citado o consumo de alimentos industrializados tinha um consenso social de que aquele formato emergente era um bom sinal do progresso, ou seja, não havia entraves ao desenvolvimento das marcas e do consumo. Do ponto de vista comunicacional a publicidade ainda continua a auxiliar a tornar os produtos mais familiares aos consumidores, e nesse momento se constitui ainda de forma basicamente informativa centrando suas argumentações nos atributos funcionais dos produtos.

A segunda fase é marcada pela crise do petróleo entre os anos de 1973 e 1977, quando o desaquecimento econômico afeta de maneira severa os mercados, convertendo-se em um período de estagnação que as marcas passam com grandes sacrifícios. Nesse período também ainda com reflexos do espírito de Maio de 68 surge já um questionamento quanto aos impactos e direcionamentos que vem tomando a sociedade de consumo, que a este ponto ainda não se direcionam diretamente para as marcas, mas para o vazio do comportamento consumista e a criação de necessidades supérfluas que se parece provocar.

Alguns autores (Baudrillard, Bourdieu) publicam análises muito críticas e põem a nu as lógicas das ideologias subjacentes da corrida ao consumo. As pessoas e as famílias continuam, obviamente, a consumir, mas o consumo não pode mais valer-se do consenso cultural e da neutralidade intelectual que haviam sustentado até então. (SEMPRINI, 2010, p. 27)

Esse período se estende até a metade da década de 80 que é quando as marcas começarão a ter sua primeira transformação “tanto em seu modo de funcionamento, quanto em seu papel no mercado”. Com o crescimento econômico dando sinais de grande vitalidade a partir da metade dos anos 80, bem como com o desenvolvimento da comunicação publicitária, a marca começa a sair de seu reduto apenas informativo e de identificação para adentrar também a incorporar uma maior quantidade de elementos discursivos em sua constitutividade.

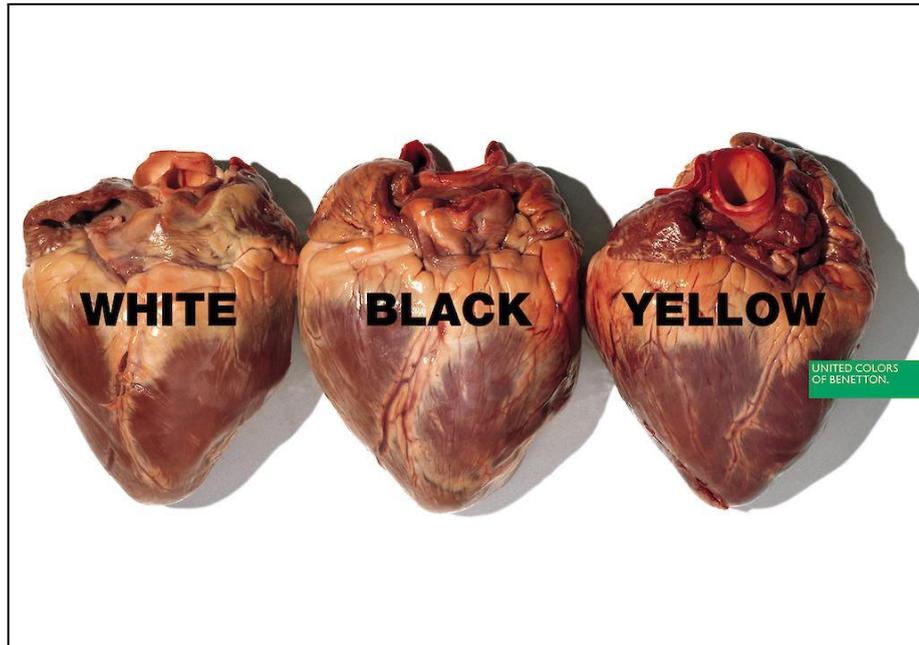
Semprini destaca o protagonismo de Jacques Séguéla e Oliviero Toscani, um publicitário e um fotógrafo, que a esse momento conseguiram perceber a transição por qual as marcas estavam prestes a passar:

Antecipadamente, estes dois profissionais intuíram a transformação pela qual as marcas passavam. Compreenderam, sobretudo, que as marcas ultrapassariam as fronteiras limitadas do consumo para invadir o espaço social e que haveria uma fusão entre a lógica comercial, historicamente própria das marcas, e uma lógica espetacular mais geral, que prevalecia nas sociedades dominadas pela comunicação. (SEMPRINI, 2010, p.28)

As peças publicitárias desenvolvidas pela dupla Séguéla e Toscani tornaram-se rapidamente muito conhecidas, especialmente pelo grau de polêmica que envolviam, pois traziam ao debate questões como o racismo, o radicalismo religioso, a AIDS, e outros temas que povoavam as discussões de vanguarda política e social naquela época.

A princípio a ideia que eles davam a entender é que a marca poderia se tornar um elemento comunicativo autônomo se libertando de seu vínculo direto com o seu produto. É tanto que nos anúncios da Benetton, uma marca de roupas, no qual eles praticaram essa ideia, não apareciam os produtos, apenas a mensagem de tom polêmico e contestatório, pela qual a marca se pronunciava. Assim, aparentemente, e pelo código simbólico, usar as roupas Benetton significaria também se posicionar a favor de seu discurso.

Figura 2 - Anúncio Benetton



Fonte: www.benettongroup.com/en/media-press/image-gallery

A marca, portanto, avança para trazer ao seu entorno simbólico a expressão de um comportamento, de um discurso que está atrelado ao seu consumo, aliando a lógica da comercialização com a lógica do espetáculo. Para Semprini (2010, p.29) a partir desse momento “As dimensões que “excedem” a realidade do produto tomam a dianteira e tornam-se o núcleo constitutivo da marca, como se os consumidores pedissem para serem estimulados, requisitados, seduzidos pelas marcas, em vez de serem simplesmente informados.”

Em certa medida também a grande proliferação de marcas durante esse período de crescimento econômico empurrou os administradores de marcas e produtos juntamente com os publicitários a buscarem um outro âmbito de diferenciação entre os produtos que não ficasse restrito apenas às suas qualidades materiais, visto que a essa altura os avanços produtivos já estavam estandardizados o que tornava os produtos de uma categoria bastante semelhantes.

A busca do verdadeiro significado das marcas - ou a "essência de marca", como é frequentemente chamado - gradualmente distanciou as agências dos produtos e suas características e as aproximou de um exame psicológico/antropológico do que significam as marcas para a cultura e a vida das pessoas. O que pareceu ser de importância fundamental, uma vez que as corporações podem fabricar produtos, mas o que os consumidores compram são marcas. (KLEIN, 2000, p. 31)

Esse terceiro período dura de acordo com Semprini de 1985 a 2001 quando a bolha da internet e os atentados de 11 de setembro reconfiguram novamente o cenário. Entretanto, esse boom que atravessou a década de 80 e 90 tem momentos emblemáticos da história da marca.

O primeiro deles diz respeito à aquisição da empresa Kraft em 1988 pela Philip Morris por um valor 6 vezes maior do que a empresa valia no papel, o que causou surpresa a Wall Street tendo em vista que o valor pago de forma excedente devia-se exclusivamente com relação a compra da palavra "Kraft".

Ou seja, uma vultosa quantidade de dinheiro tinha sido oferecida por uma marca, algo que antes era abstrato e de difícil quantificação financeira (KLEIN, 2000, p. 31). E aqui vemos claramente a afirmativa de Sodré (2014) quando evidencia que a sociedade contemporânea pode ser definida pela junção do capitalismo financeirista com a comunicação. O aforisma clássico do capitalismo "tempo é dinheiro" pode ser acrescido também do outro em que "comunicação é dinheiro".

Esse evento inflamou o mercado publicitário pois a partir desse acontecimento podia-se argumentar que os gastos com propaganda na verdade poderiam ser considerados como investimento, pois o trabalho de divulgação se converteria em uma valorização cada vez maior da marca, não só no âmbito simbólico, mas também no material, e com isso os gastos com propaganda pelas empresas subiram de maneira exponencial.

No entanto em um curto período outro acontecimento protagonizado pela mesma Philip Morris seria responsável por um recuo à lógica das marcas, a ponto de a mídia em tom alarmista chegar mesmo a decretar a morte das marcas. Em 1993, em meio a nova crise econômica instaurada pela Guerra do Golfo (1991) a Philip Morris dá um passo em falso frente a ideia de marca, quando anuncia que iria reduzir em 20 por cento o valor do cigarro Marlboro como medida para enfrentar marcas mais baratas que estavam corroendo seu mercado.

A notícia caiu como uma bomba, porque sinalizava uma fraqueza do sistema de marcas. A ideia era que se uma marca de tanto prestígio como era Marlboro, que tinha uma das construções simbólicas mais longevas (a marca iniciou em 1954) estava se "rebaixando" para poder ganhar espaço frente aos concorrentes sem expressão, então as marcas estavam com os dias contados.

Esse acontecimento implicou em uma queda vertiginosa em ações de diversas empresas além da Philip Morris, entre elas, Heinz, Coca-Cola, Pepsi-Cola, Procter&Gamble

entre outras. Por conta disso no ano seguinte houve um recrudescimento nos investimentos de publicidade - mesmo sobre os protestos dos publicitários que diziam que na verdade esse era um momento crucial de se apostar no valor da marca - e muitas empresas buscando participação no mercado passaram a investir em promoções, no ponto de venda, ou seja, direcionando esforços para o lado do produto e do preço ao invés de valorizar a marca e seus atributos simbólicos.

Por outro lado, nesse mesmo momento, outras marcas permaneceram investindo em seu capital simbólico, e chegaram mesmo a estranhar a decretação da morte das marcas conforme anunciado pela mídia e por Wall Street. Empresas como Apple, Microsoft, Nike, Starbucks, Disney, Calvin Klein, mantiveram o direcionamento de seus negócios em consonância à lógica de marca e com isso passaram incólumes ao período de crise. Invertendo a ordem original do mercado, passaram a entender que o seu verdadeiro negócio era a marca, sendo os produtos uma consequência colateral.

O que mudava era a ideia de o que - na publicidade e na gestão de marcas - estava sendo vendido. Segundo o velho paradigma, tudo o que o marketing vendia era um produto. De acordo com o novo modelo, contudo, o produto sempre é secundário ao verdadeiro produto, a marca, e a venda de uma marca adquire um componente adicional que só pode ser descrito como espiritual. (KLEIN, 2000, p. 45)

A libertação da marca de sua subjugação ao produto inaugura seu estatuto como um objeto de valor imaterial, que vai permitir mais a frente ela poder ser utilizada em diversos contextos e o construto simbólico que é a marca passa para o primeiro plano da ordem de mercado, embora posteriormente essa ideia tenha se mostrado enganosa como problematiza Semprini na discussão que se estabeleceu “Produto X Marca”¹².

As empresas que acreditaram no valor da marca já não se percebiam mais como indústrias de produtos, mas sim como "indústrias do significado". O raciocínio se traduz em que todos podem fabricar produtos, e isso pode então ser delegado, e é o que vai fazer muitas dessas empresas instalarem fábricas nos países de terceiro mundo, para usufruir de mão-de-obra barata, pouca regulamentação fiscal e trabalhista, além de incentivos fiscais mais que generosos. "As matrizes, enquanto isso, estão livres para se concentrarem em seu verdadeiro negócio - criar uma mitologia corporativa poderosa o bastante para infundir significado a esses toscos objetos apenas assinalando-os com seu nome." (KLEIN, 2000, p. 46)

¹² Para uma discussão mais aprofundada sobre essa questão ver Semprini (2010, p.133-141)

A quarta fase das marcas conforme descrito por Semprini vem acontecer após a crise da bolsa em 2001-2002 provocada pela bolha das supermarcas da internet e os ataques de 11 de setembro. Contudo, conforme pontua Semprini essa crise dura pouco visto que "o desmoronamento do bloco comunista e o desenvolvimento das trocas internacionais (que se começa a chamar de globalização) instauram um novo clima ideológico-cultural" (SEMPRINI, 2010, p. 31).

A abertura de novos mercados sedentos por consumirem novidades dá um novo impulso para a expansão das marcas, no entanto, ao mesmo tempo começa a surgir um olhar cada vez mais crítico com relação ao poder de influência das marcas e o lado pernicioso do negócio. Primeiramente a ultravalorização que foi dada às empresas pontocom (empresas ligadas ao negócio da internet) que segundo as palavras do ex-presidente do Federal Reserve (o Banco Central Americano), Alan Greenspan, continham uma "exuberância irracional", e espalhou um prejuízo de US\$ 5 trilhões¹³ de dólares entre os investidores, levantou ares de desconfiança sobre a segurança do negócio.

A confiança na capacidade do modelo econômico liberal de assegurar um crescimento perpétuo é desmentida pela realidade da crise. Somos obrigados a reconhecer que a riqueza produzida durante a fase precedente não foi aproveitada de maneira justa por todos. Ao contrário, ela tendeu a se concentrar em uma minoria já abastada. Os escândalos sucessivos que abalam o mundo das empresas (incompetência, má gestão, corrupção, megalomania, falência fraudulenta, etc.) iluminam com uma luz menos lisonjeira o mundo glamouroso e conquistador dos conselhos de administração e dos centros de decisão econômica. Em alguns anos, o consenso em torno do modelo do capitalismo liberal se dissipa. Começa-se a falar, mesmo em certos meios institucionais da economia e das finanças, da necessidade de introduzir contrapesos, freios, sistemas de controle. (SEMPRINI, 2010, p.33)

Outro ponto que para Semprini desencadeia fraturas para a lógica de marca nesse momento é o lançamento no ano 2000 do livro "*No Logo*" da jornalista canadense Naomi Klein. Devido ao ambiente deixado pela crise, o livro de Klein ganhou imensa repercussão pública, colocando a realidade das marcas no centro do debate público mundial, de um assunto que antes era restrito aos círculos técnicos dos estudiosos da área de marketing.

Klein põe a limpo os impactos que as corporações detentoras das marcas, e a própria lógica de marca, vão desencadear sobre as economias, cultura, comportamento, educação e

13

<https://www.infomoney.com.br/mercados/o-estouro-da-bolha-pontocom-que-quebrou-mais-de-500-empresas-e-e-uma-assombração-ate-hoje/>

especialmente no âmbito dos direitos sociais, revelando vários abusos praticados pelas corporações como exploração de mão-de-obra infantil, regimes de semi-escravidão, uso do poder econômico para influenciar na política, e a acentuação das desigualdades.

Ela nesse sentido termina por se tornar uma das principais fomentadoras dos movimentos anti-corporação, que na sequência só irão ganhando mais força que é o que temos visto, com as marcas tendo de se articular dentro de um universo cada vez mais crítico aos seus discursos e ações. O que ela vai demonstrar entretanto é que:

as marcas tinham se tornado um verdadeiro protagonista social. Podemos partilhar ou rejeitar as análises e as tomadas de posição de Naomi Klein, mas não podemos mais, depois de seu livro, negar a influência extraordinária das marcas nos mercados, nas sociedades, nos poderes públicos, nos grupos sociais e nos indivíduos. (SEMPRINI, 2010, p.34)

A partir desse pequeno histórico levantado percebemos como a marca foi construindo gradativamente, e de maneira imbricada com as mudanças socioculturais, mercadológicas, políticas e comunicacionais, sua forma de agir e sua importância no contexto das sociedades contemporâneas, não exatamente de uma maneira linear, mas com altos e baixos, em um percurso sinuoso.

Como dispositivos de gestão semiótica e discursiva que foram se tornando, as marcas precisam entender por meio do contexto sociocultural que direção tomar para continuar funcionando como agregadoras de valor aos produtos/serviços/pessoas/instituições que representam. Se em um primeiro momento o discurso utilizado se concentrava em funcionalidades e atributos práticos como era na primeira fase descrita por Semprini, o segundo momento vai se concentrar nos valores de status e distinção, e no contexto atual, devido ao teor crítico que se levanta contra as próprias marcas, abraçar causas sociais e que estejam no bojo da discussão pública, e colocar-se também como uma força que luta pelas transformações sociais, com estratégias de posicionamento.

Como haveria de ser, a capacidade de adequação das marcas - que Semprini (2010, p.108) chama de natureza evolutiva - aos cenários de sua incidência as condiciona a se remodelar para transpassar essas dificuldades: rapidamente incorporaram aos seus discursos corporativos argumentos que demonstram um posicionamento "consciente" frente às demandas e reivindicações sociais. E hoje, a exemplo da pioneira Benetton, as marcas se colocam de forma cada vez mais forte no cerne dos embates da discursividade social, obviamente dentro das linhas de pertinência atinentes aos seus interesses.

É dessa maneira que vemos atualmente na comunicação de diversas marcas um crescimento gradual de maior representatividade racial, de padrões de beleza, padrões comportamentais, preocupação com as questões ambientais e climáticas, contudo, segundo pesquisas recentes¹⁴, esse movimento para diminuição de estereótipos na publicidade - que é essencialmente um dos principais veículos para o discurso da marca - tem se mostrado estagnado, atingiu um determinado patamar, mas não tem avançado na medida que frentes como a ONU Mulheres, que lutam pela causa esperam.

Avaliando um dos pontos que Andrea Semprini vai diagnosticar como críticas sociais da marca, as quais, segundo o autor, são o "preço a pagar" por conta do sucesso e visibilidade que o dispositivo marca ganhou frente à opinião pública, está o fato de que a lógica da marca parece se introjetar em dominar todos os interstícios do ambiente social causando por vezes situações desagradáveis aos olhares mais críticos:

O que inquieta é o aspecto inexorável da lógica de marca que parece impor-se sem deixar escolha, fixar novas regras de funcionamento do social sem ter negociado. Além do mais, essa lógica é criticada pelas implicações culturais e ideológicas que a subentendem. Ela parece introduzir uma lógica funcional, pragmática, racional, da ordem do balanço-contábil, custo-benefício, no interior das esferas (como a cultura, a saúde ou a educação) das quais se imagina, deveriam ser excluídas. (SEMPRINI, 2010, p. 256)

Essa onipresença das marcas se torna um fator negativo primeiramente pelo aspecto de que uma oferta tão intensa de significados não tem como ser absorvida. Dessa maneira a carga excessiva de investidas para captação da atenção do consumidor passa a ser entendida como invasão midiática, poluição cognitiva o que muitas vezes leva a um comportamento de repulsa por parte dos públicos.

Outro ponto bastante interessante para se discutir é que esse ímpeto da lógica de marca de invadir todos os espaços vai constituir como marca fenômenos pelos quais nenhum planejamento de marketing anterior foi realizado para tal, a coisa simplesmente passa a ser enxergada como marca, em que um dos casos mais emblemáticos é o da Amazônia.

A Amazônia, um território conhecido por sua imensa e densa floresta, a partir dos anos 80 e mais intensamente após a conferência ambiental ECO-92, vai ganhando um nível de publicização tão intenso por conta do que a ciência se põe a panfletar sobre sua importância para o equilíbrio ecológico do planeta e sua riqueza natural advindo da biodiversidade, que de repente passa a ser considerada como uma das marcas mais valiosas no mundo, sendo

¹⁴ https://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2022/03/UA_TODXS10_Final-PORT.pdf

comparada em seu nível de valor a marcas como Coca-Cola e Microsoft (DUTRA, 2003) gigantes globais da cultura de marca.

A Marca Amazônia em si, conforme a concepção de Amaral (2016) é a forma como os bens simbólicos da grande floresta são apropriados pela promessa publicitária como discurso a evidenciar atributos e diferenciais que deem maior projeção a outras marcas e produtos que façam uso dela para sua autopromoção. Já que não existe um proprietário dos seus signos que possa cobrar *royalties*, essa apropriação é feita livremente por quem tiver interesse em realizar.

Assim como o que aconteceu com a Amazônia, a conversão de outros elementos que não pertencem à esfera comercial a uma lógica de marca é o fenômeno que Semprini (2010, p.265) denomina de forma-marca:

A disseminação da marca além da esfera comercial mostra, antes de tudo, a capacidade da lógica de marca a se transformar, adaptar-se, transcender para assumir uma variedade virtualmente infinita de conteúdos e de discursos, A marca torna-se assim um dispositivo de alcance geral, um modo de organização e de gestão da discursividade social. A marca torna-se uma forma-marca. (SEMPRINI,2010, p.265)

2.1.3 A forma-marca - extensão de lógica da marca para outros territórios além do comercial

A imensa proliferação de mensagens que encontramos no contexto contemporâneo, e a necessidade de ocupar um lugar ao sol em meio a um oceano disperso de sentidos e discursos faz com que não somente as instituições comerciais enxerguem na marca um dispositivo extremamente útil para ganhar projeção, mas também os enunciadores não comerciais se valham dos seus recursos de agenciamento e investimento de sentido para não passarem despercebidas, e mais do que isso, legitimar seu posicionamento e relevância em seus campos de atuação.

O que Semprini (2010, p.267) argumenta é que nas condições onde existe um elevado grau de saturação de mensagens circulando, também implicados por um alto nível de concorrência, a forma-marca se traduz em um excelente dispositivo para dar visibilidade dentro deste cenário, tendo em vista seus dois atributos principais: "desempenho econômico e eficácia semiótica".

O desempenho econômico diz respeito ao fato de que concentrar esforços dentro de uma estratégia definida e organizada, como é a que a marca dispõe, fortalecendo cada vez mais um mesmo projeto de sentido, otimiza o reconhecimento do discurso da marca, em uma construção simbólica que só vai cada vez mais se adensando, expressa pela convergência entre as mensagens que se entrelaçam e se reforçam.

Desta forma, evita-se que a cada vez que a marca realize uma manifestação seja necessário construir um novo posicionamento ou discurso, o que acarretaria ter que investir mais energia, tempo, criatividade e também recursos financeiros.

Do mesmo modo, concentrar o direcionamento em um projeto de sentido definido auxilia a evitar dispersões e, conforme o programa da marca seja cada vez mais reconhecido, com poucos recursos é possível invocar sua presença conceitual. Isso por fim nos demonstra a questão da eficácia semiótica.

Contudo, o mais interessante para se pensar a respeito da forma-marca, é como ela expressa essa incidência e força da articulação signológica do artefato marca, dentro da discursividade social contemporânea, das sociedades circunscritas a uma vivência midiática. Sua forma de ação e adaptabilidade a um imenso espectro de contextos e usos, destaca sua engenhosidade semiótica, como uma ferramenta sem igual na gestão de qualquer projeto de sentido que se queira construir, manter, ou transformar, concentrando esforços e sendo assim altamente profícua, conforme enfatiza Semprini (2010, p.267):.

A forma-marca é esse dispositivo, pois ela permite valorizar seu Projeto, no sentido econômico do termo, ou simplesmente valorizá-lo. Ela permite igualmente concentrar seu discurso, rentabilizá-lo por assim dizer, atribuindo-lhe um máximo de eficácia. Seja uma marca comercial, um político, um museu ou uma instituição cultural, uma organização humanitária, uma mídia ou uma emissora de televisão, seja para vender, para convencer, para seduzir, para reunir, para obter votos, para realizar um grande projeto, a forma-marca parece se impor como um dos dispositivos mais eficazes de formatar e de comunicação de sentido em um espaço social pós-moderno.

A forma-marca, neste sentido, é a lógica por exemplo que se inscreve na discursivização do Instituto Evandro Chagas enquanto marca, já que este não é uma instituição comercial e sim uma instituição pública. Seus produtos, ou o serviço que ele presta para a saúde pública brasileira, é feito de forma “gratuita”, em uma relação de troca diferenciada. No entanto, qual a necessidade do IEC se preocupar com a sua marca? Ou mesmo outras instituições ou atores que não operam dentro da lógica comercial?

A importância para o IEC de passar por um processo de discursivização enquanto marca visa exatamente esses anseios de dar visibilidade ao trabalho desenvolvido pela instituição, seus méritos e potenciais, de maneira que isso justifique os investimentos públicos que são aportados à instituição. Também diz respeito sobre como no cenário de concorrência com outras instituições de pesquisa, lutar por um espaço próprio que lhe permita alcançar mais investimentos públicos e privados, bem como atrair mais parcerias que agreguem ao seu desenvolvimento institucional.

2.1.4 Identidade e imagem de marca

As questões de identidade e imagem de marca são discussões que se estabeleceram bem cedo nos estudos sobre marca. A questão da imagem principalmente no que decorre do interesse das instituições de quererem saber de que forma os seus públicos os reconhecem, tendo em vista que logo perceberam que isso implica diretamente no estabelecimento de uma relação e conseqüentemente da efetivação de compras no âmbito das marcas comerciais, ou de outras formas de troca quanto as marcas não-comerciais.

Em um artigo publicado no início da década de 90, Dobni e Zinkhan (1990) fizeram uma extensa revisão do termo *brand image* (imagem de marca) em artigos publicados nos 35 anos anteriores. Segundo os autores, a imagem de marca se torna ao longo da proliferação das marcas um importante conceito para as pesquisas de comportamento de consumo.

Eles pontuam que um artigo seminal de Gardner and Levy (LEVY, 1958) foi responsável por "cristalizar" o conceito de imagem de marca. "Their conception was that products had a social and psychological nature as well as a physical one, and that the sets of feelings, ideas and attitudes that consumers had about brands, their "image" of brands, were crucial to purchase choice."¹⁵ (DOBNI, 1990, p. 110).

O entendimento sobre o que era essa imagem de marca era ainda muito disperso. Dobni e Zinkhan classificaram as diversas conceituações para o termo em 5 categorias que para eles se apresentavam: definições gerais ou vagas, ênfase no simbolismo, ênfase em significados e mensagens, ênfase na personificação, ênfase em elementos cognitivos e psicológicos.

¹⁵ Sua concepção era de que os produtos tinham uma natureza social e psicológica, além de física, e que os conjuntos de sentimentos, ideias e atitudes que os consumidores tinham sobre as marcas, sua "imagem" das marcas, eram cruciais para a decisão de compra. TRADUÇÃO NOSSA.

As definições gerais ou vagas, por exemplo, foram exemplificadas por eles com enunciados como "tudo aquilo que as pessoas associam com a marca", ou ainda "a percepção do produto". E a cada uma dessas categorias podemos ir observando como o conceito foi sendo moldado aos poucos.

Os conceitos que davam ênfase na personificação por exemplo buscavam perceber a atribuição de características humanas para as marcas, como se cada marca pudesse ter uma personalidade distinta, e isso vai se tornar um atributo específico na marca que hoje muitos autores (Keller (1993), Aaker (xxxx)) trabalham especificamente como *brand identity* (identidade de marca), em determinados modelos de análise da marca que estabelecem essa divisão bem específica entre identidade e imagem.

A preocupação com a questão da identidade dessa forma surge, como base no artigo de Dobni, a partir das considerações advindas da análise da imagem. Semprini menciona essa questão argumentando também que no passado (mas hoje ainda várias vertentes de análise realizam essa prática) as análises da marca definiam a identidade da marca como a expressão desta proposta pelo polo da produção, ou seja, a identidade seria aquilo que a marca considera que ela seja. De outro lado nesses mesmos modelos existia o conceito de imagem de marca conforme dissemos que seria o significado da marca expresso pelo polo da recepção, qual seja, aquilo que nas investidas de manifestação do polo da produção foi efetivamente retido e absorvido pelo pólo da recepção.

Semprini então argumenta que essa oposição entre identidade e imagem gradativamente foi deixada para trás tendo em vista se basear em uma teoria da comunicação muito rudimentar, sendo que, em sua concepção, "A identidade de marca é, na verdade, a resultante dessa dialética e não um de seus dois termos" (SEMPRINI, 2010, p. 115).

Neste sentido ele demonstra então a natureza relacional da marca, evidenciando que sua construção semiótica está em um imbricamento permanente entre o polo da produção e o pólo da recepção, em uma afetação mútua entre eles, abrangido pelo outro ator que seriam os elementos contextuais.

Outro termo utilizado como equivalente para identidade de marca é o de *Brand Equity*, que faz parte da terminologia de uma linha anglo-saxã do estudo das marcas. O *Equity* nessa linha concentra-se em definir o valor econômico de uma marca (Kotler e Keller, 2012, p.260), ou seja, um *Equity* forte equivaleria a entender que a marca contém um alto valor agregado. Esse alto valor é mensurado pelo que os consumidores sentem, pensam e agem em relação a

uma marca, onde atributos positivos sobre essas questões condicionam melhores resultados financeiros.

Obviamente esse valor econômico só se concretiza com base em um valor semiótico, dessa maneira, mesmo o *Equity* tendo uma clara inclinação de entendimento mais administrativo/mercadológico, o valor sociocultural está intrincado no valor econômico, onde se constata novamente a argumentação que em um cenário contemporâneo, economia e comunicação são dois universos amalgamados, ou como enfatiza Sodré (2014, p.49), os dois lados de uma mesma moeda.

Como a lógica de marca se baseia fortemente nos atributos de distinção e no reconhecimento de suas qualidades frente aos seus concorrentes, a questão da identidade e da imagem são aspectos centrais nos estudos de gestão, bem como de teoria sobre as marcas, sendo portanto um assunto de larga abrangência que é abordado de determinada maneira na área de marketing (CITAR AUTORES), com outro enfoque na área de design (CITAR AUTORES), e também de outra forma na área comunicacional. Mas como enfatiza Perotto (2014, p. xx) os estudos nessas diversas áreas não necessariamente se contrapõem, antes se complementam e servem mais uma vez para evidenciar a dimensão que a lógica de marca tem em nossas sociedades contemporâneas.

2.1.5 Atributos da marca contemporânea e o modelo projeto/manifestações de Semprini

Para a abordagem do fenômeno marca existem diversos modelos propostos por alguns autores. Conforme falamos anteriormente discutindo sobre a identidade e imagem da marca, a influência que esses aspectos detêm sobre a relação com os destinatários, fez com que desde logo se buscassem formas de observar como a imagem e a identidade desempenham resultados em favor da marca, visto que esses atributos são o cerne desse dispositivo de construção simbólica, sua força e potencial de ação. Imagem e identidade conjugam o sentido da marca.

Entre os métodos de esquematização existem duas grandes categorias que são os modelos *de estado*, aqueles que respondem à pergunta “o que é uma marca?”, ou seja, direcionam seus esforços em entender a marca como fenômeno teórico, sua constituição evanescente e simbólica. Entre esses podemos citar as abordagens propostas por Séguéla (1982) e Keller (1998).

A outra categoria são os modelos *de gestão*, que de outra sorte tem como pergunta norteadora “como funciona uma marca?” (SEMPRINI, 2010, p.117). Esse modelo é mais direcionado a entender a marca em seu enquadramento mercadológico (público-alvo, posicionamento, diferenciais frente aos concorrentes, etc). Para este segundo caso podemos citar a abordagem proposta por Tybout (2001).

Como podemos perceber são modelos que distinguem, de grosso modo, uma intenção em um âmbito mais imaterial, como no caso dos modelos de estado, e outra linha mais pragmática e voltada para ações mais concretas, nos modelos de gestão. Cada uma portanto abrange de maneira mais centrada um âmbito de atuação da marca. Alguns mais centrados nos aspectos simbólicos da marca, e outros focados nos sentidos mais mercadológicos.

Não faz parte de nosso escopo realizar uma discussão mais aprofundada sobre esse aspecto. Aqui mencionamos brevemente a existência desses modelos, apenas para contextualização, já que no âmbito de nosso problema de pesquisa, o que nos interessa primordialmente é compreender como a marca é uma instância enunciativa e dessa forma articula seus discursos.

Neste sentido cabe situar que para entendermos essa característica no cerne de atuação da marca adotamos as proposições de Semprini quanto a conceituação da marca, tendo em vista que o modelo proposto por ele conjectura elementos e disposições de diversos outros modelos e, dentre o que mais nos interessa, seu modelo é centrado no entendimento da marca como um processo enunciativo.

Por meio do processo enunciativo, Semprini traz a tona toda a arquitetura e lógica de funcionamento da marca, não apenas englobando seu contexto simbólico, mas da mesma maneira seu aspecto pragmático, já que para esse autor todas as manifestações da marca se constituem como discurso, como abordaremos mais à frente.

De acordo com o que mencionamos anteriormente o contexto que condiciona a força da marca nas sociedades contemporâneas é o imbricamento entre o consumo, a comunicação e a economia, conforme conceitua Semprini.

O consumo aqui se caracteriza como uma condição dominante do funcionamento das sociedades contemporâneas, inerente a diversos âmbitos de expressão e de sociabilidades. E, diante dessas condições, Semprini sintetiza em cinco dimensões principais o que caracteriza o consumo dentro de um contexto social contemporâneo (SEMPRINI, 2010, p.58): o individualismo, o corpo, o imaterial, a mobilidade e o imaginário.

O individualismo está caracterizado diante de que em um contexto contemporâneo, com a crise das grandes narrativas coletivas, como evocam diversos pensadores da pós-modernidade (Jameson, Baudrillard, Giddens), as pessoas ficam livres para buscarem seus sentidos próprios de conduzir a vida, diante de seus desejos e necessidades.

Diante disso, essa mesma condição do individualismo levou a uma maior valorização do corpo, sendo este alçado como primordial na forma de expressão individual, e daí crescem como nicho de consumo todas as questões relacionadas à forma corporal (alimentos, academias, cirurgias e tratamentos estéticos, cosméticos) e também que proporcionam prazer e bem-estar físico.

O imaterial é representado por uma busca de satisfação em elementos abstratos, conceituais e virtuais. Nesse caso o consumo é motivado por qualidades que escapam da esfera mais tangível dos produtos, para estar alocado em valores que estão na esfera do sentimento, naquilo que os produtos possam ofertar no âmbito do prazer e da emoção, em facilitar a vida e otimizar o tempo, ou seja, atributos proporcionados por produtos concretos mas que se convertam em bens imateriais.

A mobilidade, que no contexto contemporâneo se caracteriza por um constante nomadismo dos indivíduos, não só no deslocamento físico oferecido pelas facilidades dos meios de transporte, mas a mobilidade em todos os seus sentidos, não só a oferecida pelos meios de comunicação e em especial ao telefones celulares que melhor representam a questão da mobilidade, mas também a mobilidade social, profissional e mental.

Por fim o imaginário, que em consonância ao desvanecimento das grandes narrativas conforme apontam os teóricos da pós-modernidade abre portas para os indivíduos projetarem seus mundos possíveis que preencham suas necessidades específicas de sentido dando vazão aos seus desejos, aspirações e ideais.

Essa abertura é por onde as marcas podem oferecer seus projetos de sentido e seus cenários simbólicos, como assinala Semprini, e os indivíduos podem buscar para si aquilo que lhes envolve. Mas o movimento de sentido das marcas é justamente encontrar uma maneira de por meio de suas narrativas e discursos, atrair consumidores/destinatários para suas proposições, o que se converte em um movimento de constante reciprocidade, entre marcas e destinatários.

No que diz respeito à comunicação, o que Semprini argumenta é que a centralidade que esta ocupa nas sociedades contemporâneas a constitui como a essência do tecido social,

conforme mencionamos antes citando Sodré (2014, p.111), o espaço midiático se encontra como ambiente da vivência e experiência dos indivíduos, não mais se dissociando da constituição do real, tendo em vista que os aparatos técnicos muito mais do que mediadores tornam-se a própria “morada da consciência”.

Por fim, no que diz respeito à economia temos que no contexto contemporâneo o funcionamento desta está cada vez mais atrelado a escolhas e decisões individuais, e neste sentido a lógica da marca auxilia a diferenciar ofertas em um ambiente de grande concorrência.

O fluxo de informações também é responsável pelas oscilações no mercado das bolsas de valores, um simples comunicado, dependendo de quem seja, tem o poder de fazer subirem ou descerem os preços das ações, movimentando em efeito cascata vários outros setores econômicos, demonstrando a força do paradigma comunicacional sobre as trocas comerciais e consequentemente de grande influência sobre a economia.

Essa recontextualização nos serve para adentrar em 2 categorizações que são fundamentais no modelo de Semprini para compreendermos o funcionamento das marcas, suas dimensões-chave que envolvem sua natureza semiótica, relacional e evolutiva, e as mediações de marca que se dividem em espaciais, humanas e virtuais. Trataremos desses aspectos pois eles posteriormente serão importantes para nossa análise a respeito do funcionamento da Marca IEC.

2.1.5.1 Natureza semiótica, relacional e evolutiva da marca

A natureza semiótica da marca talvez seja o elemento que melhor caracteriza esse objeto, tendo em vista que a marca procede exatamente por agenciar sentidos, selecionar os significados inscritos na tessitura social que melhor se adequem ao seu projeto de sentido, colocando-os em funcionamento a seu favor. Isso é realizado de uma maneira atraente e coesa que, sendo proposta ao seu público, incita que este aprove essa coerência em forma de um relacionamento. Assim sendo a marca em essência é uma instância enunciativa, que tem em seu plano de fundo um projeto de sentido que se concretiza e está espraiado em cada uma de suas manifestações.

Um aspecto importante apontado por Semprini com relação a natureza semiótica da marca é que embora seu cerne seja o agenciamento de sentidos, isso não dispensa a marca de ser bem mais do que apenas uma proposição de sentidos. Para que os destinatários constituam

um relacionamento a marca precisa entregar ofertas concretas, precisa provar que o que ela oferece não é apenas retórica, mas que suas promessas são factíveis, pois quanto mais confiança os destinatários tiverem a respeito disso, mais esse relacionamento é fortalecido e pode mesmo se tornar um contrato, como discutiremos mais adiante.

No que diz respeito portanto à natureza relacional da marca, ela conjuga duas dimensões, a intersubjetiva e a contratual. Conforme já iniciamos no parágrafo anterior, a dimensão intersubjetiva emerge exatamente por conta de sua condição semiótica que, na formulação do sentido, conjuga de forma dinâmica 3 polos em uma relação constante, que ao longo do tempo que se afetam mutuamente.

Esses são o polo da produção - que reúne todos aqueles que detém alguma influência sobre as manifestações da marca - ; o polo da recepção - que recebendo as manifestações da marca avalia sua coesão e a pregnância com suas necessidades e desejos, acatando ou não as propostas da marca; e o contexto geral, que transpassa os outros dois polos e oferece as condições que regem as trocas e negociações entre eles, sendo primordial nessa relação, não somente um cenário de fundo e imóvel, mas igualmente dinâmico como os dois outros polos, estando em constante jogo com estes.

De outra sorte, a dimensão contratual da marca é aquela sob a qual, em um relacionamento desenvolvido ao longo do tempo com seus destinatários, a marca estabelece uma afinidade com estes. Primeiramente, negociando e trocando seus valores, e na continuidade dessas trocas, em se mantendo essa consonância entre seus interesses e dos destinatários, estes são envidados a estabelecer como já dissemos, um contrato com a marca, uma relação de confiança, que se renova a cada instante e por isso configuram uma dinamicidade nesse relacionamento.

A dinamicidade é justamente reger a sinergia entre dispor seus sentidos aos públicos nesse ímpeto de estabelecer para com eles um elo. Para tanto é necessário envolver esses públicos com manifestações atraentes e que entrem em sintonia com seus anseios, sendo que manter esse interesse faz parte de um jogo mútuo entre a marca e seus públicos, em um ciclo constante de ajustes. Essa descrição revela assim a terceira dimensão-chave que é a natureza evolutiva da marca como expressa Semprini (2010, p.108):

A terceira dimensão-chave da marca contemporânea é seu caráter dinâmico mutável, o fato de estar em contínua evolução. Nesta perspectiva pode-se considerar a marca uma entidade viva, que reage, sensível a todas as mudanças de seu ambiente.

Talvez o melhor termo para designar a capacidade da marca de se adequar aos novos cenários seria a natureza “adaptativa” da marca, tendo em vista que a palavra evolução remete a um processo linear e gradual e, como vimos, inclusive quando tratamos a respeito da história da marca, isso não ocorre necessariamente dessa forma. Mas o importante é realmente entender que a marca enquanto fenômeno semiótico e discursivo não é estanque.

2.1.5.2 Mediações espaciais, humanas e virtuais

No âmbito das mediações, Semprini estabelece que a marca atua em três instâncias que seriam as mediações espaciais, as mediações humanas e as mediações virtuais. Todas essas instâncias servem como um ponto de contato, uma interface da relação entre a marca e seus destinatários/consumidores, ou seja, englobam e são também formas de manifestação da marca.

Primeiramente, as mediações espaciais são, como diz o nome, os pontos de venda, a loja, o stand, os locais concretos onde os destinatários/consumidores podem vivenciar a marca em seus sentidos visuais, táteis, espaciais e olfativos.

Na perspectiva do IEC por exemplo o que a marca tem para ofertar dentro deste âmbito são suas duas sedes, uma que é o casarão onde iniciaram suas atividades e é a fonte da representação gráfica utilizada no símbolo da marca, a outra, sua sede em Ananindeua, onde hoje ficam a maior parte de seus laboratórios e atividades.

A outra forma de mediação seriam as mediações humanas. Nesse caso, o ponto de contato que se estabelece como manifestação e concretização do projeto de marca, são as pessoas que estão no lugar de representar a marca. Nas marcas comerciais são, por exemplo, os atendentes das lojas, o operador de telemarketing que esclarece alguma dúvida, instaladores e todo elemento humano que se interpõe como um representante da marca e que termina neste aspecto se convertendo também em uma manifestação desta. Segundo Semprini (2010, p.192):

Trata-se de estabelecer e de reforçar a relação entre a marca e os destinatários, de lhe dar um caráter mais concreto e mais intenso. Além do mais, o aspecto humano permanece o de dar uma dimensão mais autêntica, mais carnal à relação e nela introduzir uma intensidade emocional, que só o contato com um ser humano pode criar.

Para o tipo de atuação do IEC os pesquisadores/cientistas são a principal instância de mediação humana da marca IEC, tendo em vista que eles representam a instituição tanto junto

às comunidades que são atendidas pela instituição, são eles também que representam e falam em nome da instituição quando solicitadas informações pelas diversas mídias (telejornais, jornais impressos, sites de notícias, podcasts) e, são eles também que representam a instituição no meio científico, participando de congressos, simpósios e encontros científicos, bem como grupos de pesquisa e grupos de trabalho.

Segundo Semprini esse é o tipo de mediação mais complexo para se estabelecer uma consonância com o projeto de marca, tendo em vista que o elemento humano dentre todos os outros é aquele que não pode ser totalmente sistematizado e nem controlável (SEMPRINI, 2010, p.192).

Por fim as mediações virtuais são aquelas hoje proporcionadas em grande maioria pelos ambientes digitais, sejam os próprios sites e hoje, mais ainda, as redes sociais das marcas são pontos de contato imprescindíveis no contexto sociocultural atual, tendo em vista seu grau de disponibilidade (os sites podem ser acessados a qualquer momento e de qualquer lugar) e de interatividade, embora não guarde em relação aos outros dois tipos de mediação o contato real que envolve uma presença e proximidade.

2.1.5.3 O modelo projeto/manifestações

Em consonância com a lógica de marca estabelecida por Semprini, e suas contribuições para a observação do fenômeno, este autor também propõe um modelo de análise da marca, que ao mesmo tempo dispõe de recursos para fazer emergir, ou naquelas marcas que já estão estabelecidas, delinear o projeto de sentido que sustenta sua existência e, por meio desse conhecimento, estabelecer diretrizes mais assertivas para o seu desenvolvimento e gestão.

O projeto de sentido, ou projeto de marca, nos termos de Semprini, é a origem da identidade da marca. É a sua constituição enquanto ser semiótico e discursivo que, quando acionado, expressa a vontade da marca, sua visão, suas intenções e seu programa. Ele é o que configura a marca enquanto instância enunciativa.

O primeiro passo para compreensão desse modelo é, como já mencionamos, que a marca é um processo de enunciação, conforme enfatiza Semprini (2010, p. 167):

Mais precisamente, a marca é definida como uma instância enunciativa. É o processo de enunciação que lhe permite passar de um estado abstrato e virtual ao estado concreto de manifestação. Definimos o nível da enunciação como projeto de marca e aquele dos enunciados produzidos como manifestações de marca.

Podemos observar então que o projeto de marca, enquanto instância enunciativa, é que fornece o conteúdo e, especialmente, os modos de dizer que serão expressos nas manifestações da marca. As manifestações são todos os investimentos de sentido realizados pela marca, praticamente tudo que advém dela.

Dessa maneira são manifestações de marca os produtos, também a comunicação publicitária, assim como todos os outros tipos de comunicação; é manifestação de marca a forma como a marca age em sua gestão interna e externa, todos os atos da marca são manifestações de marca, sejam eles na ordem inteligível e abstrata, ou sensível e concreta.

O que Semprini define como projeto de marca corresponde dentro da teoria da enunciação à própria enunciação, e as manifestações de marca, aos enunciados. Só se conhece a enunciação pelos enunciados, pois são estes que nos permitem conhecer sua fonte - a instância enunciativa - , pela forma como estão dispostos nas matérias significantes.

Neste sentido é que o projeto de marca é tão amalgamado com a noção de identidade, pois ele contém “as linhas mestras”, a definição de um horizonte de sentido e condições de expressão que nas manifestações/enunciados são um reflexo de sua origem. Sem que exista esse projeto as manifestações serão dispersas e, portanto, sem convergência entre elas, o que, conseqüentemente, diminui a eficiência semiótica, que é um dos grandes trunfos da marca enquanto dispositivo.

É por conta disso que o modelo de Semprini se concentra em desvelar a instância enunciativa, que ele denomina de projeto de marca, pois essa é a composição da essência da marca. Essa construção, obviamente, é totalmente imbricada com o contexto em que a marca está inserida, e com o relacionamento que se quer estabelecer com os destinatários, como ficará cada vez mais claro no decorrer de nossa abordagem.

Para definição do projeto de marca, Semprini (2010, p.147) estabelece 5 componentes: (1) enunciação fundamental, (2) promessa, (3) especificação da promessa, (4) inscrição em um território e (5) valores. Cabe de antemão assinalar que a distinção entre esses elementos é apenas para um sentido explicativo, heurístico, já que, em circunstâncias reais, esses elementos se atravessam e estão totalmente imbricados uns com os outros. Trataremos de cada um deles nos parágrafos seguintes.

Começamos pela enunciação fundamental que é o que sustenta o porquê da existência de uma marca, qual a justificativa a priori que ela tem para se propor enquanto tal, que fundamentos corroboram para que ela possa se dispor enquanto projeto de sentido. Semprini

(2010, p.147) propõe inclusive uma pergunta: "Por que eu em vez de nada? (ou ainda de uma outra marca?)".

Dessa maneira a enunciação fundamental reúne a história da marca, o contexto que motivou sua criação e suas ideias iniciais de existir, mas assim como todas as suas outras características, é dinâmica, e precisa continuar mantendo uma pregnância com o movimento dos contextos onde ela está inserida e o relacionamento estabelecido com seus destinatários.

Assim a enunciação fundamental é uma síntese do porquê da marca, está ligada com a sua origem, sendo ela o que dá início ao processo enunciativo permanente em que se inscreve a marca assim que ela passa a existir, onde cada nova enunciação é uma continuidade da primeira (SEMPRINI, 2010, p.144).

No segundo elemento temos a promessa, que é o que a marca tem em seu fundamento que lhe designa um saber-fazer (*know-how*), uma propriedade para atuação. A especificação da promessa por sua vez é o que a marca em seu saber-fazer confere a ela autenticidade e distinção, ou lhe designa um caráter original, único, exclusivo dela.

A inscrição de um território já é quando a promessa torna-se uma oferta, ou seja, é quando a marca ganha um território concreto de atuação. O território do IEC por exemplo são as pesquisas em saúde pública *na Amazônia*, com um destaque para as pesquisas de campo, como aprofundaremos melhor no terceiro capítulo. Cabe ressaltar que o território aí não se circunscreve apenas a uma localização física, que fique bem claro isso, mais uma especificidade concreta do emprego do saber-fazer da marca. Mas para o Instituto o seu local de atuação tem fator preponderante e distintivo nesse aspecto.

Por fim, os valores são o quinto elemento, que aqui escolhemos expressar pelas palavras de Semprini (2010, p. 150):

O quinto e último componente do projeto de marca refere-se aos valores da marca, quer dizer, as características e as nuances que permitem à marca «colorir» sua abordagem, de lhe dar um atitude própria e específica, de se coligar aos valores contextuais e socioculturais, de escolher se deve insistir na solidez ou no respeito, no refinamento ou na simplicidade, na ironia ou na seriedade, na tradição ou na provocação e assim por diante.

Conforme podemos perceber na exposição desses elementos, o projeto de marca, de acordo com o proposto por Semprini, é um movimento também denominado de *brand building process*¹⁶, pois são condições que dão sustentação a uma arquitetura enunciativa, e

¹⁶ Processo de construção de marca

que, com essa modelização, permite que a marca, emoldurada em suas idiossincrasias, seja capaz de produzir enunciados, emanar manifestações.

Podemos então compreender que o projeto de marca, conforme proposto por Semprini, é como um todo um processo de enunciação, pois ele integralmente se condiciona a explicitar o lugar que o enunciador, nesse caso a marca, constrói para si e, podemos observar, que essa construção é indissociável da relação que se busca estabelecer com seus destinatários, pois a marca só existe em função de um público. O processo de enunciação, nesse caso, é o próprio caminho do estabelecimento e da externalização de uma identidade.

O projeto de marca é constituído portanto, nessa visão sociossemiótica, na dialética entre projeto e manifestações, em um constante jogo de ajustes e reciprocidade, assim como é aquele que se inscreve entre enunciação/enunciado. Outros modelos de análise como o proposto por Floch (xxxx) também se concentram na observação das manifestações para a constituição da identidade da marca. No entanto, o que diferencia a proposta de Semprini em relação a esta, entre outras coisas, é que Semprini inclui no projeto de sentido não apenas os aspectos visíveis, as manifestações, mas também o lado submerso da marca, que pode incidir ou não no seu futuro, seu poder vir a ser.

[...] no projeto de marca encontramos também outros componentes, que podem estar em estado latente ou remeter ao passado da marca. O projeto de marca não exprime somente o que a marca é e quer ser, ele carrega consigo a memória do que a marca foi e os germes, sob forma de intenções mais ou menos explícitas, do que ela poderá ser, de suas ambições, de suas opções, assim como de suas obrigações e de seus limites. (SEMPRINI, 2010, p.150)

O modelo proposto por Semprini explora assim uma dimensão mais profunda dessa identidade, por aquilo que não está presente de forma mais nítida nas manifestações da marca, mas que pode estar disposto nas minúcias, em detalhes ainda pouco perceptíveis, por vezes até apenas em estado potencial.

No caso do Instituto Evandro Chagas, uma dessas questões é, por exemplo, a inclinação deste para atuação no âmbito do ensino. Era uma saber-fazer que estava estabelecido a ser desenvolvido desde sua criação, como de fato foi, mas que só ganhou uma dimensão maior na enunciação da marca em um momento bem mais adiantado de sua trajetória, emergindo assim de maneira mais evidente enquanto parte de seu projeto de marca, de sua identidade.

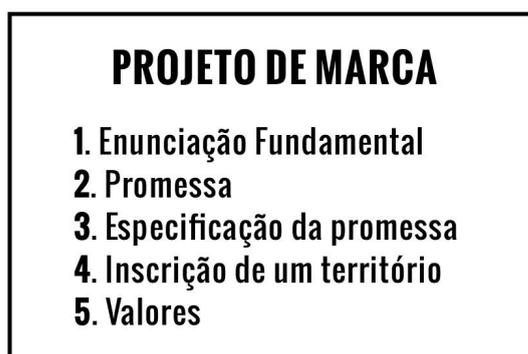


FIGURA x. Elementos do projeto de marca. Elaborado pelo autor baseado no modelo de Semprini (2010)

Constituído o projeto conforme os 5 pontos elencados (FIGURA x), concerne à análise observar as manifestações de marca e verificar como estas refletem o projeto. Obviamente as diversas manifestações de marca, não concentram em cada uma delas a totalidade do projeto, apenas fragmentos que, colocados em confluência, em uma relação complementar e muitas vezes suplementar, tem condições de nos apresentar a **identidade manifesta** da marca.

Essa distinção de identidade manifesta diz respeito a que as manifestações da marca não exprimem a totalidade do projeto de marca, visto que, conforme relatamos anteriormente, algumas nuances da identidade da marca não são visíveis aos destinatários, pois ainda se desenham como possibilidades de desenvolvimento, conhecidas muitas vezes somente pelos gestores da marca, que podem ou não serem concretizados, mas que, de qualquer forma, são parte integrante de sua identidade e daquilo que pode ainda se agregar ou mesmo se transformar nessa identidade.

Nesse sentido é que o estudo para obter a identidade da marca, conforme a proposição de Semprini, não deve se concentrar exclusivamente na instância da recepção (para quem se fala - que dá fundamento à imagem) que é o que fazem os modelos *Customer Based Brand Equities*¹⁷, nem tão pouco apenas na instância da produção (alguém que diz - que dá fundamento à identidade) como fazem os modelos que se alinham a uma visão mais inclinada para a marca.

Para Semprini então essa construção inicia por se encontrar primeiramente o projeto de marca, que passa por uma reconstituição histórica e perpassa por obter informações sobre

¹⁷ Valor de marca baseado nos consumidores

peças ou documentos que contribuíram na formação desse projeto e também em sua renovação, em suas transformações ao longo do tempo, ou seja, as concepções que fundamentam a essência da marca, o que está inscrito em seu surgimento e que de certa forma se configura como fluxo para o seu desenvolvimento.

De acordo com sua concepção a respeito da natureza intersubjetiva da marca "a identidade de uma marca é sempre o resultado dinâmico de uma interação e de uma negociação permanente entre os dois pólos, o da produção e o da recepção" (SEMPRINI, 2010, p.162)

Entendendo a marca como entidade viva e em movimento, a análise pode ser compreendida como um instantâneo, um retrato da sua identidade, capturado de acordo com o recorte possível naquele momento. O segundo passo é observar sua identidade manifesta conforme o que está expresso nas manifestações da marca, ou seja, em enunciações concretas por onde a marca se expôs e se materializou. Por fim, é possível observar essa interação dialética entre o projeto e suas manifestações.



FIGURA x. Esquema que demonstra a relação dialética entre projeto de marca e manifestação,.
Elaborado pelo autor baseado no modelo de Semprini (2010)

Temos portanto dois pares nesse esquema que é o projeto de marca e o projeto manifesto, e a identidade e a identidade manifesta. O projeto de marca é aquele que construímos com os 5 pontos que Semprini delimitou e os quais já mencionamos. Ele também fornece a identidade circunscrita à proposição da marca. A partir das manifestações realizadas por esse projeto, começamos a ter fragmentos de seu projeto que os destinatários podem pouco a pouco ir agregando.

Com a junção de alguns desses fragmentos já podemos constituir, sempre em condições de parcialidade, uma identidade manifesta, que conforme relatamos antes, não compõe todo o espectro da marca, mas é aquilo que está disponível e perceptível para apreensão de seus destinatários.

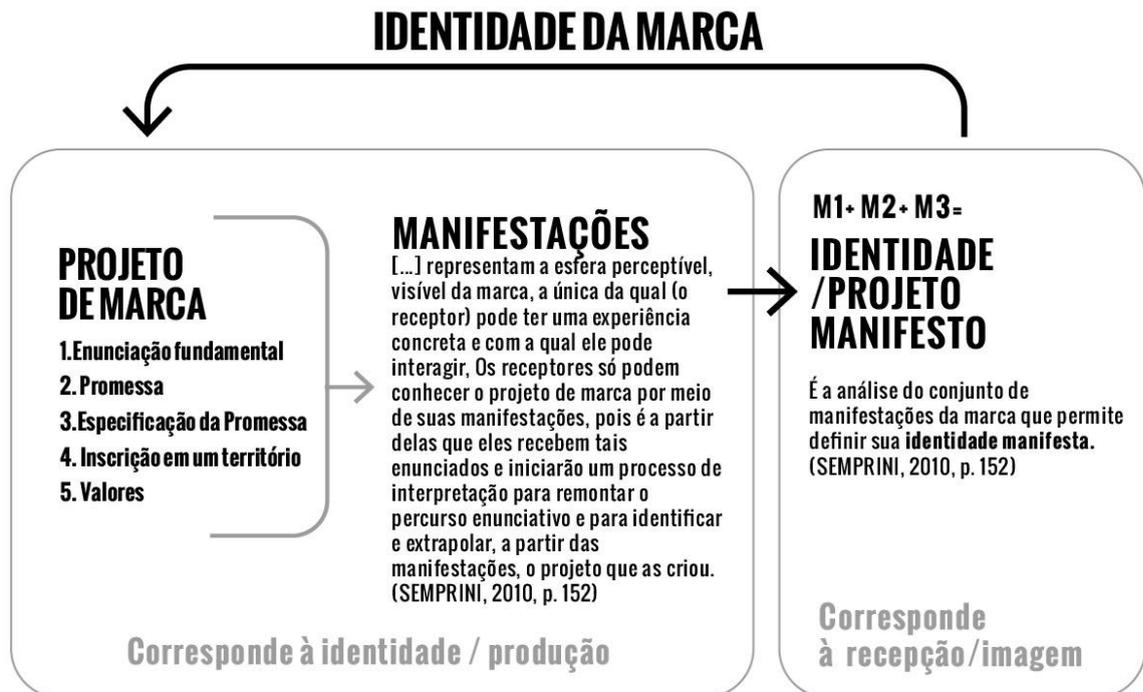
A marca, sua identidade plena, podemos dizer assim, é constituída por todos esses elementos aglutinados. É assim que ela, enquanto fenômeno semiótico e discursivo (NO SEMIÓTICO EU TENHO OS SENTIDOS, NO DISCURSIVO O INVESTIMENTO DOS SENTIDOS), instituído em um jogo enunciativo, está presente tanto pelo que é proposto pelo enunciador (a marca), tanto quanto pelo que é absorvido pelos enunciatários (o público-alvo) e reapresentado em forma de imagem.

Esse movimento é extremamente interessante porque o sentido da marca faz parte de um jogo constante, entre ela e seus públicos: a marca só realiza investimentos de sentidos tendo em vista, audição, razão e coração (emoção) a quem ela almeja seduzir, conquistar e estabelecer um relacionamento, um pacto de confiança, que nos remete a condição de contrato de marca, conceito que trataremos mais adiante.

Para compreender esse percurso de análise de uma maneira que ficasse mais evidente para nossa compreensão, criamos diversos gráficos esquemáticos com os elementos envolvidos, as diversas etapas, definições conceituais, e os movimentos configurados nos processos como este apresentado abaixo:

MODELO DE DEFINIÇÃO DE MARCA (SEMPRINI)

Marca como dialética entre o projeto de marca e identidade e projetos manifestos (SEMPRINI, 2010, p. 161)



Esquema 2. Modelo de definição de marca de Semprini (2010). Elaborado pelo autor com base no esquema proposto por Semprini.

Nesse esquema vemos que o projeto de marca dá origem às manifestações. As manifestações quase nunca tem a possibilidade de expressar todo o projeto, por isso podemos entender que elas carregam fragmentos (fractais) do projeto de marca, mas devem ser consideradas como “um enunciado em si, uma estrutura semiótica completa, um microdiscurso no qual pode-se aplicar o modelo de análise semionarrativo” (SEMPRINI, 2010, p.153).

Quanto ao modelo de análise semionarrativo falaremos mais adiante. A junção de várias manifestações (M1+M2+M3) corresponde a identidade manifesta e ao projeto manifesto, que é o projeto que está expresso e possível de ser reconstituído por meio das manifestações.

O projeto de marca e as manifestações reunidos correspondem ao pólo da produção, e deles emanam a identidade enquanto aspectos intrínsecos da marca. A identidade manifesta corresponde ao que a marca externaliza de sua identidade e, dessa maneira, o que o polo da recepção tem acesso para constituir a imagem. Essa por sua vez é confrontada no processo dialético para que o público possa remontar o projeto de marca que deu início a esse movimento.

No que diz respeito a análise de matérias significantes, Semprini se utiliza de um método semionarrativo conforme mencionado anteriormente. Este por sua vez é fundamentado na semiótica de Algirdas Greimas (1973), em um esquema denominado como percurso gerativo do sentido.

Gerativo porque ele parte dos níveis mais básicos de significados, onde estão os valores, e vai gradativamente compondo os elementos de um enunciado/manifestação, ganhando complexidade no estabelecimento de uma ação no nível narrativo, até ganhar os elementos que o estabelecem dentro de um determinado momento no espaço e no tempo, que o enquadra assim no nível discursivo. No tópico 2.1.7 aprofundamos um pouco mais esse assunto. Por hora, temos na sequência a figura X que ilustra como se desenvolve esse movimento.



FIGURA X. Modelo de análise semionarrativo. Elaborado pelo autor com base em Semprini (2010).

Tendo como base o percurso gerativo percebemos que o discurso da marca não é externalizado em um vazio, mas depende, como já enfatizamos, de condições contextuais que tem incidência determinante na forma como serão trabalhados os investimentos de sentido. Disso decorrem os diversos sentidos que estão presentes em um determinado ambiente sociocultural, como por exemplo as condições de consumo e a economia, panorama político,

ambiente de comunicação, discursos das demais marcas e muitos outros elementos. O gráfico abaixo ilustra de maneira sintética essa questão.



FIGURA X. Elementos que influenciam a marca em seu contexto. Elaborado pelo autor com base em Semprini (2010).

A proposta de Semprini é portanto que as manifestações sejam analisadas por essa metodologia, tomando cada uma delas como uma "micronarrativa da marca" como já mencionamos. É possível que às vezes uma única manifestação possa ser suficiente para expressar a identidade de marca, contudo, o mais comum, é que cada manifestação apresente apenas um fragmento.

Esse fragmento no entanto pode e deve carregar consigo aspectos que remetem a identidade plena da marca, pois podemos ver que mesmo sob diversas circunstâncias e objetivos de comunicação, as manifestações fazem menção ao conjunto, pois esse é o mérito da eficiência semiótica da marca: convergir manifestações diversas no sentido de fortalecimento de um núcleo em comum que é o projeto da marca.

Quando os destinatários da marca restituem o seu projeto por essas manifestações, é possível então que se estabeleça o chamado contrato de marca. Isso pode ocorrer de acordo com que as proposições da marca se alinhem com os desejos, sonhos, propósitos e imaginários desses públicos, e que, no estabelecimento de um relacionamento ao longo do tempo, a marca consiga manter pertinência com esses públicos.

De forma muito sintética, pode-se dizer que o contrato de marca nada mais é que uma reformulação da identidade e do projeto sob forma de compromisso relacional. Um contrato de marca não é outra coisa senão um projeto de marca no qual o consumidor decidiu crer e ao qual decidiu conceder sua escolha e sua confiança. (SEMPRINI, 2010, p.166)

O contrato de marca faz parte da natureza relacional da marca conforme tratamos anteriormente, que é essa qualidade de envolver os destinatários em torno de sua causa, de seus propósitos.

Aqui expomos então um determinado entendimento sobre a arquitetura e lógica de funcionamento da marca, conforme propõe Semprini. Resumindo o modelo Projeto/Manifestações, pudemos compreender que o Projeto se conforma ao espectro imaterial da marca, sua dimensão inteligível, e as manifestações são a concretização desse projeto, e o meio pelo qual é possível acessar esse projeto.

A análise proposta visa observar as manifestações de marca e ver como essas manifestações refletem o projeto. Segundo Semprini, quanto maior for a coerência entre as manifestações e o projeto, maior é a condição de autenticidade que a marca alcançou em uma perspectiva das marcas contemporâneas.

No percurso que traçamos até aqui, trouxemos elementos para compreender o fenômeno da marca em um cenário das sociedades contemporâneas, e a força com que esse dispositivo se apresenta dentro da discursividade social. Partimos das condições que fornecem a ela todo esse poder de articulação simbólica e também suas fragilidades. Fizemos ainda um pequeno apanhado histórico que demonstra como ela foi construindo uma lógica de investimento dos sentidos, ultrapassando o universo do consumo para se tornar um dispositivo geral de formação e de manifestação de sentidos que hoje permeia e atravessa praticamente todos os espaços.

Na sequência observamos quais características a marca tem para efetivar seus objetivos, todo o aparato que constitui suas potencialidades semióticas e discursivas, e por fim, apresentamos o modelo projeto/manifestações proposto por Semprini, seu procedimento para fazer emergir o projeto de sentido da marca, o detalhamento da construção da identidade de marca, para a gestão de sua dimensão simbólica e pragmática.

Esses conceitos nos auxiliarão para que, no capítulo de análise, possamos efetuar a construção do projeto de marca do IEC, especificando suas características enquanto instância enunciativa, pois o modelo proposto por Semprini é centrado exatamente para um delineamento dessas qualidades. Por outro lado, apesar de Semprini sempre enfatizar o contexto como também sendo elemento primordial para a definição da marca, o seu modelo não se detém tão fortemente sobre esses aspectos.

Relembramos então nossa pergunta problema que é “O que a marca do Instituto Evandro Chagas revela sobre a Amazônia enquanto território produtor de ciência?”. Nesse sentido, nossa bússola aponta para observar o lugar que a Amazônia ocupa enquanto lugar de produção de conhecimento, utilizando para isso o posicionamento discursivo que o IEC delinea para si, portanto, o investimento de sentidos realizado pela marca.

Essa perspectiva nos direciona a observar com mais detalhes as questões concernentes às condições de produção e reconhecimento, que designam a forma com que o IEC desempenha seu discurso de marca. Isso pode ser obtido por meio de seu posicionamento discursivo enquanto instituição de ciência forjada e atuante na Amazônia, sua forma de se implicar nesses discursos e como ficam rastros, vestígios desse contexto.

Para isso então, vamos nos valer das teorias e metodologias de Eliseo Verón, sua teoria dos discursos sociais, suas proposições e ferramentas de análise dos discursos sob circunstâncias midiáticas, que nos ofertam, segundo nosso entendimento, ferramentas mais precisas para investigar o que mencionamos há pouco, coadunando com o que já temos ofertado por Semprini.

2.1.6 O pensamento de Eliseo Verón: teoria dos discursos sociais, análise do discurso midiático e contrato de leitura

Eliseo Verón tem uma longa trajetória e mudanças diversas nas correntes de pensamento. Inicia seu percurso como discípulo de Lévi-Strauss e desse compartilha as ideias estruturalistas e o entendimento da linguagem como uma forma primordial do homem exercer a comunicação e atuar sobre a realidade social (GONÇALVES, 1996, p. 147).

Nesse primeiro momento desenvolve suas aproximações com a linguística por meio da semiologia Saussuriana, na mesma trilha de Lévi-Strauss. Contudo, interessa-se também em outro momento a acompanhar uma nova leva de estudos semiológicos colhendo experiências também com a produção intelectual de Roland Barthes. Por fim, o encontro de Verón com a semiótica Peirciana, impulsiona e dá novos contornos à sua busca para uma compreensão da produção de sentidos (BRAGA, 2005, p.250), que durante toda sua trajetória foi o cerne de seus esforços.

Conforme descreve Santana (2015) Verón foi se deslocando da primeira semiologia (década de 1960) que estava centrada nas análises imanentistas dos textos, passando para a semiologia de segunda geração (1970) que influenciada pelas abordagens gerativas de sentido

voltava-se então para uma reconstituição do processo em que os textos eram criados, preocupando-se assim com a análise das condições de produção desses materiais.

Na sequência Verón esteve envolvido no desenvolvimento de uma semiologia de 3ª geração que, além de debruçar-se com as questões concernentes a produção dos discursos, abrangia também observar o reconhecimento desses discursos, por uma teoria que incorpora compreender os "efeitos de sentido" levando em conta as articulações extratextuais implicadas no investimento dos sentidos.

Sua preocupação na abordagem dos fenômenos midiáticos o leva a estender a noção de discurso para além das fronteiras do texto linguístico e a desenvolver uma aplicação das análises que englobam matérias significantes heterogêneas e de forma simultânea como imagem, texto, cores, sons e formas (VERÓN, 1986). Unindo os estudos semióticos e comunicacionais e buscando compreender a produção de sentido, especialmente no âmbito da comunicação midiaticizada, Verón construiu a sua Teoria dos Discursos Sociais (CARVALHO, 2018, p.8).

Essa teoria, suportada pela semiótica Peirceana, sua concepção triádica do signo e de semiose, auxiliou Verón a propor que os textos não são meras mediações ou representações do pensamento, mas também produzem e constituem o real, tomando o texto aqui não apenas como materialidades de fulcro linguístico, mas matérias significantes em seu mais amplo espectro. É com base nessa ideia que Verón propõe a sua dupla hipótese que dá fundamento a essa proposição onde toda a produção de sentido é necessariamente social e todo fenômeno social é um processo de produção de sentido (VERÓN, 1987).

Ou seja, os sentidos são potencialidades comunicativas abertas, no entanto, o investimento de sentido, colocar os signos em funcionamento a uma determinada proposição significativa, só se faz possível dentro de uma conjuntura social, pois esta é que fornece os escaninhos por onde se encontra o sentido. Do mesmo modo, todos os fenômenos sociais são investidos de sentido, em alguma abrangência configuram-se como significado a ser apreendido.

Dessa maneira, “Analisar os discursos sociais esclarece, então, o estudo da construção do real, pois a realidade do social se constrói na semiose.” (CARVALHO, 2018, p.9). Esse entrelaçamento dos discursos com os fenômenos sociais, é que permite que a materialidade dos discursos se converta em uma chave para a análise destes.

Essa dimensão da produção do sentido enquanto constituidora do real vai fazer Verón colocar como cerne de seus estudos os discursos que se projetam por meios midiáticos. Ele no entanto distingue bem que considera mídia não os suportes, mas as práticas sociais e comunicacionais que se configuram no uso desses aparatos: " 'Mídia' é, pois, para mim, um conceito sociológico e não tecnológico." (VERÓN, 2004, p.241)

Podemos perceber por esse conceito que o dispositivo marca se configura no âmbito dessas práticas sociais: muito mais do que apenas um símbolo gráfico, a marca em um determinado momento da sua ascensão, estabelece toda uma ordem de práticas sociais, que estão vinculadas a sua propriedade de agenciar sentidos. Isso não significa dizer que a marca seja uma mídia, mas ela se desenvolve e ganha outras dinâmicas em um cenário midiático, a realidade midiática fertiliza, dá condições e forças para ela se disseminar, conforme já abordamos anteriormente. É sobre essa incidência da marca em meio às práticas sociais que a presente pesquisa se desenvolve.

Voltando à questão da semiose social, temos que um discurso não se efetiva apenas circunscrito ao que ele tem estritamente em seu conteúdo, como propõem as abordagens imanentistas, mas remete a outros discursos, às condições sociais que incidem regras sobre a sua produção. Disto, podemos observar que existe um fluxo remissivo e entrelaçado de diversos discursos em uma trama intrincada e sem pontas: não se enxerga o início bem como não se determina o fim. Por isso as análises só são possíveis extraindo "fragmentos" dessa infinita teia de significados.

Desta maneira, o discurso é um ponto de passagem do fluxo dos sentidos e, observar os textos em sua condição discursiva, concerne a perceber a relação deste com outros discursos, entendendo que ele não se encerra em si mesmo (BRAGA, 2005, p. 246). A interdiscursividade é, portanto, a condição *sine qua non* para o funcionamento dos discursos sociais, bem como, o que possibilita e justifica a estratégia metodológica (VERÓN, 2004, p.70).

Para perceber como outros discursos estão presentes em determinadas matérias significantes é necessário observar os rastros que estes últimos deixaram expostos pelas operações discursivas. Os rastros assim evidenciam de forma indelével a relação do discurso com os processos de produção social que o constituíram.

La historia, la sociedad, la cultura, sólo se encuentran en lo que produce sentido en el seno de los intercambios, de las interacciones diversas, de las instituciones, de las relaciones sociales; en otras palabras, en los discursos.

¹⁸(VERÓN *apud* BRAGA, 2005, p. 257)

De outra sorte, em nossas sociedades não existem "discursos que sejam produzidos fora de condições econômicas, sociais, políticas e institucionais determinadas." (VERÓN, 2004, p.57), é por isso que para Verón o discurso é a colocação do sentido no espaço e no tempo.

É por esta chave que podemos então realizar análises e observar como a marca do IEC, que é em si um posicionamento discursivo, implica em seus enunciados/manifestações o lugar que a Amazônia ocupa enquanto território produtor de ciência, pois o enunciador Marca IEC carrega consigo essas condições de produção nos enunciados que queira externalizar, assim como conta com condições de reconhecimento que pressupõe existirem em seus destinatários para compreender os discursos que venha a produzir.

Dito isto, temos que, para a compreensão da produção social do sentido, Verón trabalha com três instâncias que são a produção, a circulação e o reconhecimento. A produção é o lugar de quem produz o discurso, nela temos as condições de produção que atuam de maneira coercitiva sobre as gramáticas de produção: delimitam o espectro de expressão dado a um determinado enunciador.

A instância de reconhecimento por sua vez está afeita com as gramáticas de reconhecimento que são as condições de absorção daquele discurso pela recepção. Por fim, a circulação é a defasagem entre a produção e o reconhecimento, observando que as gramáticas e condições entre essas duas instâncias não são as mesmas, temos que existe uma assimetria entre elas, assim, o sentido não é transmitido de maneira linear. Uma mensagem não se propaga exatamente como foi concebida na produção, dessa maneira não produz apenas um determinado efeito planejado, mas um campo de efeitos, tão diverso quanto sejam as gramáticas de reconhecimento presentes na recepção (VERÓN, 2004, p.216). Todavia, Verón argumenta que ainda assim o discurso "não produz um efeito qualquer", e assim vaticina que a questão dos efeitos é "incontornável". (AQUI INSERIR A CITAÇÃO DE SANTAELLA)

Para conseguir delinear alguma coisa nesse sentido, qual seja, avançar em uma compreensão sobre como se dá a relação entre o plano da produção e a do reconhecimento (que é a palavra que Verón tem preferência em vez de recepção) é que Verón convoca o funcionamento da enunciação como forma de contribuir com aproximações a esta questão.

¹⁸ A História, a sociedade, a cultura, só se encontram naquilo que produz sentido nas trocas, interações diversas, instituições, relações sociais; em outras palavras, nos discursos. (tradução nossa)

A enunciação não pode ser compreendida sem atuar com o seu par enunciação/enunciado, onde o enunciado está na ordem do que é dito e a enunciação nos modos de dizer. Verón (2004, p.216) traz como exemplo para explicar essa diferença um comparativo entre duas frases "Pedro está doente" e "Creio que Pedro está doente". No que diz respeito ao conteúdo as frases expressam a mesma coisa, Pedro está acometido por uma enfermidade. A diferença reside na forma como o enunciador está implicado nas frases, no modo de dizer inscrito em cada um dos enunciados: no primeiro é uma afirmação categórica, da ordem da verdade; no segundo o enunciador se insere informando a sua conjectura.

Em um ambiente concorrencial, como são os das revistas semanais, Verón percebeu que o que incidia o sucesso de um suporte não estava na ordem do conteúdo, já que todas tratavam praticamente dos mesmos temas em seus editoriais, mas a diferença residia exatamente nas modalidades de dizer, como cada suporte interpelava e envolvia o leitor. Dessa maneira, ele percebeu que, para a imprensa escrita, os modos de dizer é que estabelecem uma relação com os seus públicos. Com base nisso, ele cunhou o seu conceito de contrato de leitura, que é o mesmo que dispositivo de enunciação conforme descrito abaixo:

Em um discurso, qualquer que seja sua natureza, as modalidades do dizer constroem, dão forma, ao que chamaremos de dispositivo de enunciação. Este dispositivo comporta: (1) A imagem de quem fala: chamaremos essa imagem de o enunciador. Aqui o termo "imagem" é metafórico; trata-se do lugar (ou dos lugares) que aquele que fala atribui a si mesmo. Essa imagem contém, portanto, a relação daquele que fala ao que ele diz. (2) A imagem daquele a quem o discurso é endereçado: o destinatário. O produtor de um discurso não só constrói seu lugar ou seus lugares no que diz; fazendo isso, ele define igualmente seu destinatário. (3) A relação entre o enunciador e o destinatário, que é proposta no e pelo discurso. (VERÓN, 2004, p.218)

Dentro de nossa linha de interesse o contrato de leitura pode ser adaptado ao contrato de marca, visto que a marca, guardadas as idiossincrasias de suas práticas sociais e discursivas, engendra por meio da enunciação, estratégias semelhantes às empregadas pelos suportes midiáticos, para assim se vincular e estabelecer uma relação com seus destinatários. Cabendo reiterar aqui o entendimento que o discurso não se refere somente a textos linguísticos, ou mesmo aos materiais heterogêneos que estão associados aos dispositivos midiáticos como cores, imagens, sons, diagramação, mas, inclusive, os produtos das marcas podem estar investidos de sentidos, convertendo-se assim em discursos, conforme vimos também ser proposto por Semprini no tópico anterior.

Verón distinguiu algumas modalidades de análise sobre as formas com que o enunciador no contrato de leitura se dirige aos seus destinatários nos títulos das revistas semanais. O primeiro deles o enunciador objetivo, aquele que, ao não se inserir no discurso, pleiteia o que se chama de "discurso de verdade". Esse enunciador não marca a si mesmo nem aos destinatários nos enunciados e dessa maneira transmite informações de maneira impessoal, como na frase "5 passos para emagrecer 11 kilos em um mês.". Ele pode até se posicionar como conselheiro, contudo, sem abandonar sua impessoalidade, como na frase "Cuidar dos filhos nas férias".

Já o enunciador pedagógico é aquele que vai guiando o leitor, explicando e informando, em uma relação de quem detém o conhecimento a um leitor que não tem, mas mantendo uma distância objetiva do leitor. O enunciador pedagógico e o enunciador "objetivo" têm características em comum, como esse posicionamento de quem detém o saber, também a transmissão do conteúdo em forma de conselho, como por exemplo na frase "Tudo o que você precisa saber sobre compras online."

Por fim, o enunciador cúmplice é aquele que interpela o destinatário e o envolve, dialogando diretamente com este. São fórmulas utilizadas por esse tipo de enunciador o imperativo "Assegure sua paixão para a vida"; frases em que o enunciador faz o destinatário falar "Eu perdi tudo"; e mesmo o diálogo entre enunciador e destinatário "Eu a amo mais eu a iludo. (Como perder esse péssimo hábito)". Outra forma também utilizada e que evidencia bem a questão da cumplicidade é quando o enunciador põe a ele e o destinatário juntos: "Moda: o preto nos cai bem."

Essas modalidades obviamente não esgotam outras possibilidades de abordagem e, mesmo a combinação entre elas, pode ofertar outras condições na forma de o contrato se apresentar e envidar o laço com os destinatários.

O contrato de leitura, contudo, ultrapassa sua abrangência para além dos signos linguísticos. Na verdade, Verón diz que a enunciação "é uma dimensão que afeta todos os elementos do funcionamento de um discurso" (VERÓN, 1983). Neste sentido as imagens, cores, diagramação, hierarquia entre elementos e conteúdos utilizadas em um suporte midiático, podem ser todos trabalhados no investimento de sentidos, em um discurso propriamente dito.

Nesse aspecto, Verón se deteve especialmente sobre a utilização das imagens, onde segundo sua concepção por meio do enquadramento, luz, distância, cor, movimento... todos

os elementos da composição fotográfica podem ser utilizados como marcas do enunciador. Assim, para explicitar o uso feito pela mídia impressa, das fotos de personalidades famosas (políticos, artistas, cientistas), Verón denominou alguns usos como "retórica das paixões".

O que caracteriza essas imagens são a captura de momentos diversos de expressão dessas personalidades, que são utilizadas posteriormente para indicar a situação desses sujeitos em determinado contexto. Verón refere-se a essas imagens como tendo sido arrancadas de seus personagens. Do outro lado, a foto do tipo "pose" é aquela em que o fotografado se oferece para o registro, decide como quer aparecer na imagem.

A forma como as fotos com essas características são utilizadas pelos veículos de imprensa caracteriza o investimento de sentido pretendido. Para reforçar a impetuosidade de uma determinada personalidade pública em uma matéria o veículo pode colocar a foto da pessoa com uma expressão mais "fechada" como reforço ao que está descrito no texto, mesmo que essa imagem tenha sido capturada em um outro momento distinto.

Como podemos observar, pelo que discutimos e pelos exemplos demonstrados, a preocupação de Verón na análise dos discursos midiáticos é bastante centrada no investimento de sentidos, ou seja, como aquelas matérias significantes estão dispostas, dentre as diversas formas que poderiam ser empregadas, para expressar efeitos. Suas proposições, no entanto, não estão concentradas nem na instância da produção, nem na do reconhecimento, mas na relação estabelecida entre elas.

No próximo tópico explanamos sobre as semelhanças e diferenças existentes nas abordagens de Verón e Semprini e de como entrelaçamos suas propostas no sentido de melhor serem utilizadas em nossa pesquisa.

2.1.7 Semprini e Verón: um casamento em favor de uma metodologia ajustada a este objeto

Para trabalharmos nosso objeto vamos nos permitir concatenar e articular as proposições desses dois autores, Semprini e Verón, usufruindo da perspectiva e construções teóricas e metodológicas de cada um da maneira que entendemos ser a mais proveitosa para colher os melhores frutos da nossa pesquisa, das nossas análises. Como nos diz Bonin (2008, p.12):

A complexidade e a multidimensionalidade dos fenômenos comunicacionais/midiáticos coloca-nos o desafio de operar, não apenas no nível teórico, mas também no metodológico, com configurações multiperspectivadas, não redutoras.

Entendendo que conceitos e teorias funcionam como ferramentas de trabalho (deleuze) procedemos mesmo com um entrelaçamento dos recursos e métodos disponibilizados por esses dois autores que, em sua arquitetura intelectual, obviamente, advém também do entrelaçamento de autores diversos.

O pensamento de Semprini é impregnado por exemplo da semiótica greimasiana, sua forma de análise semiótica se vale do percurso gerativo de sentido, como mencionamos antes, proposto por Greimas (1973), contudo, ao mesmo tempo, ele adiciona compreensões mais contemporâneas da semiótica greimasiana, ultrapassando as ideias imanentistas de análise de Greimas que dizia que "fora do texto não há salvação"¹⁹.

Semprini avança um pouco mais adicionando ao seu pensamento autores como Eric Landowski (xxxx) que, partindo da semiótica greimasiana, a trouxeram também para um imbricamento mais explícito com o social, adicionando a essa linhagem de trabalho uma perspectiva sociosemiótica, da qual Semprini se serve amplamente.

Semprini também é influenciado e se utiliza de diversos outros autores como Bourdieu, em especial de sua teoria da distinção e do campo social. Colhe de Bourdieu a questão de que a marca em determinados contextos confere distinção social, sendo empregada por pessoas e grupos para uma expressão de posição hierárquica na sociedade.

De Baudrillard, Semprini traz para seus estudos a teoria da sociedade de consumo e da simulação, entendendo que as implicações e a centralidade do consumo para as sociedades contemporâneas permitem que os indivíduos destes contextos se valham dos simulacros para darem sentido às suas experiências e identidades, construindo "mundos possíveis" que lhes auxiliem a encontrar um propósito, que é a incessante busca caracterizadora do indivíduo moderno. Assim também, podemos citar Umberto Eco, Michel de Certeau, David Harvey e alguns outros que se fazem presentes nos conceitos elaborados por Semprini para compreender o fenômeno da marca contemporânea.

A respeito de Verón, já detalhamos no tópico anterior os autores com quais ele conversa para construir seu pensamento, entre eles Saussure, Fregé, Peirce, em uma articulação entre os estudos advindos da linguística e das abordagens semióticas.

Obviamente não é a intenção deste trabalho traçar de maneira mais profunda as influências e trajetórias dos dois autores com os quais escolhemos trabalhar para investigar o

¹⁹ Alguns autores argumentam que a frase de Greimas foi em um sentido "espiritoso" (ver se encontro a citação), e que este autor tinha uma aceção maior do que seria o "texto" (FIORIN) -

fenômeno marca nas cercanias do objeto de nossa pesquisa. Trata-se simplesmente de expor, em alguma medida, as diferenças e semelhanças entre eles, que igualmente ao que estamos nos propondo, fizeram uso de ferramentas teóricas e metodológicas distintas empunhando cada uma destas dentro do labor que julgaram procedentes para dar forma aos seus trabalhos.

Nossa proposição deste ponto em diante é discorrer sobre alguns enquadramentos teóricos que irão nos auxiliar na análise dos documentos e entrevistas que compõem nosso corpus de pesquisa, promovendo uma aproximação entre a conceituação dada por Semprini ao objeto marca, e a análise dos discursos midiáticos aportados por Verón.

De Semprini essas conceituações abrangem a lógica da marca, características do objeto marca nas sociedades contemporâneas, emergência da marca como dispositivo chave das trocas semióticas e materiais das sociedades midiáticas. De Verón a análise discursiva que engloba pensar a marca no âmago da discursividade midiática, a implicação dos discursos com os fenômenos sociais (dupla hipótese), as estratégias de investimento de sentido nas matérias significantes e, principalmente, os rastros deixados nos discursos pelas condições de produção e reconhecimento, o atravessamento das questões ideológicas e de poder inscritos nos discursos, os elementos que incidem os macrofuncionamentos dos discursos como iremos expor mais adiante.

Para tanto, começamos a estabelecer uma ponte entre eles, observando que ambos usufruem da teoria da enunciação em suas abordagens. Assim, trazemos em vista a marca poder ser compreendida enquanto uma instância enunciativa e, sendo uma instância enunciativa, capaz de produzir discursos:

Mais precisamente, a marca é definida como uma instância enunciativa. É o processo de enunciação que lhe permite passar de um estado abstrato e virtual ao estado concreto de manifestação. Definimos o nível da enunciação como projeto de marca e aquele dos enunciados produzidos como manifestações de marca. (SEMPRINI, 2010, p.167)

O projeto de marca para Semprini, conforme já detalhamos anteriormente, são as regras e condicionantes que estão instituídos enquanto fundamentos ao modo como a marca pode e deve se manifestar, é como se fosse o seu “DNA discursivo”, o que configura, em certa medida, a sua identidade e, é por meio desses condicionantes que a marca expressa suas manifestações.

Estabelecendo um paralelo com a maneira de Verón abordar o processo de enunciação, a marca ocuparia em seu modelo o dispositivo de enunciação: “Em um discurso, qualquer que

seja sua natureza, as modalidades do dizer constroem, dão forma, ao que chamaremos de dispositivo de enunciação” (VERÓN, 2004, p. 216).

Verón, contudo, requer que a enunciação deva ser compreendida com o seu par: enunciação/enunciado, conforme também expomos anteriormente. O enunciado como aquilo que está na ordem do dito (o mesmo nível das manifestações de marca de Semprini) e a enunciação nos *modos de dizer*, ou seja, nas modalizações com que o enunciador pode se colocar, se implicar no enunciado (o que seria semelhante ao projeto de marca) e de como se estabelece sua relação com seus destinatários.

Fiorin (2020, p.123) citando Benveniste, nos diz que é a enunciação que possibilita falarmos de discursos, quando a virtualidade que constitui a linguagem se presentifica em um acontecimento, em um enunciado, em determinado momento de tempo e espaço. A enunciação guarda em si as potencialidades e possibilidades para o exercício da expressão linguística e, tomando em um sentido mais amplo, também de todo gesto de sentido. Já o enunciado é o ato consumado dessa expressão com as escolhas determinadas no momento diante de todo leque disponível.

O princípio disso é o de que um enunciador quando se manifesta constrói para si uma imagem, um lugar, um condicionamento que o delinea enquanto tal para dizer o que diz, assim como, na mesma medida, constrói um lugar para o seu ou os seus enunciatários/destinatários, enquanto pólo receptivo de sua manifestação.

Esse processo é suportado por elementos contextuais que abrangem o enunciador (condições de produção) e o destinatário (condições de reconhecimento), que envolvem espaço e tempo, e oferecem um horizonte comum onde eles podem buscar formas de se compreender nessa interlocução, e da onde pode-se então atribuir os sentidos (VERÓN, 2004, p.217-218) .

É por isso que, segundo Verón (2004, p.62), um discurso nada mais é do que a colocação do sentido no espaço e no tempo. É em acordo com os fenômenos sociais inscritos em uma determinada sociedade, em um momento específico, que podemos perceber os investimentos de sentido que nele estão configurados.

Sodré, assim como os semiólogos Dominique Maingueneau e Eliseo Verón, distingue discursos de texto. Enquanto o segundo é a “unidade de análise”, a materialidade da linguagem posta em som, letras e formas (linguísticas ou não), o discurso é o lugar por

excelência da produção do sentido que se dá em determinadas condições de produção e reconhecimento.

O discurso articula o extralinguístico e o intralinguístico, é contextualizado e relacional, manifesta-se na indissociabilidade entre o enunciado (o dito) e a enunciação (os modos de dizer). Para Verón, o texto é o ponto de partida para produzir o conceito de discurso. O texto é um objeto heterogêneo, que se presta a múltiplas leituras e análises, inclusive a discursiva.

Dentro dessas condições, também há, evidentemente, tudo aquilo que o analista considerará, por hipótese, como tendo um papel determinante para dar conta das propriedades dos discursos analisados: esses elementos variam de acordo com o tipo de pesquisa e com a natureza da produção significante enfocada. Tratando-se da problemática do ideológico e do poder, tais elementos vão dizer respeito às condições fundamentais (econômica, política e social) do funcionamento da sociedade dentro da qual os discursos foram produzidos. (VERÓN, 2004, p.52)

Voltando à questão da marca percebemos que ela enquanto entidade semiótica, que produz sentidos, se posiciona como um enunciador, toma para si um lugar de fala, perfaz a sua ação e existência por meio de um exercício discursivo, que segundo Semprini (2010, p. 167) não se restringe apenas a enunciados linguísticos mas a todo tipo de manifestação que produza sentido.

Da mesma maneira, em sua abordagem, Verón não toma como discurso apenas objetos linguísticos, mas observa também a heterogeneidade das matérias significantes (textos, imagem, som, cores, diagramação) no investimento de sentidos especialmente no ambiente midiático, conforme já expusemos anteriormente.

No universo da marca, podemos observar que o discursivo então está nela espelhado tanto em seu logotipo, sistemas de identidade visual, produtos, slogan, materiais de divulgação, enfim, em tudo quanto ela esteja presente. O discurso de uma marca, dessa maneira, é o que expressa a auto-atribuição que esta define para si mesma, frente a um público determinado (o público da marca) dentro do contexto de sua atuação. Assim, toda a sua manifestação concreta acaba por se constituir como fazendo parte de seu discurso.

Em resumo, a marca é nessa acepção um fenômeno de natureza sociosemiótica, tendo em vista que procede exatamente por agenciar sentidos, articulando na escolha dos significados inscritos na tessitura social aquilo que melhor se adequa ao seu propósito.

Por essa propriedade de articulação, Semprini (2010, p. 100) argumenta que a marca dispõe de uma natureza relacional, conforme já enfatizamos anteriormente, e que é desdobrada em dimensões intersubjetivas e contratuais.

Essas dimensões emergem exatamente por conta dessa sua propriedade semiótica que na formulação do sentido conjuga de maneira dinâmica 3 polos em uma relação constante e ao longo do tempo que se afetam mutuamente: o polo da produção - que controla e emite as manifestações da marca considerando o pólo da recepção e contexto; o polo da recepção - que recebendo as manifestações da marca avalia sua coesão e pregnância com suas necessidades e desejos, acatando ou não as propostas da marca, sendo que, em se acatando, pode-se estabelecer um pacto, ou contrato; e o contexto geral - que transpassa os outros dois polos e oferece as condições que regem as trocas e negociações entre eles, sendo primordial nessa relação e não apenas um cenário de fundo e imóvel, mas igualmente dinâmico como os dois outros pólos e em constante jogo com estes.

Dentro dessa descrição que engendra o polo da produção, o polo da recepção e o contexto, vemos como se articula a enunciação em seu processo dentro da lógica de marca. O polo de produção é ocupado pela marca, que equivale ao enunciador; o polo da recepção é ocupado pelo seu público-alvo, sendo o lugar de enunciatário/destinatário e, por fim, o contexto que estabelece as condições (na nomenclatura de Verón condições de produção e reconhecimento) para o discurso se tornar um acontecimento/manifestação.

Dessa maneira, voltando à teoria da enunciação a partir de Fiorin (2020) podemos compreender que a marca, ocupando o lugar de enunciador, estará em cada uma de suas manifestações concretas construindo ou exprimindo uma imagem de si, estabelecida em um imbricamento, uma negociação que tenha pertinência com seu público e igualmente com o contexto de sua manifestação. E é por meio dessas suas manifestações concretas que se torna possível observar, como está construída essa imagem nos rastros inscritos nessas manifestações.

Assim, em toda a marca conceitualizada como processo de enunciação, pode-se distinguir dois níveis, o da instância enunciativa que se coloca na origem, no topo do ato enunciativo, que controla as regras e as condições, e aquele dos enunciados concretos gerados por essa instância, que se encontram na base do ato enunciativo e que representam, de qualquer forma, os vestígios e as «provas» observáveis. (SEMPRINI, 2010, p. 145)

A abordagem descrita acima por Semprini é semelhante àquela adotada por Verón (VERÓN, 2004, p.52): é pelos vestígios, ou pelos rastros, deixados na superfície textual, ou

nas matérias significantes, que é possível se perceber as condições de produção de um discurso e, dessa maneira, obter um delineamento da instância enunciativa, e das questões relacionadas ao ideológico e ao poder inscritos nesses discursos.

Para observar como suportes midiáticos como revistas que tinham o mesmo público obtinham sucesso em detrimento de outros, Verón desenvolveu seu conceito de contrato de leitura, conforme já tratamos no tópico anterior, que em suma, segundo ele, é o mesmo dispositivo de enunciação.

A questão é como esse dispositivo de enunciação consegue estabelecer um laço com seus destinatários, o qual Verón argumenta que seja pelos “modos de dizer” que estejam articulados com as motivações individuais, de uma maneira que consiga se estabelecer um vínculo com o leitor, que deve ser constantemente renovado, em acordo com que as mudanças contextuais possam oferecer variações e isso rege um esforço também para que o projeto de sentido desse dispositivo não se descaracterize nesse processo e, dessa maneira, gere um desvinculamento com seu público, uma quebra de contrato.

Esse esforço é o mesmo engendrado pela marca, conforme explicamos anteriormente quando falamos sobre sua natureza relacional e evolutiva. O processo de enunciação das marcas com seus públicos, assim como são esses descritos por Verón com os suportes midiáticos estão em constante movimento e ajuste, refazendo-se em cada nova manifestação desse processo de trocas semióticas, de investimento de sentidos.

Para realizar a análise de documentos e entrevistas, vamos utilizar aportes metodológicos tanto propostos por Semprini (2010) quanto os de Eliseo Verón (2004, citar outros textos), mesclando as ferramentas que esses autores dispõem, de acordo com o que consideramos ser interessante para investigar esse objeto, dentro da proposição que determinamos.

De Semprini, utilizamos a conceituação que este dá ao objeto marca, sua lógica de funcionamento, contextualização em um cenário contemporâneo, características, comportamento e formas de realizar os investimentos de sentido enquanto entidade sociosemiótica.

De Verón, utilizamos os recursos analíticos para observar as matérias significantes dos quatro materiais de divulgação do IEC que tem uma caracterização de suporte impresso, como uma revista, produto que Verón disponibilizou recursos para sua análise ilustrados por diversos estudos que realizou nesse sentido utilizando o conceito de contrato de leitura, que

como vimos, guardadas as devidas considerações, funciona também para observarmos o fenômeno marca em sua constituição discursiva e em sua dimensão relacional.

Na análise das entrevistas, que, para nosso propósito, será empregado como dados a respeito da imagem da instituição, utilizaremos também a análise do discurso para observar as questões ideológicas e de poder presentes nessas matérias significantes, sem esquecer que a imagem, corresponde ao pólo da recepção, e que nessa visada, tendo o olhar esquemático de Semprini, deve refletir a maneira com que os destinatários absorveram o projeto de marca.

Cabe ressaltar que embora se coadunem sob diversos aspectos, em especial por estarem ambos ancorados na teoria da enunciação e em uma base sociossemiótica para estudo dos sentidos, Semprini e Verón têm fundamentos semiológicos diferentes.

Semprini em suas análises direcionadas às matérias significantes utiliza o método semionarrativo de Algirdas Greimas, e seu percurso gerativo de sentido. Essa metodologia privilegia a análise das matérias significantes partindo das estruturas semânticas mais simples até atingir as mais complexas.

O percurso se inicia pelo (1) nível fundamental onde se encontram as condições mais abstratas do sentido com as oposições semânticas mínimas (vida/morte, amor/ódio, verdade/mentira), seguindo para o (2) nível narrativo, onde estão a organização das estruturas narrativas do ponto de vista de um sujeito, e por fim o (3) nível discursivo, que é o nível mais superficial do percurso gerativo de sentido, onde os enunciados se concretizam, assumem a dimensão factual de uma manifestação, quando a narrativa é assumida por um sujeito na enunciação.

Já Verón tem como base a semiótica de Charles Sanders Peirce, com sua proposição triádica do signo, e cujo conceito de semiose é vinculado à noção de discurso, tendo assim observância às questões sociais e históricas que se inscrevem na produção e no reconhecimento dos textos, opera um olhar para além das análises imanentistas, dando suporte assim a sua Teoria dos Discursos Sociais, conforme já abordamos anteriormente (CARVALHO, 2018, p.8).

Diferente da proposição do percurso gerativo de sentido que inicia sua análise a partir das estruturas linguísticas mais simples, Verón entende que as questões contextuais de incidência mais ampla têm uma maior relevância para o investimento de sentidos em um discurso, como ele nos diz:

[...] partindo-se de objetos complexos, os macrofuncionamentos discursivos sobredeterminam os microfuncionamentos lingüísticos. É por isso que certos

macroconceitos são fundamentais. É no nível dos macrofuncionamentos que se pode perceber a influência das condições produtivas sobre os discursos e, por conseguinte, o enraizamento desses últimos na sociedade e na evolução histórica. (VERÓN, 2004, p. 240)

Acreditamos que ambos os modelos são proveitosos de serem aplicados de acordo com a necessidade de análise. Para questões de análise para observação de identidade de marca, o processo gerativo de sentido utilizado da maneira empregada por Semprini parece nos ser mais proveitoso, principalmente porque no nível fundamental é possível extrair os valores que têm uma grande determinação sobre a identidade de marca.

Por outro lado a observação dos macrofuncionamentos, conforme menciona Verón, é o que nos proporciona ter um maior foco de atenção na percepção de como o discurso de marca do IEC nos expõe que lugar o território Amazônico ocupa enquanto território produtor de ciência.

No capítulo 3, quando nos debruçarmos sobre as análises dos dados coletados nos documentos e entrevistas iremos recuperar todos esses conceitos em sua aplicação prática. Nossa estratégia é, portanto, realizar o delineamento da identidade de marca no que diz respeito ao projeto de sentido, com a metodologia proposta por Semprini.

Nos documentos institucionais empregamos a análise discursiva com os recursos de Verón, mas observando o discurso de marca fundamentados pela concepção que Semprini dá a este objeto, assim como nas entrevistas que nos servirão para estabelecer o contraponto como a imagem do IEC, para enfim reunirmos todos esses aspectos em um único constructo, que na verdade é multifacetado e que, percorre de maneira fragmentada o que seja a Marca IEC. E nessa marca IEC observamos então como a Amazônia se apresenta como território produtor de ciência.

No capítulo de análise, portanto, vamos utilizar essas duas abordagens para constituir a identidade de marca do IEC e ao mesmo tempo pelos rastros inscritos nos discursos, revelar o lugar que a Amazônia ocupa na produção do conhecimento no discurso da Marca IEC. Faremos mais detalhamentos do procedimento metodológico no item 3.1.

2.2 Amazônia - (história, imaginários e representações) território de ambiguidades sócio históricas (pluralidades incompreendidas) invenção, colônia e atraso

Para analisarmos o discurso da Marca IEC é necessário compreendermos, ou termos um repertório de seu contexto de enunciação. Conforme tratamos no tópico anterior, falando a

respeito da marca como instância enunciativa, observamos que, além do pólo da produção e da recepção, temos o contexto como elemento primordial para compreensão dos investimentos de sentido.

Dessa maneira, além de conhecermos como se desenvolveu o IEC, precisamos também realizar um levantamento dos elementos que são acionados em seu interdiscurso, e que regem influência nas condições produtivas da Marca IEC. No caso de nossa pesquisa, as temáticas que necessitam ser acionadas dizem respeito às construções simbólicas sobre a Amazônia e sobre a Ciência. Neste tópico tratamos então a respeito de diversas questões que nos dão um panorama da Amazônia dentro de circunstâncias que refletem na apreensão da Marca IEC, questões históricas, sociais e econômicas que reverberam, ou constituem a construção simbólica sobre a região.

Neste sentido, principiamos a destacar que a Amazônia desde sempre foi uma região atravessada por discursos e narrativas as mais diversas, que constituíram essa sua construção simbólica ancorada em misticismos e estereótipos, por ser tão múltipla em suas características quanto vasta em suas dimensões, razão pela qual Gondim (2007) prefere dizer que a Amazônia foi “inventada” e não descoberta.

Antes de ser vista e reconhecida devido sua importância para o equilíbrio ambiental mundial e pelo valor atribuído à sua biodiversidade, que alavancaram sua publicização na atualidade e a colocaram sob os holofotes constantes do mundo inteiro, a Amazônia desde muito trazia sobre si outras adjetivações, que, ao longo do tempo, se cristalizaram e moldaram sua conceituação, especialmente dentro do próprio território brasileiro. Todos esses termos constituem para a Amazônia um entendimento ambíguo que vai da qualificação de "inferno verde" a "celeiro do mundo" em acordo com o enquadramento e momento que se efetua o discurso, e são dispostos ao sabor com que os investimentos de sentidos queiram tirar proveito do seu grande manancial simbólico, que além de tudo, por sua forma de se imbricar na discursividade social se converteu em uma marca, a Marca Amazônia, conforme enfatiza Amaral (2016, p.86) :

Nessa perspectiva, a Marca Amazônia funciona como um subterfúgio em que esconde ou revela à medida do interesse criado nos processos de simulação da narrativa midiática ora como o "inferno verde", ora como o "celeiro do mundo", ora como paraíso tropical, numa escolha entre externalidades negativas como o desmatamento e as queimadas e afirmativas como a maior biodiversidade do planeta. De um lado a Amazônia monolítica herança do conhecimento decolonial com a sua floresta e as suas riquezas advindas do extrativismo atendendo o capitalismo global e de outro uma

Amazônia que parece moderna das empresas de mineração, da grande indústria madeireira, das hidrelétricas monumentais, das fazendas de gado, do agronegócio como a pesca industrial e o plantio de soja e que os dados oficiais mostram por uma perspectiva essencial de crescimento econômico, embora o desmatamento admitido para estas atividades, conflite, de forma paradoxal, com o próprio conceito de desenvolvimento defendido pelas políticas do Estado Brasileiro e do mercado global. (AMARAL, 2016, p. 86)

Talvez a Amazônia que "parece moderna" mencionada por Amaral seja a que encontre menor espaço para se firmar em meio a discursividade midiática e simbólica, e é importante observar que os empreendimentos destacados para a configuração dessa Amazônia dita moderna são todos das indústrias de base, ou seja, que elaboram produtos de baixo valor agregado. Nessa definição, por exemplo, não ganha relevo a ciência e a tecnologia, tidos como fator preponderante no cenário atual para o avanço de qualquer nação. Dessa maneira enxergar o "progresso" na Amazônia é realmente parte ainda de um olhar diminuto, tendo em vista que por um período mais longo de tempo a imagem de uma Amazônia selvagem, misteriosa, perigosa, desabitada e atrasada foi a que ficou instaurada mais fortemente em sua descrição geral no imaginário social.

Assim, as primeiras construções simbólicas sobre o território são fortemente transpassadas por narrativas fantasiosas, como a tribo de mulheres Amazonas descritas pelo frei Gaspar de Carvajal em uma expedição realizada entre os anos de 1541-42 (GONDIM, 2007, p.84-86), que acaba por se efetivar como o nome dado à região. As Amazonas²⁰, segundo descrição de Carvajal, eram mulheres brancas de alta estatura, hábeis guerreiras que exerciam domínio sobre os outros povos daquele território, sendo guardiãs do Eldorado, onde existia grande abundância de ouro e outras preciosidades.

Os primeiros cronistas entre eles Gaspar Carvajal, Alonso de Rojas e Cristóbal de Acuña, descrevem sobre a Amazônia um olhar deslumbrado à grandiloquência natural, evocada como se fosse parte de um novo Éden, onde se misturam relatos de tom religioso-civilizatório e o olhar mercantilista frente o que daqueles recursos poderiam ser convertidos em riquezas. Os nativos são descritos em uma grande variedade de caracterizações, onde alguns são prestativos e atenciosos com os colonizadores e outros bestas ensandecidas, comedores de carne humana e de comportamento bélico frente aos europeus tidos como invasores.

²⁰ A menção mítica original das Amazonas é fruto das narrativas do poeta grego Homero (séc VIII a.C.)

Um destaque dessas primeiras expedições é a realizada por Charles Marie de La Condamine, em 1735. Esta é considerada como uma das primeiras "expedições técnicas dos sábios da Academia de Ciências de Paris". La Condamine passou oito anos realizando estudos no Peru, juntamente com um grupo de estudiosos de diversas áreas. Realizou estudos astronômicos, físicos e matemáticos, entre eles cálculos para a medição do arco do meridiano do Equador, além de artigos botânicos que descreveram e nomearam plantas da flora peruana. Após esses oito anos realiza uma excursão pelo Rio Amazonas, fazendo o trajeto no percurso da nascente para foz, que é descrito como uma viagem de imensos esforços e perigos, pelas questões hostis de deslocamento.

Diante da grande variedade de fauna, flora e geografia, detém-se a registrar, segundo ele, apenas aquilo que fosse "mais notável" durante sua expedição. Em relação aos nativos, tem para com eles um olhar superior, que os coloca em uma condição inferiorizada. La Condamine, em seus relatos, busca como relacionar ao tronco da origem humana indo-europeia, os indígenas do Novo Mundo, os quais, em seu entendimento, aparentemente tem outra origem: "para ele, o homem americano ainda está na infância do mundo abandonado à natureza, privado de educação e sociedade, pouco difere das bestas" (GONDIM, 2007, p. 112)

Como construções simbólicas que esses relatos deixaram sobre a região, temos, primeiramente, um deslumbramento frente a diversidade faunística e florestal, que de tão imensa, dispõe uma incapacidade de catalogar e enumerar tantas coisas. Essa perspectiva mostrando já a vigência do olhar científico, com esse modo epistemológico para a construção do conhecimento, ou seja, enquadrar os fenômenos em listas de similaridade e distinção. Os sentidos talvez mais evidenciados são especialmente a hostilidade da floresta, a dificuldade de sobrevivência em um território que se por um lado ostenta muitas belezas, é inóspito para a permanência do homem "civilizado".

Outro ponto é a desqualificação designada ao povo nativo, que sob o olhar do colonizador é desprovido, conforme mais acentuadamente pontua La Condamine, de ambição, sem interesse pelo trabalho, ou de reflexões, dados às coisas pueris, sem objetividade, ou seja, totalmente desenquadrados de comportamentos dentro da lógica civilizatória dos europeus.

Em resumo, a descrição dada por esses primeiros exploradores é de uma terra de grande potencial de recursos, seja do ponto de vista mercantil ou científico, porém de difícil acesso e controle, habitado por nativos que não tem a menor consciência desse valor, sendo

esta, portanto, a visão transmitida pelos europeus em seus relatos, e a forma como se disseminaram ideias em acordo com essa primeira percepção sobre o território.

É no entanto uma conceituação que permanece corrente no tecido da discursividade social, tendo em vista as diversas manifestações políticas com relação às demarcações das áreas indígenas, e os projetos que são propostos para explorar esses espaços, onde temos como exemplo bem destacado as discussões sobre o marco temporal de ocupações, em pauta no Supremo Tribunal Federal (SARTORI JUNIOR, 2018). Costa (2017, p.37) reitera essa condição:

Ao classificá-los como primitivos, preponderava o discurso da incapacidade desses povos para possuir tão vasta terra, o que seria historicamente lembrado para justificar a conquista, a posse, a exploração, a violência e ainda hoje aparece nos questionamentos nacionais relativos à vastidão e imensidão dos territórios indígenas.

Essas ideias claramente influenciaram na compreensão de uma hierarquia racial, que perdura tendo efeitos perversos até hoje, e que colocou territórios e populações como as do Brasil, África e Ásia sob um espectro simbólico de inferioridade, frente a superioridade europeia, que está vinculada com a colonialidade.

A colonialidade, conceito criado por Aníbal Quijano (1992), pode ser entendida como um condicionamento de subalternização que persiste no imaginário dos povos que passaram pelo processo de colonização, que se encontra arraigado na atribuição dos povos colonizadores frente aos ex-colonizados, e inclusive da autoatribuição destes como inferiorizados.

Segundo Quijano (1992), a descoberta do Novo Mundo se desenvolve juntamente com o princípio das ideias da modernidade, onde a Europa subjuga os povos recém “descobertos” pela expansão navegacionista, tendo consigo seus ideais de ciência, arte, política e cultura como um padrão superior de conhecimento e por isso mesmo de validade universal, promovendo um apagamento e anulamento da alteridade, das identidades e conhecimentos desses outros povos como uma forma de exercer seu controle e domínio. Ao se denominarem modernos, os europeus automaticamente passam a entender os outros povos que não compartilhavam de seus ideais como primitivos/atrasados.

Para Mignolo (2019) a colonialidade é considerada o lado obscuro da modernidade, que por meio de seu processo de dominação totalizante, enaltece as qualidades de seu suposto progresso modernizador ao mesmo tempo que esconde o sacrifício imposto aos povos e

territórios que servem de encaixe aos seus propósitos. Assim é que se utiliza o termo modernidade/colonialidade, visto que a modernidade não seria possível sem a colonialidade, uma é o reflexo da outra.

Nesse sentido é que a emergência e consolidação dos diferentes tipos de conhecimentos construídos sob a égide do modelo de ciência concebido na Europa foram erigidos tendo como lógica e verdade essa concepção, que seria consolidada durante o período do Iluminismo (séc XVII e XVIII), nessa prática da ciência enquanto uma forma de poder, com a chancela da razão e do método científico como forma incontestável de se construir o conhecimento.

Loureiro (2022, p.162), argumenta que durante o Iluminismo também os intelectuais tanto da filosofia quanto de outras áreas de conhecimento estabeleceram formas de categorizar os diferentes povos em consonância com critérios que envolviam sua aparência física e cultural em dualidades opostas e hierarquizantes como "civilizados/selvagens, modernos/primitivos, superiores/inferiores, dominantes/subordinados".

Todas essas ideias irão se constituir tal como uma "cosmologia ocidental" que, caracterizada na concepção de modernidade/colonialidade, vai estar presente na própria forma de conceber e construir o conhecimento.

Com efeito, todas as experiências, histórias, recursos e produtos culturais terminaram também articulados numa só ordem cultural global em torno da hegemonia europeia ou ocidental. Em outras palavras, como parte do novo padrão de poder mundial, a Europa também concentrou sob sua hegemonia o controle de todas as formas de controle da subjetividade, da cultura, e em especial do conhecimento, da produção do conhecimento. (QUIJANO, 2005, p.121)

Além da subalternização empregada aos povos indígenas, também são incluídos os negros e caboclos, dentro desse enquadramento proposto pela alta filosofia europeia que argumentava em favor da "superioridade" dos homens brancos, o que fundamentava a exploração desses povos, que na verdade, no entendimento dos europeus, estavam sendo redimidos de sua condição bruta e atroz.

Segundo Loureiro (2022, p.162), figuram entre os cânones da intelectualidade europeia que postulavam sobre a excelência da raça branca os filósofos Immanuel Kant e Hegel, o sociólogo Émile Durkheim, entre outros. Para Kant, seria missão do homem europeu branco civilizar os demais povos, já que estes detinham "dons naturais" que os outros povos ainda não haviam desenvolvido.

Esse racismo epistêmico, construído a partir dessa conjuntura da colonização serviu - e continua servindo - como uma forma de atribuir desigualdades sociais, econômicas e culturais. Loureiro (2022, p.171) argumenta que dentro dessa concepção, o fato de a Amazônia ser ocupada por um grande contingente de etnias indígenas, negros e quilombolas, ribeirinhos e comunidades que trabalham com o extrativismo na floresta, fez com que o restante do Brasil atribuísse à região a pecha de “lugar do atraso”, imputando assim uma ideia da Amazônia como inferior tanto cultural como racialmente, onde as riquezas estavam disponíveis para quem tivesse o tino de “enxergar o seu potencial” .

Neste sentido, a mesma autora expõe que a Amazônia sempre foi vista como um "grande estoque" para atender as necessidades da metrópole no passado, e hoje, da federação. No primeiro momento, era um grande estoque de mão-de-obra: os indígenas que viviam em grandes quantidades na região eram capturados para executarem os mais diversos serviços, desde de servirem como guias, mateiros, remeiros, até para a construção de casas, igrejas, fortes, nos engenhos de açúcar, também para caçar e pescar.

Posteriormente esse "armazém natural" serviu como fornecedor das drogas do sertão, em um negócio altamente rentável para os colonizadores. Depois disso, a borracha virou o item da vez a ser retirada da prateleira, depois a madeira, as terras, o ouro, os outros minérios, a energia, a biodiversidade... enfim, a lista de itens de suprimento não parou de crescer.

Assim sendo, essa imensa capacidade de suprir os mais variados tipos de recursos naturais (e até humanos) é também uma caracterização fortemente vinculada à Amazônia. A adjetivação "celeiro", por exemplo, é muito utilizada para se referir à abundância e fartura encontradas na região. Desta forma, permanece a manutenção da exploração desse "armazém imenso e maravilhoso" dentro da roupagem da "sustentabilidade".

Outra questão que a mesma autora frisa com grande veemência, é o fato de entender que a Amazônia, diante do seu decorrer histórico acabou por se tornar colônia do Brasil. Por diversas circunstâncias, como o racismo com os povos presentes em seu território, que apontamos ainda há pouco, o Centro-Sul do país acabou por entender o território brasileiro mais ao norte e suas populações como o "Outro" no Brasil.

Segundo Loureiro (2022, p. 13), o primeiro momento em que isso se expressa de maneira mais evidente, é quando após a declaração de independência, o território do Grão-Pará, que correspondia aproximadamente ao que seria hoje a região Norte mais os estados do Maranhão e Piauí, manteve seu alinhamento com a coroa portuguesa. Após uma

violenta e estratégica investida, Dom Pedro I consegue forçosamente a adesão do Grão-Pará por meio de uma ação do mercenário inglês Greenfell.

A displicência com que o território era tratado pelo governo central perdurou, ocasionando outras revoltas como a Cabanagem, que demonstraram que era necessário encontrar um meio de integrar a Amazônia ao país. O primeiro boom da borracha foi um desses momentos em que as vultosas quantias em dinheiro aproximaram os interesses do governo pela região, e fizeram com que a Amazônia se sentisse mais integrada, especialmente após a eclosão da Segunda Guerra Mundial, e o novo socorro prestado pela Amazônia aos cofres do governo e aos interesses demandados no esforço de guerra.

Apesar de se sentir mais aproximada do restante do país a partir desse momento, esse não é o mesmo reflexo que se encontra da outra parte:

[...] apesar de seu isolamento geográfico, cultural e econômico, a sociedade amazônica havia já incorporado a ideia e desenvolvido o sentimento de pertencimento ao conjunto da nacionalidade brasileira. É o que se percebe na literatura de autores regionais na época. Contudo, contrariamente a esse sentimento regional de integração de uma pátria comum e o sentimento de nacionalidade, os governos centrais e as elites do Centro-Sul jamais reconheceram a Amazônia como parte de seu "eu nacional" interior, considerando-a, desde o passado aos dias atuais, como o "Outro", o estrangeiro dentro de seu próprio território. Daí porque os lucros da borracha foram aplicados, pelo governo federal, majoritariamente no Sudeste e não na região que o gerara [...] (LOUREIRO, 2022, p.16)

Essa é portanto a perspectiva vivenciada pela região Amazônica, em relação ao governo central do país que fica ancorado desde a vinda da coroa portuguesa, depois com o primeiro e segundo império e a república no Centro-Sul do país. O tratamento dispensado à região é de esquecimento e desvalorização, e isso, em grande medida, conforme já evidenciamos, por preconceitos com a sua formação histórica e social.

Neste sentido, Loureiro (2022, p.176) denuncia ainda que o Centro-Sul do país, onde se concentram os atores políticos que têm maior poder de decisão, penalizaram a região extraindo suas riquezas com práticas usurpadoras, beneficiando outras partes do país, não devolvendo à região investimentos na mesma medida daquilo que era retirado. Utilizaram para isso práticas legais e administrativas que amarram seu desenvolvimento a uma economia baseada no agronegócio e atividades extrativistas, modelo que privilegia concentração de renda e dilacerantes desigualdades sociais, mantendo-a subalternizada, nos mesmos moldes do passado colonial, em uma circunstância de dominação e dependência.

Nessa relação dual e desigual, até mesmo a cultura, a ciência, as produções literárias da Amazônia são consideradas "regionais", enquanto aquelas produzidas no Centro-Sul (lugar hegemônico de fala) são "nacionais", inclusive na classificação oficial de revistas e livros científicos, com raras exceções. A desigualdade teve, desde a colonização, a Europa como lugar de fala hegemônica, no mundo ocidental; e, no Brasil, a fala hegemônica vem do Centro-Sul. (LOUREIRO, 2022, p.194)

Nesta citação, Loureiro expõe uma circunstância típica do colonialismo europeu, que advoga para si a condição de cânone universal, sobre o conhecimento, as artes, a cultura e os comportamentos, enquanto as outras localidades do mundo detêm esses aspectos dentro de uma condição regional, ou seja, circumspecta a sua abrangência interna.

No caso específico da Amazônia enfrentamos os mesmos desafios dentro de uma amplitude interna do Brasil. Então, nesse caso, a produção de conhecimento nas universidades e instituições de pesquisa do Centro-Sul brasileiros são mais valorizadas do que as do Norte-Nordeste; a legitimação de autores regionais (quando não citamos os estrangeiros), têm menor peso do que os autores dessas regiões e cada um desses tópicos relacionados à colonialidade do saber, vai se aplicando proporcionalmente nessa perspectiva.

O interessante aqui é que alguns cientistas do IEC, como veremos nas entrevistas, entendem inclusive que os estudos realizados pela instituição são por vezes mais reconhecidos internacionalmente do que internamente no Brasil, evidenciando a força desse colonialismo interno dentro do território brasileiro e dando a ideia da dimensão do seu emprego, ainda o grau de preconceito e desdém atribuído à região.

Do ponto de vista simbólico outro aspecto importante a ser destacado, diz respeito ao conceito construído desde a Grécia antiga que é a ideia da cidade como "lugar da ordem social e política", e, portanto, como locus privilegiado para a convivência, expressão máxima da dominação do homem sobre a natureza e do exercício do poder. Segundo Araújo (2003, p.151):

Nos dois extremos opostos, a cidade e a selva representam a antítese radical uma da outra. Filha dos homens e da sociedade, a cidade é o lugar da racionalidade e da ordem, enquanto a selva, espaço das feras, é o lugar da animalidade e da desordem dos elementos.

A selva enquanto representação de espaço da irracionalidade é uma imagem bastante forte que vem ficar instituída no imaginário social, caracterizando a floresta como o avesso do civilizatório e, dessa maneira, um lugar para ser domesticado com a força do conhecimento e engenhosidade da ciência. O campo por sua vez, como esse espaço da natureza domesticado,

é entendido como sendo o provedor de alimentos e sustento para a cidade, estando assim sob influência de seu poder e, dessa forma, a transformação da paisagem da floresta para utilização na atividade agropecuária, é também vista como uma maneira de levar o “progresso” a essas áreas. Nesse contexto, a Amazônia está estabelecida no imaginário mundial como o lugar da selva por excelência:

Cremos não estar a exagerar ao dizer que no imaginário de praticamente todo o mundo a Amazônia é a selva das selvas, é «a selva» por antonomásia. Se esta imagem perdura ainda hoje, quando podemos cruzar a floresta por avião ou vislumbrá-la a partir de satélites, mal podemos intuir a força que terá tido para os «descobridores» do século XVI, que se deparavam ali com a reencarnação da selva mítica. (ARAÚJO, 2013, p. 152)

A frequente e quase que unívoca utilização de imagens da floresta no discurso midiático sobre a Amazônia, nesse sentido, permanece por reiterar essa compreensão sobre a região como essa imensa selva incontrolada, perigosa e desconhecida. Bem como é do interesse midiático, mostrar recorrentemente as populações que habitam lugares ermos na floresta, ou na margem dos rios, além dos indígenas. Essa abordagem tendo em vista interesse que a linguagem do espetáculo guarda pelo “exótico”. Nestas condições, a imagem que se forma é novamente o espaço do atraso, um lugar onde ainda é escasso o progresso e organização que transmitem a paisagem citadina e seu discurso civilizatório.

Essa ideia da selva como o lugar do que é primitivo, é que, segundo Loureiro (2022, p.40), motivou os governos a olharem a floresta com esse olhar de repulsa, e designar diversos planos e projetos que contaram com vultosos recursos e incentivos governamentais para literalmente devastar a floresta, convertendo um riquíssimo potencial genético e ambiental em cinzas, pastos, e monoculturas agrícolas, rifando imensas áreas para ocupação de projetos em que a floresta era um empecilho a ser removido.

A autora lamenta ainda, que até recentemente, e ainda hoje, existam governantes e pessoas das elites que ainda persistem com a ideia de destruição da natureza, mesmo quando os conhecimentos científicos já apontam que é possível gerar muito mais riquezas se esses recursos forem utilizados com inteligência e de forma sustentável.

No que diz respeito ainda a essa questão de urbanização, Becker (2003, p.73) argumenta que a Amazônia tem tido uma das maiores taxas de crescimento urbano nas últimas décadas, o que levou a autora a desde a década de 80 denominar a região como uma "floresta urbanizada". Contudo, ela mesma reconhece que outros estudiosos não corroboram a sua classificação. Isso se deve ao fato da precariedade de serviços disponíveis nesses

pequenos núcleos urbanos, espalhados em meio a paisagem florestal. Sumarizando, a imagem da floresta nesses moldes persiste como a representação do atraso perante o projeto ocidental modernizador.

Para finalizar este tópico, vamos concluir esse levantamento com alguns elementos que compõe a tessitura dos sentidos amarrados dentro da Marca Amazônia com o inventário construído por Amaral, Castro e Costa (2015), que de certa forma abrangem também alguns dos conceitos que discutimos até aqui em uma sucinta revisão diacrônica, mas que os autores sintetizam em 3 categorias de sentidos, conforme eles veem esses elementos serem configurados dentro da linguagem do marketing e da publicidade: imagens logotécnicas, imagens conceituais e imagens plásticas.

Começamos pelas imagens logotécnicas, que os autores conceituam como sentidos que se constituíram como representações da Marca Amazônia de forma estereotipada e que em si são sentidos vagos e superficiais, sem uma definição mais detalhada frente a dados concretos e um posicionamento específico de observação. Os elementos que compõe essa lista são:

A natureza como recurso e como ameaça: água, floresta e clima; A selva e o selvagem no sentido da inferioridade; A floresta como lugar de proteção e preservação; As externalidades negativas que afetam a região: queimadas, garimpos, desmatamento, poluição; A fauna e flora amazônicas; Os povos da floresta; Conhecimento tradicional; Cultura Exótica; Imaginário mítico; A floresta conservada, a mata virgem. (AMARAL *et al*, 2015, p. 108)

O primeiro elemento "A natureza como recurso e como ameaça: água, floresta e clima" tem amalgamados bens e prejuízos simbólicos. Os bens são o entendimento dessas riquezas materiais que a natureza pródiga da região amazônica oferece com tanta fartura: a água doce do maior manancial fluvial do mundo, a floresta como fonte de matéria prima para diversas indústrias, da madeireira à indústria de cosméticos e medicamentos; e o clima favorável para o cultivo agropecuário, mas também uma ameaça tendo em vista que a degradação da floresta, a ação antrópica pode instaurar mudanças climáticas na forma de grandes enchentes, ou mesmo grandes secas, aumento da temperatura e outras ameaças.

O tópico "A selva e o selvagem no sentido da inferioridade" já estivemos discutindo anteriormente, e aqui elencado reitera essa caracterização que se cristalizou ao longo do tempo da floresta como espaço da irracionalidade assim como da bestialidade de seus habitantes originais.

Os itens "A floresta como lugar de proteção e preservação", "Fauna e flora Amazônicas", "A floresta conservada, a mata virgem" são ideias que vem ganhar maior ênfase após as evidências científicas sobre a intensa degradação ambiental que vai ganhando volume a partir da revolução industrial bem como sobre o conceito da "maior biodiversidade do planeta", que alardeadas especialmente após a ECO-92, vão fazer surgirem ideias da Amazônia como um santuário ecológico, que deve ser zelado com todos os cuidados para garantia do equilíbrio ecológico mundial. É um bem simbólico de acordo com que o discurso utilizado se coloque dentro desse mesmo sentido da preservação, sendo um dos principais argumentos utilizados nas gramáticas do discurso publicitário, em consonância com a sustentabilidade e a responsabilidade social.

O tópico "As externalidades negativas que afetam a região: queimadas, garimpos, desmatamento, poluição;" já enuncia seu caráter de prejuízo simbólico, sendo as questões elencadas as principais designações negativas imputadas sobre a imagem da Amazônia na contemporaneidade estando em ângulo diametralmente oposto ao tratado no parágrafo anterior, no tratamento do assunto na discursividade midiática. O acompanhamento dos dados que monitoram a cada ano o aumento ou desaceleração das áreas onde a floresta vai sendo consumida são pauta recorrente para a mídia.

Os itens "Os povos da floresta", "Conhecimento tradicional", "Cultura exótica" e "Imaginário mítico" aglutinam sentidos relacionados aos povos que habitam a floresta, pelo imaginário constituído frente ao seu conhecimento dos segredos da floresta, por isso também uma cultura diferente aos padrões da cultura moderna e ocidental, com suas formas próprias de entender e dar sentido ao mundo, mas que ao olhar externo é observado por um ângulo de excentricidade, misticismo. Um enquadramento recorrente pautado pela mídia são por exemplo as erveiras do Ver-o-Peso com suas garrafadas que utilizando as propriedades curativas e misteriosas das plantas atendem às mais diversas necessidades.

Aqui, conforme designa também Dutra (2003). "povos da floresta" expressam bem a caracterização das imagens logotécnicas, tendo em vista se tratar de uma nomeação vaga utilizada pela mídia, que tanto abarca os povos indígenas, os ribeirinhos, os quilombolas, enfim, todos os povos que estão constituídos no imaginário social em sua associação com a floresta. Para Dutra essa homogeneização é também uma forma de invisibilizar esses povos, tendo em vista que a designação os coloca em uma mesma condição étnica, cultural e social.

A próxima categoria são as imagens conceituais, que são representadas, segundo os autores, por questões que instigam um determinado posicionamento ao que significam, sendo portanto fonte de alguns dos principais conflitos inerentes à realidade amazônica. São elas:

As riquezas: madeira, minerais, frutos comestíveis, plantas medicinais; Conflitos sociais e agrários; Povos indígenas, caboclos, amazônidas ribeirinhos, colonos, migrantes, posseiros, população urbana; Fronteira; Biodiversidade; O desenvolvimento sustentável. (AMARAL *et al*, 2015, p. 109)

Desses elementos elencados, todos praticamente estão intrincados e em relações mútuas que desvelam tanto bens como prejuízos simbólicos. Entre os que se caracterizam mais fortemente como bens temos "As riquezas", que estão diretamente ligadas com a "Biodiversidade" e o "Desenvolvimento sustentável", e que dentro de uma lógica de mercado constituem produtos exclusivos, preenchidos com alto valor simbólico. Quando mais ainda aliados ao discurso de responsabilidade social ao envolver na cadeia os habitantes autóctones, esses elementos alcançam a plenitude do que mais representativo expressa a Marca Amazônia (AMARAL, 2016, p.205).

De outra sorte o elemento humano aliado a questão das riquezas vai também ser o foco dos "Conflitos sociais e agrários", e aqui temos a disputa da terra como uma das externalidades mais negativas haja vista as constantes, sangrentas e notórias cenas de violência que o cenário amazônico tem sido palco. Em 2022 um capítulo a mais a engrossar essas narrativas foi, por exemplo, o assassinato do indigenista Bruno Pereira e do jornalista inglês Dom Philips²¹.

Os incêndios criminosos, a devastação promovida pela exploração garimpeira, os acidentes ambientais protagonizados pelas indústrias mineradoras, são outros sentidos negativos que estão atrelados aos atos em si, mas também transmitem a sensação de perda da biodiversidade que vai se esvaindo inescrupulosamente. Ou seja, que consolidam também a imagem de uma incapacidade do Brasil de cuidar das riquezas naturais da Amazônia.

Também os grandes projetos que expulsam os habitantes de seus lugares de origem, modificam as paisagens e servem de atrativo para migrações desordenadas que constituem grandes bolsões de pobreza e findam por se consolidar como outros prejuízos simbólicos recorrentes da região. Sobre esse aspecto é interessante acrescentar as constantes divulgações

21

<https://www.correiobraziliense.com.br/brasil/2022/06/5017529-corpos-de-dom-phillips-e-bruno-pereira-sao-entregues-as-familias.html>

a respeito dos baixos índices do Indicador de Desenvolvimento Humano (IDH) da Amazônia, onde frequentemente várias cidades amazônicas aparecem nos últimos lugares de classificação do ranking. Isso também se configura como uma visão prevalente sobre a região na abordagem midiática.

Por fim, o tópico "fronteira" conforma diversos conflitos, e por isso também pontos positivos e negativos em sua configuração simbólica. Becker (2005, p.74) defende a ideia de que a Amazônia constitui a fronteira do capital natural em nível global, perspectiva que segundo a autora conflitam duas lógicas: a primeira no sentido do que representa esse capital natural para a manutenção do equilíbrio ecológico, que seria a visão essencialmente dos ambientalistas; e a segunda, que observa esses recursos pelo interesse mercadológico como uma reserva futura a ser melhor explorada em acordo com o avanço tecnológico, no tópico seguinte explanamos mais um pouco a respeito quando abordamos sobre a bioeconomia.

A terceira categoria denominada imagens plásticas da marca Amazônia faz um inventário de elementos caracterizados especialmente por seus valores visuais, que são utilizados como forma de representar a Amazônia, especialmente dentro da gramática publicitária. Dessa maneira, esses elementos, em sua grande maioria, tem em sua superfície a designação de bem ou prejuízo simbólico, ou expressam isso de acordo com a forma com que são utilizados:

A cor verde; Animais exóticos: Peixe-boi, boto, anta, etc; Artesanato indígena; Barcos regionais, canoas, paneiros, jamaxins; Boi de Parintins, Tribos de Juruti, Sairé, Ciranda de Manacapuru, Círio de Nazaré e outros espetáculos culturais; Indicações do tamanho, das dimensões, da região; Plantas medicinais; Rios, igarapés, furos, paranás; Mapas de projetos de exploração mineral; Imagens de projetos de preservação e conservação da floresta; Mapas, fotos e vídeos das cidades e da floresta; Mapas produzidos por satélites sobre clima; Dados do desmatamento; Paisagem do agronegócio; Paisagem da poluição dos rios; Paisagens turísticas; Serra Pelada. (AMARAL *et al.*, 2015, p. 109)

Aqui temos reunidos as principais imagens que fazem parte da representação visual vinculada à Amazônia, imagens que são exploradas tanto nas narrativas publicitárias quanto nas jornalísticas. Entre esses itens o destaque que gostaríamos de apresentar diz respeito às indicações de tamanho da região, que são reforçados pelos dados técnicos e pela credibilidade do discurso científico. Sobre esse ponto Amaral (2016, p.197) faz a seguinte reflexão:

O tamanho aparece de vários modos como um componente da marca enquanto valor hiperbólico que de certa forma se banalizou quando se refere à região: a maior floresta tropical do planeta, com a maior diversidade biológica, com a maior rede hidrográfica do mundo, como um quantitativo que se confirma quando se trata da Amazônia.

Conforme vimos anteriormente, a questão da grandiloquência foi desde sempre um atributo bastante vinculado à Amazônia, que por vezes é uma vantagem e por outras desvantagem (como pela dificuldade de se manter o domínio). O destaque que fazemos sobre esse aspecto, é que, na atualidade, essas qualificações são, conforme falamos em outro momento, reiteradas por dados tecnológicos mais precisos como as imagens de satélite, por exemplo.

Essa é são de forma mais proeminente, porém de maneira não conclusa, uma contextualização de diversas questões que os bens e prejuízos simbólicos acumulados na órbita da Marca Amazônia. Como dentro da lógica da marca o direcionamento obviamente se concentra a dispor mais os bens simbólicos, nesse pequeno levantamento buscamos mostrar com maior ênfase como os prejuízos estão entranhados em meio a discursividade das narrativas e sentidos atribuídos à Amazônia.

Nossa intenção com isso é que possamos observar como esses elementos se apresentam especialmente nos sentidos das marcas, ou atividades e ações, daquilo que não está envolto na construção simbólica que o mercado e a promessa publicitária atribuíram como sendo de maior valor quando vinculados à imagem da Amazônia. Nesse rol estão ao nosso ver as instituições de pesquisa, de produção de ciência e tecnologia autóctones, como é por exemplo, o Instituto Evandro Chagas.

2.3 Ciência - A superioridade do conhecimento moderno e sua hierarquia eurocentrada na construção da geopolítica do conhecimento

Neste tópico nossa abordagem se deterá na conceituação dada à ciência enquanto conhecimento superior, especialmente no que concerne a produção de ciência estabelecer um ordenamento geopolítico com as oposições do Sul e Norte Global, o que de certa forma condiciona a produção científica brasileira a uma produção periférica e portanto de pouca visibilidade em nível mundial. Seguindo a mesma ordem de pensamento colonialista, a Amazônia neste sentido ocupa a posição de periferia dentro das linhas do território brasileiro, frente a um Centro-Sul mais avançado.

Realizamos então uma contextualização com uma determinada abrangência, que coloca em ênfase algumas construções simbólicas que iremos utilizar para observar o interdiscurso acionado na rede de sentidos da Marca IEC. Conforme discutimos

anteriormente, a modernidade/colonialidade foi a estratégia engendrada pelos colonizadores europeus, que conseguiram concentrar sobre seu domínio todas as formas de conhecimento objetivos e subjetivos. A modernidade neste sentido nasce com o expansionismo, o que configura segundo Lander (2000 apud Torrico, 2019, p.92) não apenas o sistema colonial do mundo, mas, na mesma medida, o estabelecimento de uma constituição colonial do conhecimento e das subjetividades, incluindo ainda as línguas, a memória e a imaginação.

Neste sentido, vamos apresentar um pequeno histórico do desenvolvimento da ciência na região Amazônica, onde podemos observar como essa dominação cognitiva se instaura na região, expressando seu caráter de hierarquização e subalternização dos territórios, corpos e mentes das nações colonizadas. Na sequência vamos observar outros estudos que demonstram como essas concepções continuam reverberando.

Nonato e Pereira (2013) distinguem com relação à história da ciência na Amazônia, quatro períodos que enquadram o direcionamento da atuação científica, em acordo com as circunstâncias de cada um desses momentos. Esse direcionamento é percebido em relação ao que despertava interesse dos cientistas, bem como a influência política e de ordem econômica que o conhecimento científico desempenhava em cada um desses períodos.

Para os autores, observar a forma como a ciência foi sendo empregada na região expõe como é falso o mito da neutralidade da ciência, tendo em vista que os interesses geopolíticos, de exploração dos recursos naturais, e do relacionamento com as comunidades tradicionais, estavam investidos de diversas inclinações que não somente a produção do conhecimento.

O primeiro período descrito por eles estaria incluído entre os séc. XVI, XVII e XVIII. Esse longo período é coberto pelo que conhecemos como as "expedições filosóficas". Quando falamos no tópico anterior a respeito do imaginário e construções simbólicas sobre a Amazônia, descrevemos algumas dessas expedições, a exemplo das empreendidas pelo frei Gaspar de Carvajal, La Condamine, e Cristóbal Acuna.

Essas expedições compõe as primeiras incursões de cunho científico na região amazônica, e conforme já enfatizamos, os relatos construídos por esses primeiros exploradores dão fundamento a um grande número de mitos criados sobre a região, que a comparavam a um novo Éden, paraíso terrestre, terra de tesouros escondidos, quanto ao mesmo tempo enfatizam a bestialidade das populações autóctones, e os perigos da mata selvagem (GONDIM, 2007).

Do ponto de vista científico, o principal enfoque desses viajantes era descrever tudo quanto fosse possível e que tivesse interesse de exploração por seus patrocinadores que eram os reinos de Portugal e Espanha. Assim os relatos incluem descrições da fauna, flora, populações indígenas e, em especial, cartas geográficas, que auxiliassem a compreender as dimensões dos territórios e quais estratégias poderiam ser utilizadas para a manutenção ou anexação dessas áreas.

O segundo período corresponde ao século XIX, onde surgem os primeiros esforços para a institucionalização da ciência na Amazônia. Nesse período, o que prenuncia a mudança é a criação em 1796, ainda no séc. XVIII, do Jardim Botânico do Grão-Pará (NONATO; PEREIRA, 2013, p.99), considerado o primeiro local para prática científica na Amazônia. O objetivo do Jardim, além dos estudos, era aclimatar espécies de plantas que tinham interesse comercial, algumas vindas de Caiena, e também as de origem local, que eram do conhecimento dos povos indígenas.

Do ponto de vista mercantil essa ideia versava ao objetivo de transformar a Amazônia em imensas terras para o cultivo agrícola de espécies exóticas ou regionais que detivessem viabilidade comercial, frente a despretensão de se encontrar metais preciosos. Existia a crença de que a abundância da floresta era provida por um solo rico, o que na verdade era uma compreensão errônea já que posteriormente seria observado que esses solos são na verdade pobres e só se mantêm com a biomassa gerada pela própria floresta (LOUREIRO, 2022, p.154)

A vinda da Coroa Portuguesa para o Brasil em 1808 vai impulsionar essa institucionalização da ciência no território brasileiro, sendo a criação do Real Horto no mesmo ano o primeiro acontecimento neste sentido. A pretensão do horto era o mesmo do Jardim Botânico do Grão-Pará, aclimatação de especiarias, mas dessa vez no Rio de Janeiro, cidade onde a nobreza portuguesa se instalou.

A presença da Coroa Portuguesa insufla, especialmente nos brasileiros com pensamentos independentistas, a ideia de elevar o Brasil ao mesmo nível dos "países civilizados", no ímpeto da criação de uma identidade brasileira. Inserir o Brasil no âmbito dos países civilizados incluía, primordialmente, o desenvolvimento dos conhecimentos científicos. Desta feita, a comunidade científica que começava a se criar no país era toda ligada à elite econômica e política, como senhores de engenho, fazendeiros de café e

comerciantes. Neste sentido, ou dispunham de recursos próprios ou de padrinhos que os patrocinavam para realizar estudos no exterior.

Com relação às áreas de ação, predominaram neste momento as ciências naturais, mas também a antropologia, que contou com uma intensa atividade, especialmente dos pesquisadores alemães nos estudos das etnias indígenas na Amazônia. Os alemães nesse período realizaram ainda muitas expedições.

A aproximação com os indígenas proporcionava a excursão por novos caminhos ainda não explorados, bem como a identificação de plantas que poderiam se converter em produtos de valor econômico, e ainda, a possibilidade de captura de animais exóticos para as coleções. Contudo, segundo Nonato e Pereira (2013, p.100), o reconhecimento dos saberes dos indígenas nesse cenário era quase que totalmente desprezado pelos europeus.

Tratava-se de uma geração de antropólogos e etnólogos com perspectiva eurocêntrica sobre a evolução da humanidade. A cultura europeia era o referencial de “desenvolvimento humano”, contrariamente à “irracionalidade das culturas locais”. (NONATO; PEREIRA, 2013, p.101)

E aqui observamos conforme já evidenciamos no tópico anterior, como a ciência foi utilizada enquanto forma de legitimação da superioridade eurocêntrica e como fator da hierarquização geopolítica na produção do conhecimento. É importante ainda perceber que esse menosprezo dos europeus pelos conhecimentos dos outros povos não se restringia somente aos indígenas, negros e caboclos. Uma situação que servia como incentivo para a crença no potencial da ciência brasileira, era que, por diversas vezes, foram realizados plágios dos trabalhos de pesquisadores brasileiros nas revistas científicas europeias, o que servia como confirmação de que aqueles conhecimentos tinham relevância intelectual.

Por outro lado, a usurpação praticada pelos europeus demonstrava que a academia europeia não dava o menor crédito à produção científica realizada nos trópicos, visto a diversas denúncias, que em favor dos cientistas brasileiros, não resultaram em nada.

Entre dois exemplos desse tipo de situação está a reclassificação do "cravo do Maranhão", realizada por Antônio Corrêa de Lacerda, e plagiada por um botânico alemão (SANJAD, 2001), e o plágio do projeto de Júlio Cesar Ribeiro de Souza, paraense que, observando o voo dos pássaros amazônicos, desenvolveu uma forma de navegação aérea original, com um balão em forma fusiforme dissimétrica.

Júlio Cesar chegou a realizar a construção de protótipos em Paris, mas depois, por conta de problemas financeiros, não conseguiu implementar plenamente sua invenção. O

projeto então foi copiado pelos capitães franceses Charles Renard e Arthur C. Krebs que construíram os famosos zeppelins franceses, sem dar nenhum crédito a Julio Cesar, muito embora este tenha realizado o registro de patente na França e em outros países (BARATA, 2004).

Depreendemos a condição de subalternidade a que a classe científica brasileira nesse momento se estimava, pois era razão de crédito ser plagiado pelos "detentores do conhecimento" que eram os europeus, a despeito dessa outra circunstância de pilhagem a que os países colonizados se sujeitam. Isso nos expõe uma ideia da dimensão que o eurocentrismo do conhecimento (TORRICO, 2019, p.93) desempenhava sobre a perspectiva dos colonizados.

Por fim, o séc. XIX é marcado pela criação de outras instituições, entre elas a Sociedade Philomatica em 1866, o Museu Paraense em 1871, e o Museu Botânico do Amazonas em 1881. É importante frisar que todas essas instituições foram criadas tendo como modelo as instituições europeias de história natural.

Destacamos aqui o Museu Paraense, que mais tarde ficaria conhecido como Museu Emílio Goeldi, em homenagem ao pesquisador suíço que o capitaneou entre os anos de 1890 até 1907. Goeldi reestruturou o Museu Paraense delimitando sua atuação em zoologia, botânica, geologia, paleontologia e mineralogia, etnologia e antropologia. Convidou para atuar na instituição especialistas de diversas nacionalidades entre alemães, suíços, austríacos e americanos.

Além dos colaboradores que tinha localmente, Goeldi mantinha contato com mais de 30 especialistas de diversas áreas em todo o mundo, e enviava frequentemente espécies coletadas na Amazônia para serem identificadas nos "centros de referência", e para fazerem parte das coleções de diversos museus europeus (SANJAD, 2006). Essa estratégia visava dar conta de catalogar um imenso acervo que estava aquém da capacidade de sua equipe, tanto quanto o colocar em uma condição de prestígio dentro da comunidade científica internacional. Neste sentido, segundo Sanjad (ibid, p.465):

Goeldi obteve o reconhecimento que almejava, mas para conquistar esse "território" precisou lançar mão de algumas "armas", como o fornecimento de espécimes animais e vegetais para cientistas posicionados em instituições centrais; a publicação de textos originais em revistas controladas por esses cientistas; a publicação de artigos escritos por cientistas europeus no Boletim do Museu Paraense; e o desenvolvimento de investigações afinadas com a tradição dos museus de história natural e com as teorias que mobilizavam a comunidade científica européia.

Não por outra razão, Alves (2005) afirma que o Museu Goeldi, de verdadeiramente "amazônico", tinha apenas as plantas e os bichos. Todos os demais elementos eram concebidos em acordo com os modelos e referenciais europeus. É importante ressaltar que na segunda metade do séc. XIX esses projetos todos só foram possíveis graças a pujança econômica ofertada pela exportação da borracha, e a uma busca de inserção do Brasil e da Amazônia no cenário do progresso evocado pelo modernismo:

[...] a ciência institucionalizada na Amazônia só se desenvolveu efetivamente a partir do boom da economia extrativista do látex, no final do século XIX. No apagar das luzes do império, a palavra de ordem era modernizar-se, viabilizar o ingresso da nação brasileira no circuito da civilização e o conhecimento científico, por sua vez, deveria apontar os caminhos para o bem-estar moral e material da sociedade. (NONATO; PEREIRA, 2013, p.103)

Aqui já inicia a evocação dessa crença de que apenas a ciência poderia "salvar" a Amazônia de seu primitivismo e atraso, o que posteriormente seria reiterado pelas ideias desenvolvimentistas do século XX. A ciência é apontada como a bússola a nortear o progresso da humanidade. No que tange às questões econômicas, os Museus botânicos foram conclamados a, por meio do conhecimento científico, aprimorar o cultivo da seringueira para manutenção do comércio gomífero, que com a industrialização do látex na Europa, abria novas possibilidades de mercado. Dessa maneira, inicia-se um novo foco da produção científica local, no sentido da ciência aplicada. Ou seja, a ciência não é mais apenas catalogar e descrever, mas ser instrumento prático para gerar resultados.

O terceiro período da ciência na Amazônia compreende os anos que vão de 1900 a 1950, e é denominado por Pereira e Nonato (2013) como "inferno verde". Essa nomenclatura deve-se primeiramente ao declínio da economia da borracha, ocasionada por um dos primeiros relatos de biopirataria²², e às condições de insalubridade e penúria que viviam as comunidades no interior da Amazônia.

A direção que o governo apontava para a região era o desenvolvimento de atividades agrícolas, e a ciência é convocada a colaborar neste sentido. As enfermidades tropicais que afligiam a região como malária e febre amarela, e eram tidas como entraves para a implementação de projetos de desenvolvimento, também colocam no cerne o interesse por

²² Falar sobre o contrabando de sementes de seringueira. No artigo sobre a visita dos embaixadores tem essa informação.

estudos na área da saúde. E aqui a primeira instituição na região a ser criada é o Instituto Evandro Chagas:

[...] em 1936, também foi criado um importante espaço de pesquisas biomédicas na Amazônia. O Instituto de Patologia Experimental do Norte, atual Instituto Evandro Chagas (ARAGÓN, 1994), dedicou suas pesquisas às doenças típicas dos “trópicos úmidos” – parasitologia, imunologia, bacteriologia e virologia, centradas na malária, febre amarela, leishmaniose e hepatites. Doenças que ganhavam cada vez mais visibilidade com o crescente fluxo de imigrantes nordestinos para a Região Norte. (NONATO; PEREIRA, 2013, p.109)

Antes disso, são as expedições sanitárias realizadas por Oswaldo Cruz e Carlos Chagas, que iniciam essas atividades na região e posteriormente servirão como incentivo para criação da Escola de Farmácia do Pará em 1904, e da Escola Universitária Livre de Manaus em 1909 (ARAGÓN, 1994). Esse período, neste sentido, é marcado pela criação de escolas técnicas e faculdades, ou seja, instituições com outras acepções do que os museus criados no século anterior. As escolas técnicas tinham em grande medida objetivo de formar mão-de-obra para implementação de atividades agrícolas, já que, a essa altura, o entendimento quanto ao progresso da Amazônia estaria designado ao extrativismo e à agropecuária.

Dentre as diversas outras instituições criadas durante esse período, é importante destacar o Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia (INPA), que surge como o primeiro direcionado à produção de ciência aplicada para resolver os problemas da região. O surgimento do INPA veio depois de diversas controvérsias, que iniciaram com a proposição de criação do Instituto Internacional Hiléia Amazônica (IIHA) uma instituição que seria apoiada com recursos da UNESCO e que foi refutada por aparentemente esconder "interesses imperialistas" (MAIO; SÁ, 2000). Após idas e vindas e diversas formatações o INPA é criado tendo sua sede erguida em Manaus.

Esse período finda deslocando os recursos do governo federal que antes eram aportados em instituições como o Museu Goeldi, para transporem-se às instituições de pesquisa e ensino como o INPA, os institutos de agronomia, o Instituto Evandro Chagas e as universidades que serão criadas nos anos seguintes. Importante frisar ainda que, nessa primeira metade do século XX, emerge o fator do desenvolvimento econômico como elemento definidor da geopolítica entre países ricos e pobres, sendo que a ciência passa a ser encarada como determinante para o progresso dos países. E aí temos a reverberação de discursos como o de Djalma Barbosa, diretor do INPA de 1959-1968 (CNPq), que citamos

ainda quando contextualizamos o IEC em tópico anterior, de que somente a ciência poderia salvar a Amazônia de sua natureza primitiva e “estigma de região inabitável”.

O quarto período proposto por Nonato e Pereira (2013) vai de 1950 a 1990. Neste temos a criação das universidades públicas da região norte, entre elas Universidade Federal do Pará (1957), Universidade Federal do Amazonas (1962), Universidade Federal do Maranhão (1966) e Universidade Federal do Acre (1971). Com a implementação das universidades há um aumento vertiginoso da produção acadêmica. De outro lado, o governo militar pós golpe de 64 retornou com as ideias de integração nacional, com o argumento de manutenção da soberania regional.

O binômio desenvolvimento e civilização ganha maiores ímpetus por diversos programas de incentivo que visaram atrair empreendedores do centro-sul e estrangeiros com diversas regalias fiscais e outros facilitadores. Como foco, diversos projetos grandiosos são implementados, especialmente de ordem extrativista, agropecuária e mineral, que empregados de forma rudimentar e displicente vão deixando um lastro de severa degradação ambiental.

O ordenamento territorial se direcionou principalmente para o desenvolvimento da agroindústria, das madeiras e das mineradoras. As rodovias Belém-Brasília e a Transamazônica são exemplos de investimentos do Estado em infraestruturas territoriais para auxiliar tais empreendimentos. Os impactos econômicos, sociais e ambientais ligados à abertura dessas rodovias estimularam pesquisas de distintas maneiras, tanto na viabilização das obras propriamente ditas, quanto na avaliação dos riscos ambientais implícitos. (NONATO; PEREIRA. 2013, p.115)

A implementação desses projetos continua contando com o acompanhamento das instituições de saúde, entre elas, o Instituto Evandro Chagas, para monitoramento das endemias que afligiam os trabalhadores desses empreendimentos. Aliás, é um período de intensa produtividade também para o Museu Goeldi e o INPA, que eram igualmente demandados a colaborar com estudos sobre diversos aspectos de implementação e impactos desses empreendimentos.

Sob o espectro desse cenário, na década de 80 as questões ambientais passam a entrar mais fortemente na pauta científica, o que altera de forma considerável a tônica das pesquisas, bem como abre outras possibilidades para financiamento da produção técnico-científica, advindos das empresas e órgãos internacionais. Essas novas fontes de financiamento se tornam primordiais posteriormente quando o cenário de crise econômica e a agenda neoliberal difundida na década de 90, reduz de forma drástica o investimento público em ciência.

Os caminhos para região tomam rumos incompatíveis entre o desenvolvimento e a preservação ambiental, e é a ciência que cunha o termo que apazigua os conflitos sob o conceito do “desenvolvimento sustentável”, embora este seja apenas um novo nome para o mesmo padrão de economia de fronteira empregada na região. Abaixo, Amaral (2016, p.93) reitera essas circunstâncias:

A ideia de sustentabilidade ambiental como discurso dominante, está no centro dos estudos e pesquisas voltadas para o desenvolvimento da região e é inversa a forma dominante de desenvolvimento própria do capitalismo, que necessitaria de um redimensionamento dos limites de uso dos recursos naturais e alteração nos modos de produção e consumo da sociedade capitalista.

Ou seja, o que Amaral diz é que o cenário para conciliar desenvolvimento com sustentabilidade, não se coaduna com a lógica capitalista, que tende a escalonar sua produção a quantitativos cada vez maiores na busca do crescimento. De qualquer forma, a criação de unidades de conservação e as demandas relacionadas ao pensamento conservacionista, questões climáticas e ambientais, tornam-se o grande foco das atividades de pesquisa. Também entram nesse rol a busca por elementos na rica biodiversidade amazônica, facilitadas pelo conhecimento já estabelecido pelas etnias indígenas, comunidades quilombolas e outros grupos sociais, e é o que se circunscreve na atenção midiática quando o assunto é ciência (AMARAL, 2016, p. 200) . Essa é a tônica do que se desenvolve dos anos 2000 para cá, se quisermos olhar um pouco adiante dos 4 períodos propostos por Nonato e Pereira (2013).

O grande conceito do momento, que mobiliza investimentos e esforços, responde pelo nome de bioeconomia. Em síntese, a bioeconomia é uma coalizão entre atividades econômicas, estudos científicos e equidade social e ambiental no uso dos recursos da sociobiodiversidade (COI, 2022, p.33). Com essa gama de atores, não é difícil perceber que a Amazônia é o seu grande pólo de desenvolvimento.

A vertente científica que atua dentro da prerrogativa da bioeconomia, portanto, tem como preceitos a produção de conhecimentos que promovam e integrem o uso dos recursos naturais aliada à inclusão das comunidades tradicionais nas cadeias produtivas, com o mínimo de impacto social e ambiental. Ela é uma das 3 linhas que se encontram em atuação hoje no cenário amazônico, segundo Ruellan (2009). As outras duas seriam a que defende a condição de santuário ecológico para Amazônia, com o impedimento ferrenho de qualquer continuidade de ação antrópica, onde as reservas são o Éden para consecução de suas pesquisas, e por fim, a vertente que dá sustentáculo ao agronegócio e às outras formas de

exploração dos recursos naturais em grande monta. Para cada uma dessas vertentes existem pesquisadores elaborando conhecimentos como subsídio à sua execução.

Nesse diminuto retrospecto, conseguimos enxergar a relação da ciência com o território amazônico ao longo dos tempos. Nesse sentido, vemos que de forma alguma a ciência se delimitou exclusivamente a ser exercida e construída pela nobreza do conhecimento, mas sim, esteve totalmente imbricada com os cenários desenhados em cada momento, para atender, em especial, as demandas econômicas e de governança territorial.

Neste sentido, concordamos com Nonato e Pereira (2013, p.119), que sobre esse levantamento, apontam que a ciência na Amazônia esteve envolta na resolução de problemas geopolíticos "de delimitação, ocupação e ordenamento territorial". Bem como, em um segundo tópico, evidenciam o usufruto do conhecimento das populações tradicionais, no deslocamento e conhecimento do território, na utilização das plantas, na captura dos animais, que em muito contribuíram para o trabalho realizado pelos cientistas, sem que por isso tivessem qualquer reconhecimento. Mas que isso, ofereceram toda a estrutura e condições para a realização dessas empreitadas, providenciando alimentação, carregando instrumentos, conduzindo embarcações, enfim, toda a parafernália necessária, sem a qual nenhuma atividade dessa natureza seria bem sucedida.

Na mesma linha da subalternização dos povos colonizados descritos por Quijano e Mignolo, Boaventura de Souza (2009, p.25) afirma que o que faz o conhecimento dos povos tradicionais não ser digno de reconhecimento é uma linha imaginária (mas bem factível) que separa Sul e Norte global entre aquilo que merece ou não atenção. A essa linha ele dá o nome de pensamento abissal. No que diz respeito ao campo do conhecimento, isso equivale a atribuir à ciência moderna uma validade absoluta sobre o que é verdadeiro ou falso, em detrimento da praticamente nulidade de outros tipos de conhecimento, não construídos sobre a égide do método.

A essa circunstância Boaventura atribui o poder epistemológico que foi erigido em torno do paradigma hegemônico da ciência moderna, que nasceu após a revolução científica do século XVI, desenvolve-se nos séculos posteriores dentro do domínio das ciências naturais, para no século XIX abranger seu modelo de racionalidade às nascentes ciências sociais (BOAVENTURA, 2008, p.21).

Como diferencial epistemológico, esse modelo desconfia veementemente dos fatos que nos são ofertados pelos sentidos, em oposição ao modelo aristotélico, depositando na

razão e no método, os elementos que constituem o infalível caminho que conduz à verdade. Não obstante, o deslumbramento causado por tão excelente condição para constituição do conhecimento, faz com que os protagonistas dessa corrente a vislumbrem como única forma segura para se chegar ao conhecimento verdadeiro e, dessa maneira, relegam a um segundo plano, o senso comum, e os estudos humanísticos, aí incluídos a filosofia e os estudos teológicos.

No entanto, a filosofia enquanto conhecimento baseado na razão, e da fé como verdade religiosa, são vistas enquanto verdades possíveis, que podem inclusive se denominar enquanto verdade superior, ou conhecimento alternativo, mas não se enquadram de acordo com o método científico, que advoga a precisão, a objetividade, a concretude e aplicabilidade do conhecimento.

Desta maneira, esses tensionamentos em uma batalha simbólica pela legitimação e autoridade da verdade, segundo Boaventura, se encontram "deste lado da linha", ou seja, do lado hegemônico, do lado Norte. Contudo, quando se passa para os conhecimentos populares, que são desenvolvidos de forma intuitiva e assistemática, pelos leigos, pela tradição dos povos, dos indígenas e de outros povos nativos, esses entram em uma outra ordem que não se encontra nem entre o verdadeiro e o falso.

Do outro lado da linha, não há conhecimento real; existem crenças, opiniões, magia, idolatria, entendimentos intuitivos ou subjectivos, que, na melhor das hipóteses, podem tornar-se objectos ou matéria-prima para a inquirição científica. (BOAVENTURA, 2008, p.25)

É com base nessa mentalidade que o conhecimento dos indígenas das plantas no cenário amazônico, é utilizado para a descoberta de novos fármacos, novos elementos para a ciência, mas esse conhecimento só passa a ter validade se for referendado pelo método científico. Antes disso, qualquer um desses conhecimentos é apenas misticismo. E após a confirmação de sua validade o conhecimento não é dos "selvagens" mas de quem descobriu verdadeiramente sua consistência, testou, observou, descreveu e confirmou.

Da mesma forma, em nossa observação, esta mesma lógica se aplica em grande medida para quais territórios estamos nos referindo. Temos assim países de determinadas latitudes geográficas que acumulam toda a importância e atenção na produção do conhecimento, enquanto outros se configuram como irrelevantes, e são estimados dessa mesma maneira por seus próprios conterrâneos.

Dessa maneira percebemos que a invisibilidade dada aos povos tradicionais e seus conhecimentos é de certa forma dilatada até mesmo aos conhecimentos produzidos no Sul Global que se coadunam ao modelo da ciência dominante, como vimos expresso pelos casos de plágio aos estudos desenvolvidos por pesquisadores brasileiros.

Seguindo essa lógica, a inferiorização atribuída aos povos nativos serviu como forma de inferiorizar os países colonizados por inteiro, e, na mesma medida a inferiorização dos povos amazônidas se tornou um pensamento de inferiorização da região por inteiro pelo Centro-Sul brasileiro, tendo em vista ser considerada uma “terra de indígenas”, “terra de caboclos”, gente inculta, ignota e primitiva (LOUREIRO, 2022, p.206).

Dentro dessa perspectiva se estabelece uma hierarquia que condiciona o entendimento do Brasil como de pouca importância na produção científica em nível global, e na mesma medida, dentro do colonialismo interno do país, a condição de subalternidade da Amazônia na produção científica. Conforme bem expressa Loureiro (2022, p.194):

Os amazônidas tem sido, durante séculos, os receptadores, na condição de subordinados, do discurso dominante, proposto e emitido pelos lugares dominantes - os estados do Centro-Sul do Brasil -, que por sua vez, também assimilaram a ideia da superioridade europeia e americana e a projetaram sobre os “inferiores” a eles - a Amazônia e seus povos.

Assim, o domínio do conhecimento se converte em apropriação e violência. A apropriação, é usurpar os conhecimentos ancestrais e a eles não dever qualquer menção. A violência, negando a identidade dos povos nativos, promovendo a subjugação de seus costumes e crenças, e da imposição da "civilidade" como uma salvação, que na verdade se converte em um epistemicídio (BOAVENTURA, 2008, p.52), ao apagamento de suas raízes e menosprezo de seus conhecimentos, afinal, segundo esse ideário, isso é retirá-los de sua condição de primitivismo.

E por essa lente podemos observar com maior nitidez o emprego da ciência sob o território amazônico que, se trouxe e proporcionou muitos benefícios na melhoria das condições de vida das populações autóctones, o fez em uma relação assimétrica e profundamente violenta e sacrificial dessas vidas, além do que, mais do que tudo, esteve a serviço de projetos de poder e exploração que privilegiavam os interesses dos colonizadores.

Nos dias atuais, já temos uma vertente científica que busca corrigir essa forma de relação com o conhecimento obtido por meio dos povos nativos e leigos, a exemplo do que citamos na corrente científica que tem se engajado especialmente na bioeconomia. No

entanto, a mentalidade de superioridade do modelo hegemônico deixou marcas profundas no imaginário social, a respeito do que seria a ciência, e na hierarquia vigente sobre quem detém relevância. Assim, a ciência é ainda considerada enquanto fator determinante para o progresso da humanidade e das soluções para os problemas sociais, mas nem sempre está próxima ou é compreendida em todos os seus termos. Isso fica demonstrado quando examinamos os resultados de pesquisas que versam sobre a percepção pública da ciência.

Embora não possamos considerar a ciência como uma marca, pela complexidade e controvérsias que esse tipo de afirmação envolve, percebemos o quanto sua construção simbólica atravessa de maneira determinante e com grande influência o amplo espectro da discursividade social. Por sua importância e autoridade enquanto discurso da verdade, a ciência está de certa forma imbricada com a própria cosmologia ocidental, conforme enfatizamos anteriormente.

Como forma de mensurar as dimensões dessa influência é que se torna interesse também do campo científico observar como a ciência é percebida pela população em geral. Pesquisas de percepção pública da ciência, neste sentido, se direcionam a entender qual imagem (no sentido metafórico e conceitual) as pessoas elaboram da ciência, e por meio dessas análises e dados, embasar políticas e ações de cunho estratégico para o campo que hoje se intitula como ciência, tecnologia e inovação (CT&I), seja em melhores formas de realizar a divulgação científica, seja perceber quais questões dificultam o reconhecimento da atividade científica.

Nessa pequena incursão que faremos sobre a percepção pública da ciência, nos debruçaremos sobre dois estudos. Um realizado no Brasil a pedido do Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC) e conduzido pelo Centro de Gestão e Estudos Estratégicos (CGEE) em 2019, e outro de nível global, realizado em 140 países pelo Wellcome Global Monitor (GALLUP, 2019), de origem britânica, que teve seus resultados publicados também no mesmo ano.

O estudo brasileiro faz parte de uma série histórica que é realizada de tempos em tempos. O primeiro data de 1987 e, depois de um grande hiato, as pesquisas seguintes foram realizadas nos anos de 2006, 2010, 2015 e 2019, que responde pelo último ciclo e sobre o qual faremos nossas análises. Segundo os dados constantes no relatório (CGEE, 2019) a pesquisa atual manteve perguntas do ciclo histórico de maneira que se pudesse realizar comparativos longitudinais, mas para cumprir novas abordagens empregadas também em estudos

internacionais, inseriu novas perguntas que atendessem ao contexto atual das investigações, que avaliam também como os valores morais e políticos influenciam na percepção da ciência, além do nível de escolaridade.

O primeiro dado que destacamos no relatório, diz respeito a alta aceitabilidade por parte da população brasileira quanto à importância da ciência. Neste aspecto, 73% da sociedade brasileira acredita que C&T (Ciência e Tecnologia) trazem "só benefícios ou mais benefícios que malefícios". Com relação aos temas de interesse, entre os oito que foram estimulados na pesquisa, os três mais citados são medicina e saúde, com 79%; meio ambiente, com 76%; e religião, com 69%. Em um dado geral, 62% dos entrevistados dizem estar interessados ou muito interessados nos assuntos relacionados à ciência e tecnologia (CGEE, 2019, p.14).

O que em nossa avaliação gera um contraponto com relação a esses dados, é outro bastante interessante: 90% dos brasileiros não conseguiram lembrar do nome de nenhum cientista do País, e 88% não se lembram ou não sabem indicar o nome de nenhuma instituição de ciência e tecnologia brasileira. Nesse espectro, nem as universidades foram muito citadas, embora respondam pela maior parte da produção científica do país. Com esses dados, o Brasil figura entre os países com menor percentual desse tipo de reconhecimento na América Latina.

O que essas estatísticas nos demonstram? Se temos um grande percentual que tem interesse por C&T, mas nesse mesmo público poucos sabem citar nomes de cientistas ou instituições científicas brasileiras, isso nos aponta, em grande medida, que não nos reconhecemos como um país produtor de ciência, ou, de outra sorte, atribuímos muito pouco valor às nossas instituições e pesquisadores.

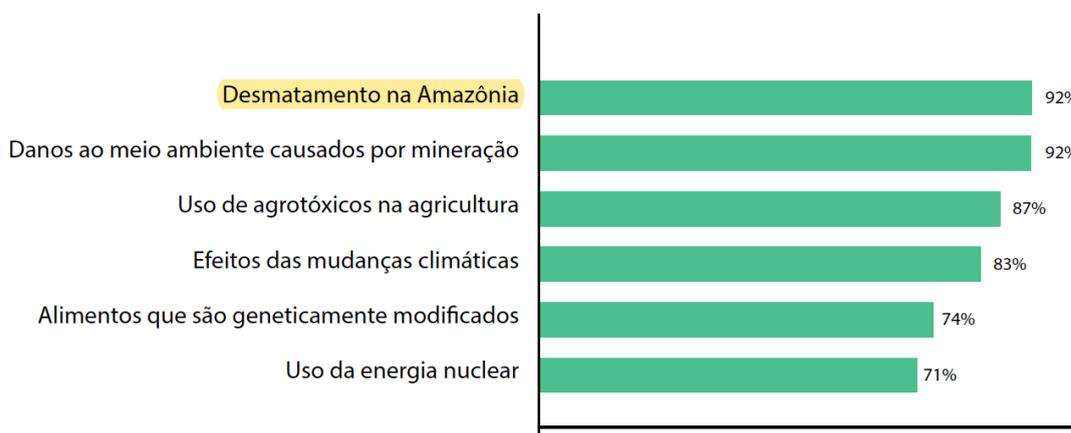
É bem verdade que esta pesquisa foi feita antes da pandemia de COVID-19, e a alta exposição midiática que a ciência teve durante o período pandêmico pode ter alterado em parte essa percepção. Afirmamos isso pois um estudo publicado em fevereiro de 2022 destaca que marcas da área da saúde apareceram pela primeira vez entre as mais bem avaliadas pelos brasileiros, em levantamento²³ realizado pela agência VMLY&R. As marcas em questão foram o Instituto Butantan, que figurou na 26ª colocação, seguido da Fundação Oswaldo Cruz, no 46º lugar. Ou seja, duas instituições que marcaram presença quase que diariamente nos veículos midiáticos por conta da emergência de saúde de COVID-19.

²³ <https://www.estadao.com.br/economia/negocios/midia-marketing-marcas-ranking-pandemia/>

Outro dado que corrobora para evidenciar essa mesma percepção, de que os brasileiros não se reconhecem como produtores de ciência, ou consideram a produção científica do país irrelevante, é bem mais direto: 54% da população acredita que a ciência brasileira está atrasada. Esse percentual teve reduções entre os anos de 2006 (35%), 2010 (28%) e 2015 (43%), mas voltou a patamares mais elevados em 2019.

Outro percentual bastante relevante dentro da contextualização de nossa pesquisa são os temas de cunho técnico e científico que despertam preocupação da maior parte dos brasileiros. Podemos observar claramente que fora o tema de energia nuclear (Figura x), todos os outros transpassam a Amazônia, e refletem a grande ênfase dada às questões ambientais, com suas implicações nas questões sociais e de saúde.

Figura x - Gráfico do percentual de entrevistados que se declaram "preocupados" ou "muito preocupados" sobre alguns temas.



Fonte: Resumo executivo - **Percepção pública da C&T no Brasil**. (CGEE, 2019)

Dessa maneira percebemos que os temas Amazônia e Ciência, detêm uma forte relação, se atravessam em múltiplos pontos de contato, a ponto de que se falar de Amazônia envolve tangenciar a ciência, e a recíproca também é verdadeira. Com isso, queremos evidenciar o quanto o tema Amazônia conclama ao mesmo tempo o tema ciência. Entretanto, se nem em uma abrangência mais geral os brasileiros não se reconhecem como produtores de ciência, nem mesmo o Centro-Sul, que avaliação se deve ter com relação à produção de ciência na Amazônia?

Passamos agora aos dados provenientes do estudo internacional, da Wellcome Global Monitor (GALLUP, 2019). Essa é sem dúvida uma das maiores pesquisas que envolvem o

assunto em nível mundial. Foram entrevistadas 140 mil pessoas em 140 países, em todos os continentes. O relatório traz uma ampla gama de dados, mas nos deteremos a comentar aquilo que está mais circunspeto aos interesses de nossa pesquisa. Primordialmente é demonstrar como a ciência hegemônica e sua compreensão, estão concentrados em uma centralização europeia, e nas nações que entendemos como europeizadas, as quais dispõem de estruturas educacionais em melhores condições e totalmente alinhadas com o modelo hegemônico de produzir conhecimento.

Na figura x é exposto um amplo gráfico que mensura qual compreensão as pessoas de diversos locais do mundo tem a respeito de uma definição de ciência e de cientistas, que a despeito da grande variedade cultural e linguística, foi estudada em pré-testagens, de forma que o texto fosse o mais simplificado possível a ser aplicado em todas as localidades. Assim, a proposição quanto ao significado de ciência tinha como enunciado "o entendimento que temos sobre o mundo a partir da observação e do teste". Já o entendimento proposto para o significado de "cientista" seria "pessoas que estudam o planeta Terra, natureza e medicina, entre outras coisas".

Quando esses enunciados eram verbalizados, os entrevistados eram questionados sobre o quanto compreendiam sobre aquela definição. Dessa maneira as gradações quanto a esse entendimento eram quatro: "Compreendo tudo", "Compreendo em parte", "Compreendo pouco", "Não compreendo nada/ não sei/ recusou-se a responder".

Como o gráfico demonstra, existe uma grande variabilidade na compreensão sobre o que é ciência, onde América do Norte, Austrália, Nova Zelândia e Europa concentram os maiores quantitativos de entrevistados que disseram compreender tudo a respeito das definições. Por outro lado, África e Ásia concentram os maiores percentuais quanto a entrevistados que disseram não compreender nada a respeito das definições. A América do Sul também não deteve grandes índices: apenas 25% disseram ter compreendido tudo e 40% disseram ter compreendido em parte.

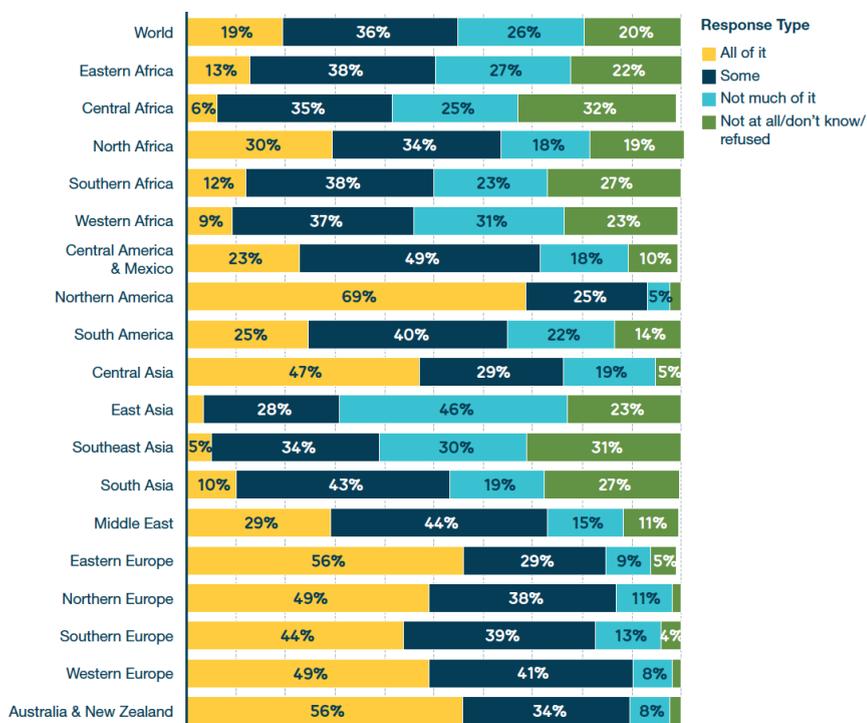
Figura x - Entendimento a respeito da definição de ciência e cientistas por região.

Chart 2.1: Understanding of the definition of science and scientists by region

Percentage of people who answered 'all of it', 'some of it', 'not much of it', or 'none of it'.

How much did you understand the meaning of 'science' and 'scientists' that was just read?

Did you understand all of it, some of it, not much of it, or none of it?



Fonte - Wellcome Global Monitor (GALLUP, 2019, p.22).

Em nosso entendimento este gráfico exemplifica claramente que os países que se constituem como grandes produtores de ciência são aqueles que têm, na mesma medida, um maior quantitativo de pessoas que compreendem o modelo hegemônico de produção de conhecimento. Obviamente, as pessoas que mais detêm uma compreensão a respeito desse modelo de produção de conhecimento, são aquelas que mais foram instruídas dentro de suas concepções. No entanto, estudos como esses, colocam em detalhe as linhas abissais que separam o Sul e Norte Global, tendo em vista a associação direta que existe em se ter uma população mais cientificizada e o progresso intelectual e material dessa nação, que nas circunstâncias atuais, reforçam a manutenção dessas desigualdades cognitivas e da partilha quanto ao poder exercido por esse potencial técnico-científico.

Outro dado preocupante mostrado pela pesquisa (GALLUP, 2019, p.9) é o fato de que um terço das populações do Norte e Sul da África e da América Central e do Sul sentem-se

excluídas dos benefícios proporcionados pela ciência. No caso, a América do Sul tem a maior proporção de pessoas (25%) que acreditam que a ciência não lhes traz nenhum benefício, nem à sociedade em geral.

Se Amazônia e Ciência estão tão relacionadas como enfatizamos anteriormente, em relação ao estudo brasileiro, porque existe essa percepção de que a ciência não atende às necessidades dessas populações? A resposta, em nossa compreensão, é que em grande parte, a ciência aplicada nessas regiões periféricas está mais direcionada a atender aos interesses econômicos e desenvolvimentistas e não alcançam em medida suficiente essas populações.

Daí por que, por exemplo, essas regiões são o cenário das doenças negligenciadas. Doenças negligenciadas são as enfermidades que afligem populações em condições de pobreza e vulnerabilidade sanitária, que além de tudo são um obstáculo para o desenvolvimento desses territórios (RESS, 2010, p. 200–202).

Entre as doenças negligenciadas podemos citar a doença de Chagas, esquistossomose, hanseníase, leishmaniose, malária, tuberculose dentre outras. Muito embora existam investimentos para pesquisas que auxiliem no enfrentamento das doenças negligenciadas, seus resultados ainda não foram suficientes para prover tratamentos e ações preventivas necessárias para extirpar sua presença. Uma das questões principais quanto à persistência dessa situação diz respeito ao desinteresse da indústria farmacêutica, tendo em vista que essas populações têm baixo poder aquisitivo, por isso não constituem potencial lucrativo para esses empreendimentos. E aqui fica expresso o que Boaventura (2013, p.31-32) afirma de que a injustiça social global está intrinsecamente vinculada com a injustiça cognitiva global.

Mas vejam só, no que diz respeito à produção científica brasileira que consegue alcançar relevância e alto impacto internacional, figuram as... doenças tropicais negligenciadas. Esse é o dado apontado por Oliveira (2019, p.202), em um estudo que problematiza o ecossistema científico quando se observa a circulação da produção científica mundial tanto nas redes tradicionais de divulgação quanto nas redes sociais. Segundo Oliveira, o Brasil ocupa uma posição semiperiférica na produção científica, sendo que em poucas áreas o país se encontra em uma posição de destaque a exemplo das doenças negligenciadas e da odontologia.

Mas qual é a representatividade de se ocupar uma posição de destaque em uma temática na qual os grandes *players* da ciência mundial não empregam com tanta intensidade os seus esforços? Isso nos remete ao estudo de Neves (2020) a respeito da questão de como a

hierarquização da produção de ciência em Centro-Periferia, muito além de promover desigualdades quanto ao baixo reconhecimento e subalternidade da ciência produzida em locais periféricos, também gera o que o autor chama de "regime de administração da irrelevância". Essa conjuntura, basicamente relega aos locais periféricos se condicionarem ao seu lócus, ou ao seu espaço, e tomarem como determinantes suas limitações técnicas, econômicas e de recursos humanos para a produção de conhecimento.

Isso acaba por se tornar até em certo ponto em uma situação o que de maneira popular se chama de "crenças limitantes" por parte dos pesquisadores que desenvolvem ciência nos países periféricos. Como, por exemplo, o pesquisador se direcionar a pesquisar aquele nicho de pesquisa que ninguém tem interesse e, por meio disso, diminuir a concorrência para que de alguma maneira possa trabalhar e produzir algum material de relevância onde as potências em pesquisa não estão envidando esforços.

Dessa maneira, segundo o autor, "Forma-se assim uma ordem científica autodepreciada, de baixa autoestima, periférica e estável, um regime de administração da irrelevância." (NEVES, 2020. p.2) que é o que é experienciado nas instituições de pesquisa brasileiras que trabalham com biotecnologia, que foram investigadas pelo autor nas falas dos líderes das pesquisas em 63 entrevistas realizadas no período de 2011-2016 e 2019.

O que mais chamou a atenção de Neves no estudo foi o fato de que os cientistas brasileiros pesquisados tinham trabalhos de grande impacto, com reconhecimento acima da média para os padrões mundiais de suas áreas de atuação, em um momento em que o Brasil estava entre os países com maior produção científica. Alguns desses pesquisadores tendo inclusive trabalhos no mesmo nível de impacto do que seus pares que produziam em regiões identificadas como Centro (sempre localizados no hemisfério norte), e ainda assim, mesmo com um trabalho de grande reconhecimento científico, esses cientistas depreciavam seus resultados frente aos trabalhos produzidos pelos detentores da produção científica do Centro. Isso levou Neves (2020, p.2) a definir esse comportamento como "entre alta performance científica e autoatribuição periférica, que condiciona a emergência de um regime de prática periferizado."

Com relação às doenças negligenciadas, é importante frisar que a maior parte de atuação do IEC tem como foco o estudo dessas doenças, como ficou exposto na contextualização que realizamos sobre a Instituição no início. Dessa forma, vemos que o IEC se enquadra em certa medida dentro da perspectiva que Neves evidencia. No entanto, ter o

foco nas doenças negligenciadas para o IEC é uma condição natural, já que são essas doenças que afligem em grande intensidade as populações amazônicas, e que justificam inclusive sua existência. De outra sorte, como enfatizamos, os estudos dessas doenças não são aqueles que recebem maior notoriedade em âmbito global, nem são aqueles que retornam melhores resultados econômicos, do ponto de vista da indústria da saúde.

Por fim, finalizamos este tópico apresentando mais um estudo que estabelece uma ligação com a nossa experiência, no que diz respeito ao reconhecimento do território amazônico enquanto local de produção de ciência. Esse estudo realizado por Schneider e Tavares (2014) reflete sobre a utilização de fontes e marcas de autoridade no discurso jornalístico das revistas *Galileu* e *Superinteressante*, principais títulos publicados no Brasil que trabalham com jornalismo científico atendendo ao público não especializado que tem interesse por temáticas científicas.

O estudo, obtido com uma amostra de 26 publicações de cada revista entre os anos de 2011 e 2012, entre outros achados, mostrou que a maior parte das fontes consultadas pelas revistas eram estrangeiras (61,98%), no geral universidades dos Estados Unidos e da Europa. Com relação às fontes brasileiras (23,14%), a maior parte são de universidades, e todas localizadas no sul e sudeste. As autoras justificam o cenário da exclusividade das fontes do sul e sudeste no Brasil com o seguinte argumento: "há instituições em outras regiões do país que desenvolvem pesquisas científicas, mas, que, por não serem os centros de referência no país, não são procuradas para tratar desse assunto." (OLIVEIRA; TAVARES, 2014, p.84).

O IEC é um centro de referência em diversas temáticas, assim como outras instituições que atuam na região amazônica, mas essas não são lembradas enquanto fonte para figurar nesses dois títulos, pois o lugar de fala hegemônica para o discurso da ciência, como visto, não está localizado na região, e ele é sumariamente ignorado por uma conclusão tácita: não são "centros de referência".

E aqui nos reportamos a nosso depoimento na introdução desta dissertação, quando relatamos que não nos era perceptível a presença da ciência brasileira em uma dessas publicações em que consumimos informações quando criança e adolescente, o que de certa forma cristalizou em nós a percepção de que a produção da ciência estava em outras latitudes que a não a do nosso território. E mais ainda, as fontes das revistas refletem a hierarquia colonial no sistema científico: em maior percentual as fontes do cânone europeu e

europizado (estrangeiro); em percentual menor as fontes do Centro-Sul; e abaixo do Centro-Sul, nenhum percentual ou inexpressivo.

A respeito dessa invisibilidade da produção científica das outras regiões brasileiras apontada acima, que não o Centro-Sul, Loureiro (2022) critica a desigualdade atribuída na classificação de periódicos científicos Amazônicos, o pendor dos financiamentos de pesquisas às instituições que detêm maior número de doutores, que termina por dificultar o desenvolvimento da ciência na região, a despeito de sua grande necessidade:

A título de exemplo, a quase totalidade das revistas científicas produzidas na Amazônia são consideradas regionais pelo sistema nacional de classificação de periódicos científicos, enquanto grande parte das revistas produzidas no Centro -Sul, embora de nível intelectual similar às da Amazônia, são consideradas nacionais e, por isso, obtêm maior pontuação na classificação. Por sua vez, os recursos para pesquisas concedidos pelas entidades financiadoras se dirigem àqueles projetos e instituições que apresentam em seus quadros maior número de doutores. E onde se encontram essas equipes de doutores? Nas universidades e institutos do Centro-Sul, quando a Amazônia conta com menos doutores e apresenta uma situação crítica: a maior parte dos seus recursos naturais e problemas sociais precisam ser estudados, porém, não recebem recursos em igual medida. Dessa forma, tal como na economia, no mundo intelectual os recursos correm para onde mais existem, inserindo-se em uma política cultural que reforça a desigualdade. (LOUREIRO, 2022, p.192)

Esse tópico buscou então fazer um apanhado geral primeiramente da forma com que a ciência foi empregada na região Amazônia e de que maneira ela se institucionalizou nesse território, onde pudemos perceber como os cânones europeus se dispuseram em uma condição de superioridade sobre os conhecimentos nativos e mesmo sobre a produção local que buscava se adequar ao modelo hegemônico.

Em seguida apresentamos o referencial teórico com as ideias e conceitos de Boaventura de Souza, com o pensamento abissal, com as discussões que demonstram como a colonização europeia conseguiu instituir nas nações colonizadas essa atribuição de inferioridade dispondo o modelo hegemônico como de validade universal, promovendo um apagamento e nulidade dos conhecimentos dos nativos.

Por fim, analisamos pesquisas que abordam a percepção pública da ciência e buscamos extrair desses dados alguns pontos que tangenciam nossa discussão, como o baixo conhecimento da população brasileira a respeito das instituições de ciência locais, e ainda outros estudos que apontam à condição de periferia ou semiperiferia ocupada pela ciência produzida no Brasil dentro do ecossistema de produção científica mundial, e em relação

proporcional a condição de periferia da ciência atribuída à Amazônia dentro do território brasileiro.

Nossa discussão de forma alguma pretende adentrar em um questionamento da validade e importância dos estudos científicos, na verdade cumpre apenas assinalar que estes têm também os seus limites, e são construídos e utilizados em um imbricamento com os fatores sociais, sendo assim, de forma alguma são neutros (LATOURE, 1994;1997; STENGERS, 2002). O problema em si não é o conhecimento científico mas o seu emprego e partilha de poder em equidade a uma realidade global.

Não nos reconhecemos como produtores de ciência, é como se essa competência de certa forma não nos pertencesse, por isso o discurso de Marca do IEC, que analisaremos no próximo capítulo, em alguns momentos parece dar ares de ousadia quando diz que "é possível fazer ciência de qualidade na Amazônia". Mas isso observaremos melhor na sequência deste trabalho.

3. A MARCA IEC E A CIÊNCIA NA AMAZÔNIA

3.1 Percurso metodológico para as análises (Entrelaçamento entre metodologias de Verón e Semprini)

Neste tópico iremos discorrer de forma mais esmiuçada sobre os procedimentos metodológicos que vamos empregar na análise do nosso corpus de pesquisa. Com a contextualização de nosso objeto e os aportes teóricos e lentes que utilizaremos no processo analítico apresentados, partimos agora para realizar a análise dos materiais coletados para por meio deles buscar uma resposta para nossa pergunta problema sobre o que a marca do Instituto Evandro Chagas revela sobre a Amazônia como território de produção científica. Para tanto, é necessário então retirar fragmentos do tecido da semiose para examiná-la.

Aqui, conforme enfatizamos anteriormente, tomamos a marca como uma instância enunciativa, que por meio de seus discursos, que não estão restritos a apenas textos linguísticos, mas a todas as matérias significantes pelas quais se transmitem sentidos, a marca se revela e, junto com ela, todos os elementos contextuais que a condicionam. Conforme enfatiza Perotto (2007, p.76)

Isto discursivamente é construir um "alguém", que ocupa um "lugar de ser" historicamente determinado na rede da semiose pelas distâncias interdiscursivas

visíveis demarcadas pelos discursos de um grupo de marcas. O sentido, portanto, pode ser entendido em termos de diferenças não somente do modo como algo é dito, mas, também, de onde é dito.

No sentido abordado acima o IEC carrega consigo um determinante forte quanto ao seu investimento de sentido quando ele traz sua característica de instância enunciativa nos aspectos do "de onde é dito". Isso acontece porque o IEC é uma instituição de pesquisa científica, da esfera governamental e com uma longa atuação na Amazônia, várias descobertas de vulto para ciência como abordamos em sua apresentação, o que o coloca em uma posição de significação social de ordem bastante densa sob vários aspectos, e que traz implicações de extrema relevância ao lugar de onde ele fala.

Tomando como base o que já abordamos com relação a metodologia para obtenção de um delineamento da marca, conforme Semprini (2010), temos que o universo que constitui os sentidos de uma marca conjuga tanto o seu projeto de sentido (enunciação fundamental, promessa, especificação da promessa, inscrição em um território, valores), que é um núcleo definidor do propósito e forma de discursivização da marca e, olhando por dentro da abordagem discursiva, é o que define as condições de produção dela enquanto instância enunciativa, as regras e coerções de onde irão emergir suas manifestações, que são todas as ações concretas da marca.

Juntando o Projeto de Sentido (instância enunciativa) com as manifestações da marca (enunciados), que são o seu projeto manifesto, ou seja, aquilo que através da expressão factual e concreta a instância receptiva tem condições de observar do Projeto de Sentido, obtemos a identidade da marca que é configurada pelo polo da produção.

Do outro lado temos a imagem da marca, que é exatamente a absorção ou compreensão do projeto de sentido pelo polo da recepção. Obviamente tanto o polo da produção quanto o polo da recepção estão envolvidos e implicados com as condições contextuais onde estão alocados e também da forma com que estabelecem seu relacionamento. Disso resultam tanto suas condições de produção, pelo polo da produção, quanto suas condições de reconhecimento, pelo polo da recepção (FIGURA X).

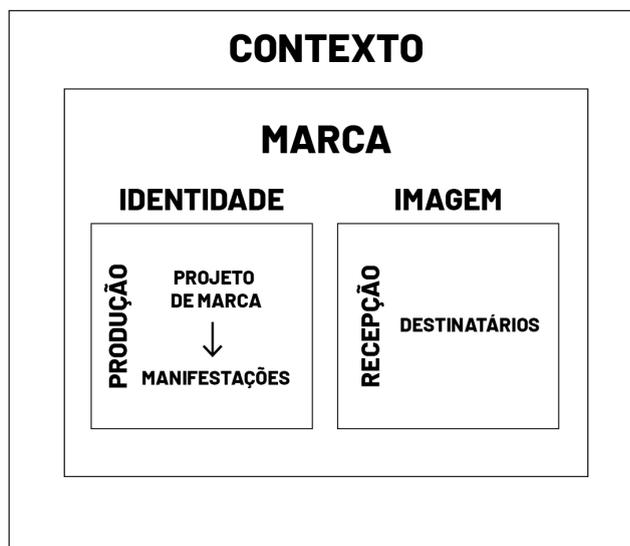


Figura X. Esquema de constituição da marca. Elaboração própria baseado em Semprini (2010).

A junção entre identidade (obtido através do pólo da produção) e a imagem (obtida pelo pólo da recepção) constituem o complexo simbólico que é a marca. Conforme discutimos anteriormente, na verdade, o que chamamos de identidade de marca é na prática essa relação dialógica entre o que a marca expressa por seu projeto de sentido, a identidade, que por meio de suas manifestações, coloca esse projeto de sentido em evidência, sendo que, pela reconstrução dos seus fragmentos, o polo da recepção (os destinatários da marca) reconstitui e passa a ter uma medida de compreensão do que seja esse projeto, os seus atributos e investimentos de sentido (FIGURA X.2).

É importante ressaltar que esse movimento entre identidade e imagem é contínuo e de dupla afetação entre as duas instâncias, interpenetrada e fluída, não sendo portanto linear como pode aparentar em uma compreensão mais apressada. Elas se retroalimentam e uma incide na outra de forma substancial enquanto influência para se reconstruir permanentemente.

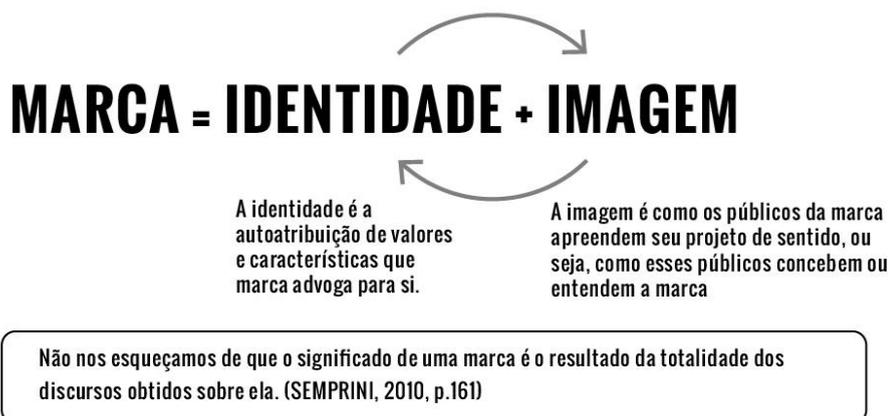


Figura X.2. Identidade plena da marca. Elaboração própria baseado em Semprini (2010).

O procedimento metodológico então que adotaremos tem a seguinte sequência e articulação: primeiramente faremos emergir o projeto de sentido da marca IEC. Esse será constituído utilizando o método semionarrativo, na forma como é proposto por Semprini. Para fundamentar isso utilizaremos três documentos que lançam a gênese do IEC, que tem elementos primordiais para a definição do seu projeto de sentido, pois, são realmente a externalização do plano de criação da instituição. Considerando que a marca como uma instância eminentemente semiótica é um processo de enunciação, podemos dizer, como diria Semprini (2010, p.144), que são os "atos enunciativos fundadores" da marca IEC e que serão detalhados mais à frente.

Para complementar os dados para constituição do projeto de sentido, vamos nos valer também de informações que estão publicadas no site do Instituto Evandro Chagas (www.iec.gov.br) na redação atual que tem a sua Missão, Visão e Finalidades de Atuação. Essas informações são importantes para trazer uma atualidade para esse projeto de sentido, no entanto, como veremos, o que está concretizado e expressado hoje tem uma clara conexão com aquilo que estava descrito lá no início, de forma que percebemos pertinência quando Semprini afirma que, o projeto externaliza não somente o que a marca é e o que quer alcançar (que são as definições dadas a Missão e Visão atualmente), mas "ele carrega consigo a memória do que a marca foi e os germes, sob forma de intenções mais ou menos explícitas, do que ela poderá ser, de suas ambições, de suas opções, assim como de suas obrigações e de seus limites" (SEMPRINI, 2010, p. 150).

Definido o projeto de marca, passamos então para analisar as manifestações de marca que junto com o projeto irão constituir a identidade do IEC. Para trabalhar esta parte, selecionamos para análise alguns documentos que observamos como os mais relevantes para expressar como a Amazônia aparece no discurso de marca do IEC enquanto território de produção científica. Essas manifestações são o nome e o logotipo da instituição, e na sequência 4 documentos de divulgação institucional concebidos do início da década de 90, quando o IEC começa a trabalhar melhor a sua comunicação e envidar um discurso de marca, até o ano de 2021, que foi quando ele comemorou os seus 85 anos de atividades.

Para esse segundo grupo de integrantes do corpus, adicionamos como elementos operativos a análise do discurso midiático, conforme proposto por Verón, suas proposições metodológicas contidas no conceito de contrato de leitura que, conforme Soares e Telles (2020, p.49) da mesma maneira que se direcionam a abarcar uma compreensão de significação em materiais heterogêneos, incluindo fotografias, imagens, textos, cores e formas, também "coloca em relevo as coerções históricas e ideológicas em toda a cadeia de constituição dos discursos sociais."

Como recursos operativos suplementares utilizamos também Maingueneau (xxxx) na análise de textos e, para observar questões como os elementos de design gráfico presentes nesses materiais, utilizamos como referências o aporte da semiótica peirciana aplicada conforme as proposições de Santaella (2005) e outros autores que trabalham com a linguagem do design e que podem nos facilitar a explicitar determinados aspectos do seu investimento de sentidos (WHEELER, 2012; SAMARA, 2010; GRUSZYNSKI, xxxx). Também utilizamos Tavares (2005) para auxiliar na análise das relações texto/imagem.

Da mesma forma, de acordo com o que acharmos pertinente, convocamos as questões históricas e contextuais de acordo com a necessidade para cada caso, tudo isso como forma de clarificar o processo de investimento de sentido empreendido em determinado objeto de análise.

Após as análises desses documentos acrescentamos ainda as entrevistas semidirigidas (DUARTE, 2005) realizadas com os pesquisadores do IEC que, pela devolutiva que recebem sobre o reconhecimento do IEC nos trabalhos com as comunidades atendidas, com a mídia e com o campo científico, nos ofertam uma forma de enxergar a imagem do IEC nesses três âmbitos. Uma análise dos depoimentos realizados por eles nos oferecem portanto os dados da imagem do IEC, em uma determinada perspectiva, que ainda que indireta, traz uma

representatividade clara dessa imagem, pois os pesquisadores a vivenciam de forma intensa já que atuam como mediações humanas da marca e, já experienciaram diversas situações em variados ambientes sobre a compreensão que se tem a respeito da Marca IEC, não apenas por expressões textuais, mas por ações práticas.

Como recurso operativo dessas análises também utilizaremos a análise do discurso fundamentados em Verón. Embora nos trabalhos que pesquisamos deste autor não exista uma amostra mais aprofundada sobre como ele procedia com esse tipo de análises, assim como temos fartos exemplos de análise de suportes midiáticos, ele nos deixou a citação abaixo que solta um fio de novelo a ser seguido:

Compreender-se-á por que eu privilegio, nos planos das técnicas de campo, aquelas que alguns denominam de "semidiretivas" e "não-diretivas" e, mais geralmente, aquelas que se aproximam das técnicas do etnólogo, as únicas que nos permitem coletar a fala social dos sujeitos sob uma forma que admite a aplicação da análise do discurso. Não se trata, é evidente, de pretender que tais técnicas são mais "naturais" ou que elas induzem um discurso mais "espontâneo"; toda técnica é uma intervenção artificial no ambiente cotidiano de um ator social. Trata-se simplesmente de uma questão de "porte" do objeto a analisar: para reconstituir as categorias cognitivo-avaliativas dos sujeitos, temos necessidade do discursivo. (VERÓN, 2004, p.246)

Ou seja, Verón opta por utilizar as entrevistas semidirigidas ou não dirigidas para que, pelas falas dos pesquisados, seja observada a construção desses discursos, que da mesma forma em sua superfície, deixam rastros de suas condições de produção e expõe em alguma medida a rede interdiscursiva que os fundamentam.

Assim, com todo esse conteúdo reunido, podemos observar unindo identidade e imagem, uma ideia do significado da marca IEC na dimensão desse recorte que estamos propondo e, a partir desses dados, compreender como a Amazônia é vista enquanto região produtora de ciência, obviamente, dentro do limite que é o recorte do discurso de marca do Instituto Evandro Chagas, com o recorte temporal e escolhas de dados que optamos..

Isso reitera as delimitações da presente pesquisa, que tem um caráter qualitativo (CITAR REFERENCIA), ou seja, que não preceitua obter respostas generalizantes e definitivas para suas perguntas, mas antes tem também um caráter exploratório (BONIN, 2008, p.125), de forma que futuramente possamos utilizar esse início de percurso e expandir suas fronteiras, assim como outros pesquisadores que sobre este assunto e em abordagem semelhante detenham interesse.

No esquema abaixo temos de forma sintética uma descrição dos dados que iremos analisar e que posição estes ocupam na sequência metodológica que estamos propondo:



Figura X. Esquema de aplicação metodológica. Elaboração própria.

Finalizamos esse tópico fazendo algumas considerações sobre certas digressões metodológicas que realizamos, e o porquê dessas escolhas. Na metodologia proposta por Semprini (2010) para análise das manifestações a ideia dada por ele é que observe em variadas manifestações como o projeto de sentido está materializado. Em diversos estudos que consultamos no uso prático dessa metodologia (CITAR AQUI) são utilizados manifestações da marca em diferentes suportes (folders, sites, catálogos, embalagens, sinalização visual) efetuadas em um tempo sincrônico.

No nosso caso invertemos essa ordem: são os mesmos materiais (livreto de divulgação institucional) mais em um período de tempo diacrônico. Optamos por essa forma por ficar mais evidente como a Marca Amazônia vai se apresentando no discurso da Marca IEC, e também porque a expressão dada nesses textos é onde melhor observamos o lugar que o IEC atribui valor a sua produção científica.

Da mesma forma, Verón emprega a análise de discurso com o conceito de contrato de leitura observando *os modos de dizer* de um mesmo conteúdo em suportes midiáticos

diferentes. Aqui empregamos essa metodologia sobre o mesmo suporte (os livretos de divulgação institucional do IEC) mas que, como veremos, vão modificando os modos de dizer sobre uma região e sua produção científica.

3.1.1 - Detalhamento do corpus de análise - Documentos e entrevistas

Chegar à constituição de nosso corpus de pesquisa foi realmente uma tarefa difícil. Desde o início da pesquisa quando ainda tínhamos a pergunta problema não tão bem formulada, era nossa preocupação encontrar por onde abarcar o objeto de maneira que pudéssemos extrair os dados que nos auxiliassem a buscar uma resposta (ou várias respostas e/ou mais perguntas), sobre como a Amazônia era vista em relação a valoração dada à produção científica da região, em específico o Instituto Evandro Chagas, e sua construção simbólica, sua marca.

Dessa forma, a pesquisa exploratória, conforme proposta por Bonin (2008, p. 125), seguiu nesse fluxo de "experimentar, vivenciar e testar métodos e procedimentos para compor e construir arranjos metodológicos sensíveis às demandas da problemática e das lógicas dos objetos empíricos."

Nessa busca passamos por considerar os clippings de matérias feitas sobre a Instituição, mas a abordagem dos textos jornalísticos sobre o IEC pouco demonstraram à nossa vista o status de marca atribuído à instituição. Buscamos também verificar essa possibilidade nos comentários das redes sociais, mas também não encontramos nada de substancial que estivesse expressado ali naqueles canais. Com mais material já coletado chegamos a mapear algumas matérias jornalísticas que abordaram determinadas situações que consideramos controversas quanto ao valor dado à atuação do Instituto e, pelo qual atribuímos, ainda de maneira preliminar, ser a sua condição de estar alocado no território amazônico, tido como o lugar do atraso no Brasil (LOUREIRO, 2021). Disso também esboçamos construir uma cartografia das controvérsias, utilizando a teoria ator-rede (xxxx), mas que também não se mostrou pertinente até o ponto que levamos essa proposição..

Finalmente tivemos a ideia de buscar compreender como a Marca IEC era reconhecida por meio do depoimento de seus cientistas, tendo em vista que esses atores vivenciam talvez de maneira mais representativa o valor atribuído ao IEC, por estarem em contato com diversas instâncias de relacionamento (comunidades, mídia, campo científico) e por essa condição poderem ser receptores em parte da imagem atribuída à instituição por essas instâncias.

Seguimos então com essa ideia que nos pareceu até o momento a que poderia fornecer os melhores "inputs" para trabalharmos essas questões. Contudo, durante o momento da qualificação, nos foi sugerido confrontar as questões obtidas pelas entrevistas/conversações com os cientistas com os documentos de divulgação do IEC, que até esse momento eram considerados, mas de maneira mais secundária. Também nesse momento nos foi sugerido adentrar mais profundamente no conceito de marca, que até então se mostrava como "fugidio" em nossa abordagem.

Dessa maneira, quando fomos em busca de analisar mais detalhadamente os documentos, percebemos que neles é possível observar os rastros do contexto da Amazônia enquanto território produtor de ciência, que foi o ganho também que se incorporou à nossa pergunta problema, mais centrada sob o fulcro do discurso de marca construído pelo IEC, ou seja, envolvendo além da questão da imagem, a importância da identidade, e mais do que isso, abarcando a teoria da enunciação, e por meio dela, a relação dialógica entre essas duas facetas, dois lados de uma mesma moeda.

Observando os documentos do Instituto, percebemos que até determinado momento a forma como os textos de apresentação do IEC em seus materiais de divulgação institucional se aparentavam mais com a linguagem de relatórios de atividades. Isso muda exatamente quando o IEC passa a ter um logotipo próprio, no início dos anos 90, mesmo período em que emergem de forma mais intensa na discursividade social a ideia de marca, conforme abordamos no item 2.1.2 da presente dissertação.

A escolha desse recorte temporal tem também como motivação observarmos a forma como a Amazônia é expressada no discurso de marca do IEC, tendo em vista que no início da década de 90, data do primeiro material a ser analisado, a Amazônia começa a ganhar novos contornos na forma de ser enunciada, na direção do que Amaral (2016) definiu como Marca Amazônia, e que ficará bem explícito na sequência de análise dos materiais.

Analisando esses textos com os conceitos e metodologias ofertados por Semprini e Verón, foi possível então perceber, em alguma medida, pela forma como se constroem os textos e apresentação visual desses materiais, o lugar ocupado pela Amazônia enquanto território produtor da ciência, dentro do viés do Instituto Evandro Chagas. Essa é nossa proposição e é o que poderemos observar mais adiante.

Assim, o corpus de nossa pesquisa compreende portanto fontes de dados diferentes e que também serão analisadas em conformidade com o que entendemos ser o mais adequado

para cada um deles. O primeiro é a lei de criação do Instituto de Pathologia Experimental do Norte (IPEN) (LEI N. 59 DE 10 DE NOVEMBRO DE 1936), que especifica os objetivos e sua área de atuação. O segundo é o decreto no qual foi publicado o seu regulamento (DECRETO N. 2346 DE 11 DE NOVEMBRO DE 1936). Por fim, o terceiro é uma entrevista realizada pelo jornal Folha do Norte (28 de outubro de 1936, p.2.) com Evandro Chagas, em que este esclarece qual o propósito de criação do IPEN e quais as suas ideias na direção das atividades, já que ele era o principal mentor do projeto.

Após o delineamento do projeto de sentido, serão analisados 4 documentos que escolhemos enquanto manifestações da marca IEC. Esses documentos são 3 livretos de divulgação institucional e uma revista científica especial que foi editada em comemoração aos 80 anos do IEC. Nesses documentos analisamos a capa dos materiais enquanto uma representação visual, ou seja, com uma determinada iconologia que a instituição tem como forma de representação do IEC e a página que faz a apresentação do IEC, onde temos textos que discorrem especificamente sobre a instituição, suas características e seu potencial, onde percebemos de uma maneira bem evidente um discurso da marca, que, além de tudo, busca sumarizar com aquilo que seja mais relevante a ser dito sobre o que é o IEC.

No que diz respeito às entrevistas, elas foram realizadas entre agosto e dezembro de 2022, com 1 representante de cada uma das seções científicas do IEC, totalizando 9 entrevistas em profundidade, com um roteiro prévio conforme está elencado no Anexo X. Elas foram realizadas todas no próprio Instituto Evandro Chagas, em horário pré-definido pelos entrevistados de acordo com sua disponibilidade.

O roteiro de perguntas era apenas uma forma de lembrar tópicos que precisavam ser abordados e, muitas vezes, com apenas uma provocação, em uma resposta vários desses tópicos foram abordados, como é normal nesse tipo de abordagem. As entrevistas iniciavam com uma breve explanação sobre o teor da pesquisa, o pedido de autorização para gravação, e a explicação de que os depoimentos seriam utilizados de forma anônima e, tanto quanto possível, nós tentaríamos expor apenas aqueles comentários de ordem geral, omitindo detalhes que pudessem de alguma forma identificá-los. Isso foi informado de maneira que pudesse deixá-los o mais à vontade possível para expressarem suas impressões e posicionamentos.

De forma complementar, foram realizadas ainda três entrevistas preliminares que serviram de forma exploratória para que pudessemos desenvolver nosso roteiro. E, outras três

entrevistas foram realizadas com personagens chave para colhermos algumas informações sobre a história da instituição e das atividades iniciais da área de comunicação na instituição. Esses três estão identificados nos depoimentos, são os pesquisadores aposentados, Francisco Pinheiro, que é o único remanescente do grupo inicial de pesquisadores locais que recebeu treinamento da Fundação Rockfeller. O Dr. Manoel Soares, que tem artigos publicados a respeito de Evandro Chagas (CITAR REFERENCIAS), sendo um estudioso tanto da biografia de Evandro quanto da história do IEC; e por fim o servidor aposentado, Paulo Cruz, que esteve à frente do início dos trabalhos de divulgação institucional do IEC, sendo um dos responsáveis pela criação da Assessoria de Comunicação do IEC. Abaixo temos uma tabela com a descrição geral dos entrevistados cujos os depoimentos serão utilizados na construção da imagem do IEC, suas áreas de formação e o tempo que atuam na instituição:

Tabela x: Participantes da pesquisa, por ordem de encontro

Identificação	Área de atuação	Formação	Tempo de atividade no IEC
Entrevistada 1	Virologia	Farmácia Bioquímica	24 anos
Entrevistada 2	Bacteriologia	Biomedicina	25 anos
Entrevistado 3	Meio ambiente	Química	24 anos
Entrevistada 4	Parasitologia	Farmácia	28 anos
Entrevistada 5	Arbovirologia	Farmácia Bioquímica	25 anos
Entrevistada 6	Hepatologia	Medicina	23 anos
Entrevistado 7	Patologia	Biomedicina	12 anos
Entrevistada 8	Criação de Animais de Laboratório	Medicina veterinária	18 anos
Entrevistada 9	Atendimento médico / Epidemiologia	Medicina	31 anos

Fonte: Elaborada pelo autor.

(*Como parte do protocolo de pesquisa científica, que tem por objetivo resguardar a identidade dos participantes, os entrevistados estão apenas numerados pela ordem em que foram contactados)

A maior parte dos entrevistados é do sexo feminino, sendo entre os 9 apenas dois do sexo masculino. Como nossos critérios de escolha dos entrevistados estavam relacionados ao desenvolvimento de pesquisas e atividades que os permitissem terem tido contato com as comunidades, a imprensa, e destaque no campo científico, não estava em nosso propósito dividir igualmente pela questão de gênero, nem mesmo pelo tempo de atuação no IEC. No entanto, como apontamento positivo, observamos que existe um protagonismo das mulheres na instituição, e isso ficou evidenciado nesse levantamento de maneira natural.

Com relação ao tempo de atuação na instituição vemos que a média dos entrevistados gira em torno de 23 a 25 anos. A princípio pode parecer que a maior parte deles já tem bastante tempo de atuação, sendo pois parte de uma geração mais antiga de pesquisadores na instituição, no entanto, conforme relato deles, a maioria entrou na instituição ainda na condição de estagiário(a) ou bolsista de iniciação científica, ou seja, desenvolveram praticamente todo o seu aprendizado profissional no IEC, por isso já têm todo esse tempo de trabalho na instituição.

Entretanto, como servidores e pesquisadores efetivos, a grande maioria teve o vínculo efetivado na instituição após o concurso realizado em 2010. Sendo assim, como pesquisadores efetivos a maioria têm em torno de 12 anos de atuação, fazendo assim parte da geração mais recente de pesquisadores (as). As entrevistas somaram juntas em torno de 12 horas de conversações. Elas foram transcritas utilizando a plataforma Transcryptor, que é uma ferramenta que transcreve o material com alguma fidelidade, mas que ainda assim exige uma demanda para correção nas palavras, silêncios, repetições, etc. Por ser um volume muito grande, decidimos não incluí-las na íntegra nos anexos, e expor apenas os trechos que foram utilizados para composição da análise.

Em uma organização por tópicos dos conteúdos as entrevistas resultaram em 27 categorias diferentes de abordagens de nosso interesse que conseguimos identificar nos depoimentos. Evidentemente essa extensão toda não teria como ser abordada dentro do prazo e dimensões desta dissertação, sendo assim, optamos por utilizar entre esses trechos os que entendemos serem os mais relevantes para reflexões na direção de respostas para nossa pergunta problema. O restante poderemos trabalhar ainda em artigos posteriores e quem sabe até com outras abordagens, como a da Análise Crítica do Discurso (FAIRCLOUGH, 2001), que foi uma vertente analítica que chegamos a empreender algumas incursões piloto neste

material, e que ofertou alguns resultados interessantes, especialmente com as relações entre discurso e a prática social.

3.1.2 - Definição do projeto da Marca IEC

Conforme relatamos anteriormente iniciaremos nossas análises definindo o projeto de marca do IEC. Em seu modelo para definição de um projeto de marca, Semprini (2010) conceitua que um projeto de marca é composto por 5 componentes: enunciação fundamental, promessa, especificação da promessa, inscrição de um território e valores.

A marca nesse sentido surge de um plano, de uma ideia de atuação que virá a ser. Percebemos que as etapas enumeradas por Semprini se voltam para a definição de uma instância enunciativa, ou seja, delimitam em alguma medida condições específicas para geração de manifestações. A importância da definição de um projeto de marca do ponto de vista da gestão, é poder coordenar manifestações que tenham coesão com um centro de sentido, que é a marca. No nosso caso, além disso, é poder compreender melhor, de que forma, e sob que espectro, o IEC configura seus investimentos de sentido.

Destacamos que a consciência quanto a definição de um propósito, um diferencial em relação aos concorrentes e demais considerações que hoje se consideram para legitimar o desembarque de uma nova marca no mercado, fazem parte de uma realidade muito recente. Antes da elaboração de todos esses condicionantes que hoje fazem parte de um contexto de marca contemporânea, como dito por Semprini, um empreendimento, uma instituição, uma empresa ou produto que estava sendo criado, surgia, em grande medida, na identificação de uma oportunidade de mercado, ou, de uma lacuna a ser preenchida. E, embora o diagnóstico dessa questão, e a solução apresentada em si, pudesse mais à frente se converter no projeto de uma marca, é bem provável que, nos momentos iniciais, não se tivesse ainda uma clara definição de como aquele projeto iria se converter em uma marca, em uma construção deliberada para a acumulação de um patrimônio simbólico e também material.

O projeto de sentido ou projeto de marca, é bastante arraigado com as questões históricas da marca, em especial dos seus momentos iniciais, mas, obviamente, em consonância com a natureza evolutiva da marca, ele também é dinâmico. Neste sentido é que escolhemos utilizar como fonte para a definição do projeto de marca, documentos que estão ligados com a origem do IEC, mas, para complementar esses documentos e trazer um olhar mais atualizado para delinear o projeto de marca, acrescentamos também depoimentos dos

pesquisadores que entrevistamos para nos auxiliar com a definição dos valores e, por fim, a missão e visão, que apresentam os direcionamentos atuais definidos pela instituição.

Como descrevemos no tópico em que tratamos a respeito do modelo Projeto/Manifestações, os elementos destacados por Semprini para composição do projeto de marca são enumerados apenas por uma questão heurística, mas são de tal forma imbricados e sobrepostos, que não necessariamente precisem ou possam ser elucidados na mesma sequência proposta por ele. Dessa maneira nossa ideia aqui é apresentar os tópicos principais dos documentos que entendemos incidir sob os aspectos do projeto de sentido e na sequência expor os elementos que consideramos serem mais salientes na composição do projeto de marca do IEC.

Pelo lado histórico temos três documentos que já mencionamos que podem em si ser considerados como primordiais para a gênese do projeto de sentido do IEC, ou, que antes os expressem. São eles: a lei de criação do Instituto de Pathologia Experimental do Norte (IPEN) (LEI N. 59 DE 10 DE NOVEMBRO DE 1936); o decreto que estipula o seu regulamento (DECRETO N. 2346 DE 11 DE NOVEMBRO DE 1936); e uma entrevista concedida por Evandro Chagas ao jornal paraense Folha do Norte (28 de outubro de 1936, p.2).

Nesses três documentos é possível observar alguns direcionamentos iniciais que irão ao longo dos anos dando um rumo e sendo concretizados na constituição da identidade do IEC e, dessa forma, definindo sua condição de se enunciar sobre si mesmo, constituir seu discurso de marca.

Vamos observar então primeiramente a lei de criação e o decreto que traz o regulamento do IEC. A lei de criação determina seus objetivos, bem como os cargos e salários dos técnicos e funcionários, sua forma de admissão, além de anunciar a orientação técnica que naquele momento ainda o Instituto de Pathologia Experimental do Norte (IPEN) viria receber do Instituto Oswaldo Cruz do Rio de Janeiro. Dessa maneira os artigos 1º e 2º da referida lei têm a seguinte redação:

Art. 1.º Fica creado o Instituto de Pathologia Experimental do Norte, departamento autonomo da Directoria Geral da Saude Publica, directamente subordinado à Secretaria Geral do Estado.

Paragrapho unico. O Instituto tem por finalidade o estudo dos problemas medicos ruraes para orientar a prophylaxia e a assistencia medica de accordo com os serviços sanitarios estaduaes e federal.

Art. 2.º O Instituto ora creado obedecerá obrigatoriamente á orientação technica do “Instituto Oswaldo Cruz”, que fornecerá, sem onus para o Estado, os technicos necessarios á instrucção pessoal e á realização de pesquizas. (PARÁ, 1936)

Nessas linhas temos identificado então que o IPEN nasce como um departamento autônomo dentro da Diretoria Geral da Saúde Pública, o que seria correspondente hoje à Secretaria de Saúde do Estado. Dessa forma, seu direcionamento é o estudo dos problemas médicos rurais, ou seja, daquelas endemias que afetavam especialmente as populações do interior do estado, afastados das áreas urbanas, o que na região Norte nesse momento seriam áreas dentro da floresta, ou na proximidade desta.

Outro dado importante é a subordinação técnica ao Instituto Oswaldo Cruz, que é instituído como fonte de conhecimento especializado para instrução dos técnicos do IPEN, bem como, para a realização das pesquisas. O artigo 4º da lei traz outra consideração importante para adicionarmos mais elementos para a compreensão do projeto de marca do IEC:

Art. 4.º As nomeações serão feitas pelo Poder Executivo, dependendo o provimento dos cargos técnicos de concurso de provas e títulos, sob a inspeção do “Instituto Oswaldo Cruz”, **cabendo preferência aos médicos diplomados pela Faculdade de Medicina do Pará e aos médicos veterinários diplomados pela Escola de Medicina Veterinária deste Estado**; as dos demais funcionários serão efectuadas por indicação do referido Instituto. (GRIFO NOSSO) (PARÁ, 1936)

A indicação já determinada na lei era, portanto, de que a preferência para ocupação dos cargos técnicos seriam de médicos e médicos veterinários formados pelas faculdades do Pará. Essa medida aspirava ao treinamento e instrução de pessoas que posteriormente ficassem fixadas no estado e, pudessem dar continuidade aos trabalhos, promovendo assim o desenvolvimento de pesquisas científicas que não fossem apenas intermitentes no âmbito local, como o foram por exemplo as expedições sanitárias promovidas pelo próprio Oswaldo Cruz em outros tempos. No início da dissertação, quando citamos o depoimento do dr. Manoel Soares, ele faz uma menção a esse fato, como sendo importante a escolha de profissionais locais para comporem a equipe do IPEN.

Avançamos agora para o texto do Regulamento onde encontramos outros trechos interessantes para observar na composição do projeto de marca como os dois primeiros parágrafos e parágrafo único:

Art. 1.º O Instituto de Pathologia Experimental do Norte tem por objectivo o estudo e a investigação dos problemas médicos que interessam ao norte do Brasil, especialmente os que dizem respeito á nosologia rural.

Art. 2.º A actividade do Instituto de Pathologia Experimental do Norte será exercida nas seguintes regiões do paiz: Estados do Amazonas, Pará e Maranhão e Território do Acre.

Parapho unico. Em casos excepcionaes e quando solicitada sua intervenção, poderá o Instituto de Pathologia Experimental do Norte estender a actividade a outras regiões (PARÁ,1936)

No artigo primeiro se reitera que o IPEN tem como foco a investigação dos problemas médicos que afligem o norte do país, em especial os problemas que se inscrevem nas áreas rurais. No artigo segundo, embora seja um órgão do Estado do Pará, a sua abrangência de atuação já engloba os estados do Amazonas, Pará, Maranhão e Território do Acre. Ou seja, o IPEN já nasce com uma ideia de atuação para além das linhas do seu próprio estado de criação, contudo, o parágrafo único ainda evidencia que, em casos excepcionais, o IPEN poderia mesmo estender suas ações para outras regiões.

Queremos ainda enfatizar outros três artigos do regulamento que a nosso ver tem importância para colaboração no entendimento dos elementos do projeto de marca:

Art. 4.º O Instituto de Pathologia Experimental do Norte realizará, na medida de sua possibilidade, cursos de especialização e aperfeiçoamento em doenças regionaes para medicos e estudantes das duas ultimas séries do curso medico.

Art. 13 Para a realização de pesquisas excepcionaes e, principalmente para auxiliar a organização de novos centros de pesquisas, poderão os technicos do Instituto de Pathologia do Norte, quando requisitados e ouvido o Instituto Oswaldo Cruz, effectuar trabalhos em outros departamentos do Estado ou federaes.

Art. 20 Ao director compete determinar a publicação das Memorias do Instituto de Pathologia Experimental do Norte. (PARÁ,1936)

O artigo quarto, conforme descrito acima, evidencia a inclinação do IPEN para a formação de pesquisadores, pois a instituição já nasce tendo como direcionamento a oferta de cursos para atender a instrução de novos médicos. Já no artigo treze, fica destacada a intenção de que os técnicos do IPEN auxiliem na formação de novos centros de pesquisa, tanto em âmbito estadual, como federal. E, por fim, o artigo vinte, discorre a respeito da publicação das Memórias do Instituto de Pathologia Experimental do Norte, que nesse momento da história fazem alusão não apenas ao registro histórico das atividades do IPEN, mas também ao interesse de realizar a divulgação científica dos trabalhos realizados pela instituição.

Seguimos agora para o próximo documento, que é a entrevista concedida por Evandro ao jornal Folha do Norte (O QUE É..., 1936) falando a respeito da criação do IPEN. Nesta entrevista, o pesquisador anuncia o que estava em seus planos e o que estava acordado com o

Governo do Estado para a criação desse centro de pesquisas médicas e biológicas. Neste sentido, extraímos e comentamos os trechos que serão citados e comentados na sequência.

criação de um centro de estudos em Belém que, com a mesma orientação seguida pelo Instituto Oswaldo Cruz, pudesse esclarecer os problemas mais relevantes da nosologia do norte brasileiro. (O QUE É..., 1936, p.2)

Neste primeiro trecho extraído da entrevista é reiterado que o centro de estudos de Belém seria semelhante ao Instituto Oswaldo Cruz, ou seja, um centro de pesquisas científicas voltado ao esclarecimento, à elucidação dos problemas de saúde mais importantes no norte brasileiro, que naquele momento já concentrava diversas doenças tropicais que ainda não estavam sob o conhecimento da ciência. O IPEN serviria para atender as doenças que naquele momento afligiam as comunidades, e das quais algumas pouco se tinha conhecimento, por isso também o seu caráter pioneiro.

ser estabelecida no Brasil uma rede de Laboratórios e Institutos destinados ao estudo das condições sanitárias dos campos. [...] fica o país coberto por uma rede de institutos e laboratorios que, trabalhando em collaboração com o Instituto Oswaldo Cruz, poderão estudar todos e os mais importantes problemas de nossa pathologia. (O QUE É..., 1936, p.2)

No segundo trecho Evandro fala que o IPEN faz parte de um plano maior que seria o estabelecimento de uma rede de laboratórios para o estudo das condições de saúde nos campos e, complementa, que essa rede de laboratórios e institutos cobriria todo o país tendo como ponto central da rede o Instituto Oswaldo Cruz, tendo condições então de estudar todas as questões de importância da saúde pública brasileira.

Tanto os Institutos de Patologia como os laboratorios estaduaes deverão ser formados com pessoal dos Estados e ter administração propria actuando o Instituto de Manguinhos tão somente como órgão de orientação technica e cooperação scientifica. (O QUE É..., 1936, p.2)

Por fim, nesse terceiro excerto, Evandro destaca que todos esses laboratórios e institutos deveriam ter uma administração independente, formados com pessoas dos próprios estados, a fim de que pudessem ter autonomia e perenidade, sendo a vinculação com Manguinhos apenas a título de orientação técnica e cooperação científica.

A rede a que Evandro se refere estava já embrionariamente planejada e, tendo início com o IEC, seria depois desenvolvida pelo IOC com o nome de Serviço de Estudo de Grandes Endemias (SEGE) departamento pelo qual Evandro foi o primeiro responsável (KROPF, xxx,

3622). Vemos então que essas asserções estão em consonância com o que está demarcado como propósito do IPEN na sua lei de criação e em seu regulamento conforme descrevemos anteriormente.

A maior parte das instituições e empresas que depois poderão se converter em marcas não possuem documentos como esses que estabelecem os seus objetivos e propósitos logo de início. O IPEN, por ter sido criado por meio de uma lei, guarda essas reminiscências. Essa entrevista concedida por seu idealizador, também estabelece as linhas gerais de um projeto de atuação, que carrega consigo um projeto de sentido, um projeto de marca.

A ideia de atuação do IPEN proposta por Evandro, que está presente nesses três documentos, tendo em vista que Evandro trabalhou diretamente na redação da lei de criação e regulamento (BARRETO, 2020, p.11), ficou premente na primeira geração de pesquisadores que o acompanharam quando foi criado o IEC, e se tornou a referência para as gerações seguintes.

Utilizando os indicativos que estão expressos até aqui, ancorados com o que está somente nesses documentos, poderíamos resumir o projeto de sentido do IPEN (futuro IEC) com a seguinte proposição: "Uma instituição de investigação e pesquisas dos problemas médicos do Norte do País (abrangendo 4 estados), em especial dos problemas das áreas rurais, com autonomia administrativa, e orientação técnica de Manguinhos, comprometida também com a formação de recursos humanos para atuação nesta mesma região"

Contudo, para complementar o que já temos, vamos acrescentar aqui documentos que contribuam de forma mais atual com esse projeto de sentido, trazendo os atuais textos da Missão, Visão, Finalidades e Área de Atuação do Instituto Evandro Chagas, conforme estão publicados atualmente em seu site (INSTITUTO EVANDRO CHAGAS, 2023). Por suas características de síntese, esses textos colaboram em nossas análises, tendo em vista que, de certa forma, se dirigem a definir a identidade da instituição, embora por um prisma mais inclinado a preceitos trabalhados por uma teoria administrativa. De qualquer forma, enfatizam o olhar que a instituição atribui a si mesma, bem como, quais as aspirações norteiam suas ações em direção ao futuro.

A missão do IEC está descrita como "Atuar em Pesquisa Científica, apoio a vigilância e ensino, para a produção, disseminação e divulgação de conhecimento e inovações tecnológicas que subsidiem políticas públicas de saúde." Nesta definição, o IEC destaca três pilares de atuação que são a pesquisa, a vigilância e o ensino. Percebemos que esta descrição

permanece em acordo com o que o IEC desenvolve desde o seu início, muito embora o termo "vigilância" não estivesse explícito nos documentos anteriores que analisamos, esclarecer os problemas de saúde, a prevenção e profilaxia, como está descrito em alguns deles, está envolto com essa ideia de conter avanços das doenças com ações de mitigação, ou seja, atividades de vigilância, embora sem toda a concepção que isso representa hoje.

Outro aspecto que não está englobado nas definições dos documentos iniciais é o que na missão está descrito como "inovações tecnológicas", que se trata do desenvolvimento de uma expertise atual, da produção de tecnologias que possam ser utilizadas em prol da saúde pública. Contudo, percebemos como isso não conflita com o plano inicial do IEC, sendo um desdobramento previsível dentro do seu saber-fazer, para se juntar às demais atividades já desenvolvidas.

No tópico Visão, que é o que a Instituição almeja alcançar ou manter, é descrito como "Ser uma instituição pública reconhecida no âmbito nacional e internacional na melhoria da saúde da população por meio da pesquisa científica, apoio à vigilância, ensino e produção do conhecimento científico." Aqui o acréscimo é que a instituição quer ser reconhecida nacional e internacionalmente pelas atividades que realiza, o que em parte, já é uma realidade. Neste sentido, a forma inscrita na frase, com uma dose a mais de "autoconfiança", digamos assim, talvez devesse ser "Continuar sendo uma instituição pública reconhecida...". E aqui vemos alguma reverberação das questões que discutimos nos tópicos sobre Amazônia e Ciência, no sentido de uma autoatribuição de inferioridade (NEVES, 2020).

Por fim, no site também encontramos um item descrito como FINALIDADES E ÁREA DE ATUAÇÃO (INSTITUTO EVANDRO CHAGAS, 2023) que tem a seguinte redação "Obter e difundir conhecimentos científicos e técnicos no âmbito da vigilância em saúde, das ciências biológicas, do meio ambiente e da medicina tropical com atuação nacional e com ênfase na Amazônia Legal." Este texto, em acréscimo às definições anteriores, especifica melhor a atuação do IEC no campo da saúde pública que está centrado nas ciências biológicas, meio ambiente e medicina tropical, e também especifica o espaço físico onde são desempenhadas essas atividades: em todo território brasileiro com ênfase na Amazônia.

Reunindo portanto todas as questões que foram mencionadas podemos a partir daqui estabelecer as asserções para a composição do projeto de marca do IEC. Iniciamos então pela enunciação fundamental que é o que sustenta o porquê da existência de uma marca, qual a sua justificativa a priori que ela tem para se propor enquanto tal, que fundamentos corroboram

para que ela possa se dispor enquanto projeto de sentido. Vamos nos valer dos documentos iniciais e das proposições atuais, simplificando e colocando aquilo que em síntese expresse as questões de maneira mais abrangente.

Diante do que foi exposto entendemos então que a **(1) Enunciação fundamental** do IEC pode ser descrita como "Uma instituição de estudos e elucidação dos problemas de saúde". O passo seguinte que é a **(2) promessa**, e que circunscreve o saber-fazer do IEC, de certa forma reitera a enunciação fundamental. Para nós poderia ser descrita como "Estudos e elucidação dos problemas de saúde para orientar sua profilaxia (prevenção) e forma de assistência", o que na linguagem atual, conforme já mencionamos, equivaleria à vigilância.

Na sequência a **(3) especificação da promessa**, que expressa nesse saber-fazer o que a marca tem de único, de autêntico, que está ligado com suas idiossincrasias. Para a Marca IEC temos que seria "Estudos e solução dos problemas médicos do Norte do País em especial dos problemas das áreas rurais", e pela forma com que é destacado a preocupação com a formação de pessoas tanto das faculdades de medicina, quanto com a criação de novos centros de pesquisa, é importante adicionar aqui o "compromisso também com a formação de recursos humanos em sua área de atuação".

O próximo elemento é a **(4) Inscrição em um ou vários territórios**. Esse item é descrito por Semprini não especificamente com relação a um lugar físico, mas sim a um determinado espaço de atuação, um espaço concreto e factível. Desse item depreendemos que para a Marca IEC seria "A saúde pública de áreas remotas e de difícil acesso (pesquisa de campo), a medicina tropical, as doenças negligenciadas e o meio ambiente".

Nos textos são evidenciados os termos "problemas mais relevantes da nosologia do norte brasileiro" e ainda "problemas médicos que interessam ao norte do Brasil, especialmente os que dizem respeito à nosologia rural". Em uma nomenclatura atual esses problemas podem ser atualizados para as palavras que utilizamos "a medicina tropical, as doenças negligenciadas" e com a atualização do projeto, também "o meio ambiente".

Por fim, o tópico final são os **(5) valores**. Os valores são as atitudes vinculadas à marca ligadas às questões contextuais e socioculturais e que segundo Semprini "permitem colorir" a sua abordagem. Os valores talvez não estejam tão explícitos nos textos dos documentos que observamos, mas estão melhor expressos nos depoimentos dos cientistas do IEC quando perguntados sobre a identidade da instituição. Embora as entrevistas estivessem elencadas para compor o lado da imagem no quadro analítico que apresentamos, examinamos

pelo conteúdo de alguns trechos que aqui, nesse momento, poderiam "iluminar" melhor esse tópico. Desta feita vamos nos permitir utilizá-los para trazer esse valores a tona:

ENTREVISTADA 6: Olha nós somos... na verdade somos pioneiros, né? Porque nós começamos. [...] É isso, é esse, é o pioneirismo de a gente ir a lugares e onde ninguém antes tinha ido. Detectar um monte de doenças que são inéditas. De vez em quando alguém acha um bichinho aí que ninguém ainda não tinha percebido. Então nós temos esse... essa parte de ineditismo.

ENTREVISTADA 9: Mas o Evandro Chagas, quando ele veio aqui, ele veio fazer e veio buscar essas doenças que a gente chama tropicais, as doenças que ninguém sabe, ninguém sabe tratar, ninguém tem um remédio bom. Essas populações são de difícil acesso, então acho que marca mesmo assim é essa coisa já inaugurada pelo próprio Evandro Chagas, que é ir pro meio do mato, epidemiologia de campo, né? Que é como a gente chama. É entender um pouquinho melhor além do que está escrito no livro sobre essas doenças. É entender todo um contexto que está muito na moda agora no tal da saúde única²⁴. Mas eu acho que é entender esse contexto assim, de que, por que essas doenças ocorrem.

Por esses depoimentos elencamos então algumas palavras que remetem aos valores, tanto quanto nos permitem vislumbrar outras por conta do contexto. Assim vemos que os (5) Valores da Marca IEC são o pioneirismo, pela questão da tradição e do tempo de atuação da Instituição, e o ineditismo, por essa questão da descoberta de novos agentes, novas doenças que até então são desconhecidas pela ciência. De outra sorte, fica expresso também o desbravamento, que é um valor bem afeito à pesquisa de campo, especialmente no que diz respeito a adentrar em locais de difícil acesso. Outros valores que também estão diretamente ligados com as atividades científicas, e que ficam expressas de maneira implícita são o rigor, o comprometimento, a excelência e a produção, transmissão e disseminação do conhecimento.

De modo a trazer todos os itens que discutimos até aqui, e que dão forma ao projeto de marca do IEC, montamos mais um quadro esquemático que nos dá condição de olhar de forma condensada para tudo o que acabamos de elencar:

Quadro x - Projeto de Marca

²⁴ Saúde Única, também conhecida como One Health é um conceito interdisciplinar para observar e solucionar os problemas de saúde que envolvem considerar a questão humana, animal e ambiental de maneira integrada. Para mais sobre o assunto pode se consultar Mwangi (2016).

PROJETO DE MARCA **Instituto Evandro Chagas**

1. Enunciação fundamental

Uma instituição de estudos e elucidação dos problemas de saúde

2. Promessa

Estudos e elucidação dos problemas de saúde para orientar sua profilaxia (prevenção) e forma de assistência (vigilância)

3. Especificação da Promessa

Estudos e solução dos problemas médicos do Brasil, em especial dos problemas das áreas rurais, com ênfase no Norte do País (Amazônia), e a formação de recursos humanos na área da saúde.

4. Inscrição em um território

A saúde pública de áreas remotas e de difícil acesso (pesquisa de campo), a medicina tropical, as doenças negligenciadas e o meio ambiente

5. Valores

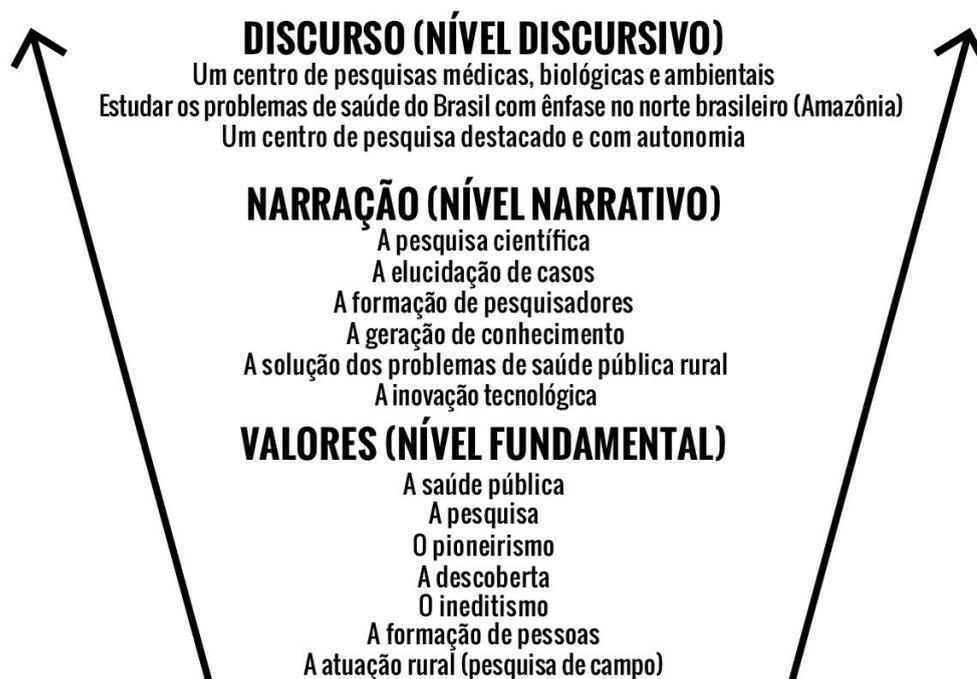
O pioneirismo, o ineditismo, o desbravamento, a transmissão e disseminação do conhecimento, o rigor, o comprometimento e a excelência.

Fonte: Elaboração própria.

Outra forma de apresentar o dispositivo de enunciação do IEC (nos termos de Verón) ou a instância enunciativa (nos termos de Semprini) é esse outro esquema apresentado abaixo que distingue bem claramente as camadas propostas pelo método semionarrativo que apresentamos quando o destacamos como a abordagem às manifestações de marca feita por Semprini. Nesta apresentação reunimos o que está expresso nos três documentos que analisamos, mais a Missão, Visão, Finalidades e Área de Atuação, que atualizam o projeto de sentido:

Esquema x - Marca IEC organização semionarrativa do significado

MARCA IEC



Fonte: Elaboração própria.

Realizada a definição do projeto de marca, partimos então para a próxima etapa que é verificar como esse projeto de marca está estabelecido nas manifestações do IEC. Também cumpre observar de que forma nessas manifestações a Amazônia se revela enquanto território produtor de ciência.

3.1.3 Manifestação de marca M1 - Nome e símbolo gráfico

Como discutimos anteriormente, a maior parte das pessoas atribui o significado de marca apenas ao símbolo gráfico que representa a tessitura discursiva, sem às vezes se dar conta que a marca, em seu formato contemporâneo, abrange e movimenta uma rede de sentidos muito maior e mais intrincada, da forma que vem sendo exposta ao longo de nosso trabalho.

Esse elemento, o símbolo gráfico, de qualquer forma, não pode ser negligenciado quanto à sua importância na arquitetura simbólica engendrada pela marca, sendo que guarda com certeza investimentos de sentido primordiais dentro de seu discurso. Da mesma maneira,

o nome da marca, é outro elemento que tem grande importância sobre o seu constructo simbólico.

Sob esse ponto, conjecturamos que, talvez, o grande motivo para fazer manter o IEC coeso em um projeto de marca, como aquilo de autêntico que configura o saber-fazer da instituição, tenha sido o fato de ter adotado o nome de seu criador lá nos seus momentos iniciais. Isso, em nosso entendimento, lhe conferiu uma distinção simbólica, que não foi dissipada, mesmo ao longo do tempo, no trânsito burocrático nas diversas instâncias governamentais pelas quais passou, conforme já abordamos a respeito de sua história. Essa mesma condição talvez não fosse factível caso o Instituto tivesse mantido por exemplo seu nome inicial "Instituto de Patologia Experimental do Norte- IPEN".

A vinculação ao nome de Evandro fez com que as gerações seguintes da instituição buscassem permanentemente inspiração na condução dos trabalhos no legado deixado pelo seu patrono, conforme citação de Leônidas Deane (1986, p.53) aqui já referenciada, falando a respeito da importância da criação e da direção dada por Evandro Chagas no início dos trabalhos do IPEN.

Para justificar essa nossa proposição quanto à importância do nome de Evandro Chagas nesse aspecto da marca, trazemos aqui argumentações de Maingueneau (2004), no que diz respeito aos nomes de marca. Este autor evidencia que os nomes dados aos empreendimentos (produtos, empresas, instituições, serviços) são criados de diversas maneiras, seja pelo léxico das línguas, siglas e até pelo nome de fundadores. No entanto, segundo ele, o importante para se observar os nomes das marcas é o efeito de sentido que elas evocam.

Quando se tratam de nomes humanos, ele evidencia 3 possibilidades: (1) marcas que utilizam apenas o nome de família, como por exemplo "Ford" e "Citröen", que segundo ele, sem o prenome desindividualizam os nomes dando uma abertura maior para o entendimento de uma coletividade, de um trabalho elaborado por muitas pessoas; (2) marca com apenas um nome comum. Para este tipo temos o exemplo no Brasil das marcas "Marisa" e "Melissa" e que, segundo ele, trazem a conotação de proximidade, como alguém comum que nos é familiar, ou seja, marcas que tenham de alguma forma um apelo popular; (3) por fim, "as marcas cujos produtos mantêm um elo freqüentemente imaginário com a criação individual (costura, alimentação etc.) tendem a privilegiar a individualidade criadora." (MAINGUENEAU, 2004, p.218).

É o caso em que se enquadra o Instituto Evandro Chagas, que no uso do prenome e do patronímico traz uma ligação direta com uma "dimensão individual biográfica". Nesse sentido, também vê-se, por exemplo, como a pesquisa científica é personificada em grandes nomes, grandes gênios da ciência, como uma atividade criativa.

No Brasil temos, além do IEC, diversas instituições que são designadas pela alcunha de seus fundadores e/ou nomes de expressão intelectual que são ligados à história daquelas instituições. Exemplos são a Fundação Oswaldo Cruz, o Instituto Adolfo Lutz, o Museu Emílio Goeldi, Instituto Nacional de Infectologia Evandro Chagas (INI) e muitos outros que são vinculados a essa dimensão biográfica de denominação.

Quanto a este último, o IEC guarda também, em determinados momentos, uma certa confusão quanto ao reconhecimento de ambas as instituições. Isso ocorre por conta de o homenageado quanto ao nome das instituições ser homônimo. Desta maneira, diversas vezes, o IEC foi noticiado como INI por engano, pela semelhança dos nomes. O INI entretanto já teve anteriormente outros nomes, sendo conhecido primeiramente como Hospital de Manguinhos, depois Hospital Oswaldo Cruz, até que depois da morte de Evandro ser denominado Hospital Evandro Chagas, em reconhecimento à atuação de Evandro no início das atividades do hospital.

A título de conhecimento, o IPEN recebeu primeiramente o nome de Instituto Evandro Chagas, em 1940, tão logo após a morte de Evandro. Quanto ao INI essa homenagem só foi prestada dois anos depois, em 1942 (GUIMARÃES, 2019, p.1224). Não entendemos com isso que o IEC tenha mais direito ao nome do que o INI, afinal, como está descrito, Evandro Chagas teve relevante importância em cada uma das instituições e, a contribuição dada por ele ao INI foi inclusive anterior à criação do IPEN.

Contudo, essa semelhança teve algumas consequências para a divulgação institucional do Evandro Chagas do Pará. Segundo uma entrevista realizada com um dos integrantes que participaram da criação da Assessoria de Comunicação do IEC, o sr. Paulo Cruz, quando iniciou-se um trabalho mais articulado para a divulgação institucional do IEC, no início da década de 90, a maior dificuldade segundo este entrevistado, em especial nos eventos científicos, era distinguir o Instituto Evandro Chagas do Instituto Nacional de Infectologia Evandro Chagas, como ele expressa abaixo:

PAULO CRUZ: [...] E nós fizemos uma bateria de documentos para começar a mostrar o Evandro Chagas para que as pessoas conhecessem melhor. O que acontecia? Nós íamos em eventos a convite do Ministério da Saúde por todo o

Brasil, e nós levávamos esses documentos, todos produzidos aqui. Porque quando falava em Evandro Chagas, todo mundo fazia assim "ah lá o Hospital do Rio de Janeiro, não é?"(risos). Então, todo mundo, Fábio, entendia que o Evandro Chagas ficava no Rio de Janeiro. E aquilo para mim me aborrecia demais, porque a gente fazia um trabalho muito é... árduo. E pra gente conseguir mudar isso foi muito difícil. Eu acredito que até hoje as pessoas ainda confundem, não é?

E é verdade, segundo nossa experiência, ainda confundem, mas acreditamos, já em uma intensidade bem menor. A questão é que, embora tenha adotado primeiro o nome Evandro Chagas, o IEC frente ao INI é ainda bem menos conhecido, e muito menos na década de 90, conforme o relato de Paulo, mesmo já contabilizando diversas descobertas científicas de vulto. O fato de o INI compor a estrutura da FIOCRUZ e estar localizado no Rio de Janeiro com certeza contribuiu para que este tivesse uma projeção e visibilidade maior em âmbito nacional, sem querer julgar aqui os méritos científicos de cada um, pois inclusive apesar de ambos atuarem com doenças infecciosas, eles têm finalidades diferentes. O INI trabalha com pesquisa clínica e o IEC está focado mais em pesquisa básica e aplicada.

Voltando-nos agora para o símbolo gráfico, é interessante primeiramente observar que muito embora o nome de várias dessas instituições, como relatamos há pouco, seja o nome de grandes pesquisadores, grandes cientistas, várias delas utilizam ou utilizaram como símbolo gráfico o desenho de fachada de seus prédios de origem.

Porque será que esses logos se concentravam tanto nesses itens? Por que será que essas instituições científicas estão tão ligadas com suas moradas? Porque, já que as instituições tinham o nome dos pesquisadores, não se utilizavam desenhos ou símbolos que remetessem a esses cientistas? Podemos conjecturar algumas respostas, mas que provavelmente demandam um exercício maior para conclusões mais profundas. De qualquer forma vamos esboçar aqui algumas reflexões a esse respeito.



Figura x - Logomarcas instituições de pesquisa.

Na figura x trouxemos para evidenciar esse fato quatro logos de instituições de pesquisa que têm o nome de pesquisadores. Da mesma forma, nessas quatro logos o símbolo gráfico que as representa é o desenho de fachada de seus prédios de origem. Uma conjectura que fazemos é que a noção de progresso, e nela circunscrita a ciência como ideia de avanços na sociedade, está fortemente vinculada com o ambiente urbano. Conforme concepção trazida por Araújo (2003), de que selva e cidade são a antítese radical uma da outra, os prédios com linhas arquitetônicas rebuscadas, em uma concepção estilística no período de sua criação, transmitem um discurso visual de vanguarda, de progresso, e, enquanto lugar, enfatizam a morada de um coletivo científico, dissipando de certa maneira uma representação exclusiva ao cientista que dá nome à instituição.

Costa e Andrade (2020, p.546), em artigo referente à arquitetura do Castelo Mourisco, edifício símbolo da Fundação Oswaldo Cruz, reforçam nossa hipótese quando colocam em ênfase outras questões históricas quanto ao urbanismo de fins do séc. XIX e sua preocupação com as questões sanitárias:

Na Europa, no final do século XIX e início do XX, consolidava-se a política de higiene pública entendida como a técnica de controle para garantir a salubridade do espaço urbano, isto é, a base material e social capaz de assegurar a melhor saúde aos indivíduos. Os médicos, fundamentados em teorias que localizavam a doença no meio ambiente, elaboraram um discurso que se propunha a medicalizar o espaço e a sociedade, influenciando, dessa maneira, as práticas sociais e as políticas urbanas. De fato, os médicos, juntamente com engenheiros e arquitetos, exerceram um papel

crucial no planejamento urbano e no campo de saberes sobre a cidade. As intervenções urbanas passaram a seguir critérios de organização, salubridade, funcionalidade, mas também critérios de embelezamento urbano.

Neste sentido, observamos como edifícios com arquitetura requintada para os padrões do momento e a própria organização urbana, representavam além de um discurso civilizador, associações com as bandeiras higienistas e os avanços técnico-científicos. Pereira (2010) atribui às grandes Exposições Universais a influência quanto a construção de um olhar hierarquizado para as culturas, arquitetura e hábitos das diversas nações que expunham as qualidades de seus países nesses eventos:

Dentre os diversos modos de olhar, comparar e julgar, as Exposições Universais, talvez tenham sido dos mais eficientes. Estas grandes feiras representaram um dos mais importantes espaços educativos da cultura do século XIX, ensinando as novas massas urbanas a observar cidades, povos, culturas e também a hierarquizá-los a partir de uma visão única e evolucionista de desenvolvimento e história. (PEREIRA, 2010, p.8)

A autora enfatiza ainda que essa observação e qualificação das cidades como reflexo do grau de civilidade e progresso atinha-se a linguagem estilística empregada, ao desenvolvimento tecnológico utilizado, sendo que uns eram classificados como "civilizados" ou "bárbaros", "adiantados" ou "atrasados", "desenvolvidos" ou "em desenvolvimento". Assim percebe-se como a linguagem arquitetônica estava associada com diversas questões simbólicas nessas sociedades de fins do século XIX e início do século XX.

Essas classificações tinham assim, segundo Pereira, um forte acento eurocêntrico, quanto às produções que eram consideradas mais avançadas e dignas de serem replicadas. Pereira, entretanto, atribui que esse movimento de hierarquizar as culturas é de alguma forma iniciado pelas Exposições Universais. Mas, conforme já abordamos anteriormente, Quijano (xxxx) e outros autores de linha decolonial observam a emergência dessas questões em períodos históricos bem anteriores, já a partir do expansionismo marítimo no século XV, e a associação do ambiente da cidade como o espaço da civilização e do progresso e da selva como o lugar da irracionalidade é aventado segundo Araújo (2003, p.151) desde a Grécia antiga.

As evidências que enumeramos reforçam nossa hipótese do porque determinadas instituições de ciência adotaram o desenho de seus edifícios para serem utilizadas como marca, sobre como a ideia do progresso está vinculado com a cidade enquanto locus da civilização e também da ciência. No caso da marca do Instituto Evandro Chagas, temos

relatos de pessoas que ocupavam cargos diretivos na época de que a utilização da fachada do casarão como o logo buscou inspiração no símbolo gráfico da Fiocruz, já que este também fazia, e faz, menção ao desenho do seu prédio fundador.

Muito embora a Fiocruz e seu castelo em estilo neomourisco (ANDRADE, 2020, p. xx) façam uso de linhas arquitetônicas mais ousadas e fora do comum para a época. Alguns autores chegam mesmo a questionar (Fonseca Filho, 2000, p.103 apud ANDRADE, 2020) aquela estética ser "tão unusual para uma casa de ciência", do que se depreende que, existia uma determinada concepção sobre qual aspecto deveria ter uma instituição de ciência. A despeito desse aspecto particular da Fiocruz, o que nos reportamos é a inclinação do IEC de se alinhar a essa corrente de logos que foram desenhadas tendo como referência os edifícios.

Em acréscimo a isso, sabemos como já foi apresentado anteriormente, a importância do casarão e a valoração simbólica atribuída à edificação durante os anos de atividades do Instituto, como as clássicas fotografias realizadas em sua escadaria de entrada. Neste sentido, a utilização desse prédio enquanto símbolo gráfico, também remete à tradição, e a experiência de longos anos acumulada pelo IEC, remete também a um período "áureo" da cidade de Belém, quando esta foi denominada, devido sua pujança econômica e efervescência cultural, como "Paris'nAmérica" (CITAR). No entanto é importante lembrar que o logo com o Casarão foi criado já no início dos anos 1990, portanto, em outro cenário de algumas das instituições que exemplificamos acima, de qualquer forma, mantendo aparentemente a mesma lógica conceitual.

Figura x - Logos antiga e atual do Instituto Evandro Chagas.

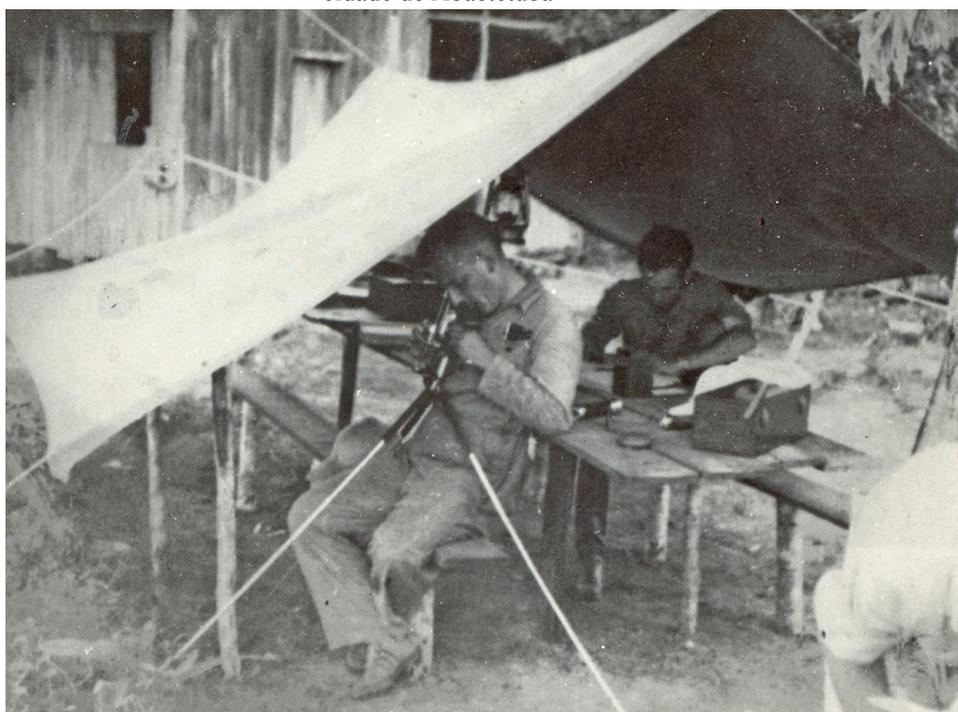


Fonte: Comunicação Social / IEC.

Porque dizemos isso? Observando a história do IEC, e seu projeto de marca que delineamos no tópico anterior, vemos que um dos grandes potenciais e diferenciais do IEC quanto a autenticidade do seu saber-fazer (*know-how*) está na realização das pesquisas de

campo. Ou seja, adentrar em locais de difícil acesso, como são caracterizadas algumas localizações na Região Norte do Brasil, por suas características geográficas e estruturais, nesse desafio de desbravamento para atendimento às necessidades de saúde das populações alojadas nessas localidades. Dessa maneira, entendemos que imagens como a que está adiante, de Evandro Chagas embaixo de uma tenda, representassem melhor a tradição de pesquisa empreendida no Instituto Evandro Chagas.

Figura x. Evandro Chagas analisando lâminas debaixo de uma tenda em Sirituba, localidade próxima à cidade de Abaetetuba



Fonte: xxxxxx

Isso não quer dizer que o trabalho realizado pelo Instituto em laboratório não tenha a mesma relevância, tanto prova o reconhecimento dessas atividades de diagnóstico na instituição, mas a *expertise* da atividade de campo parece se mostrar como o diferencial da atuação do IEC em sua área, não só nos planos iniciais de Evandro, mas no decorrer mesmo de sua história.

Analisando agora estritamente a representação visual do símbolo e logotipo em si, é necessário primeiramente contextualizar que em 2016, foi realizado o *redesign* ou atualização da marca, período em que o IEC estava inteirando os seus 80 anos. Esse redesign, como já mencionado na introdução, foi proposto e empreendido por nós.

Em termos conceituais não houve mudança expressiva: o símbolo gráfico continuou sendo uma representação estilizada do casarão de origem do IEC, porque, embora não tenham sido feitas pesquisas formais para a efetivação dessa mudança, percebemos que a comunidade interna do IEC já detinha uma vinculação afetiva muito forte com esse desenho, sendo que algumas pessoas chegaram mesmo a reclamar, e perguntar se existia mesma a necessidade dessa mudança.

As justificativas apresentadas e acatadas para que isso pudesse acontecer foram essencialmente de ordem técnica e estratégica. O logo anterior era uma ilustração do casarão, com muitos detalhes que, quando utilizada em tamanhos reduzidos, se perdiam. O novo desenho foi concebido em uma roupagem bem mais icônica do Casarão, suprimindo os detalhes ao mínimo necessário para que o logo fosse reconhecido como representação do Casarão real e, resolvendo a questão de reprodutibilidade, conforme está descrito em informações do Manual de Marca do IEC (MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL IEC, 2017).

O desenho dessa maneira continuou mantendo a sua característica como sendo uma marca pictórica conforme a denominação proposta por Wheeler (2012, p.61), que é "Uma imagem literal facilíma de reconhecer, simplificada e estilizada."

Outro ponto importante foi a adição de cores no sistema de identificação visual. A marca anterior era toda na cor preta, ou seja, de certa forma neutra para os significados cromáticos, já que essa cor em si não era utilizada dentro de uma proposta de sentido, mas apenas de legibilidade. A marca redesenhada incorporou as cores azul escuro e verde. Azul no desenho do casarão e verde para a tipografia que compõe o nome Evandro Chagas. Ambas as cores são utilizadas em materiais relacionados à saúde, conforme está mencionado no Manual de Identidade Visual do IEC, sendo o azul uma cor que transmite serenidade e também seriedade, e o verde como uma cor que tem um efeito calmante.

Simbolicamente há que se considerar que a cor verde aí também busca de alguma forma relacionar o IEC com seu local de atuação, a Amazônia. E isso foi realizado por nós em acordo a uma convencionalidade já instituída na linguagem de design, sem que tivéssemos uma compreensão mais crítica a respeito disso. Este fato reitera fortemente o que Amaral (2016, p.195) expõe sobre o uso da cor verde como um investimento de sentido recorrente na linguagem publicitária quando quer de alguma forma se atrelar a rede de significados atribuídos à grande floresta, em especial, à sua riqueza biodiversa, ao exotismo de uma flora e

faunas únicas no planeta, e a relação com os conceitos de sustentabilidade e responsabilidade social, grandes mantras das ações corporativas no mundo contemporâneo.

Com a grande publicização que atingiu a Amazônia entre a criação da primeira marca do IEC, ainda nos anos 90, até a atualização realizada em 2016, os valores que ponderamos naquele momento, levavam em conta esse propósito da utilização da cor verde por esta estar diretamente implicada com esse valor simbólico atribuído à Amazônia, e o qual, por sua relevância e destaque, entendemos por uma visão estratégica, no âmbito da lógica de marca, que o IEC também deveria fazer uso, partilhar.

Em resumo, vemos que o logotipo e símbolo gráfico do IEC, enquanto manifestação de marca, em um primeiro momento não faziam alusão à Amazônia "floresta" como local de atuação da instituição, já que nenhum elemento de cor local relativo a esse aspecto - além do próprio Casarão - estava elencado em destaque em sua constituição.

Já em seu redesenho, essa alusão foi construída por meio do uso da cor verde na tipografia da marca e em seus sistema de cores. Da mesma forma, como mencionamos, nela não temos expressão do grande diferencial do IEC que seria o trabalho de campo. Mas de toda forma, o Casarão é realmente, ao longo do tempo, um elemento que foi sempre utilizado como representação do IEC, mesmo antes da existência de sua logo e, continua sendo, como veremos nos outros materiais de divulgação institucional do IEC, que compõe as outras manifestações de marca que são objeto de nossa análise.

3.1.3 Manifestação de marca M2 - Documentos de divulgação institucional

Neste item iremos prosseguir com a análise de quatro documentos que escolhemos como manifestações da Marca IEC, que são livretos impressos produzidos para serem materiais de divulgação institucional (FIGURA X). Conforme discutimos no referencial teórico a enunciação coloca em relação um enunciador, um enunciatário e um contexto para que seja produzido o sentido. Dessa maneira, o que temos maior interesse em analisar por intermédio desses documentos é a atribuição que o IEC dá a si mesmo enquanto instituição de pesquisa atuante no cenário amazônico. Relembramos aqui o que Verón aponta para realização dessas análises semiológicas:

Para nós, a análise dos discursos consiste na identificação, na superfície discursiva, dos traços que remetem às condições de produção dos discursos. Esses traços são o suporte de operações que devem ser reconstituídas, operações que tomam a forma de regras de criação desses discursos. (VERÓN, 2004, p.250)

Nesse sentido, as regras de criação dos discursos do IEC fazem com que este atribua à Amazônia, seu principal lócus de atuação, determinadas designações, pois o espaço e o tempo são elementos indelévels para que um discurso possa ser situado e, dessa maneira, realizar seus investimentos de sentidos.

FIGURA x – Capas dos materiais de divulgação institucional do IEC analisadas na pesquisa..



FONTE: Biblioteca do Instituto Evandro Chagas e Comunicação Social/IEC.

Ao mesmo tempo, as manifestações nesses materiais configura a forma como podemos observar o exercício do seu projeto de sentido, conforme o modelo Projeto/Manifestações de Semprini (2010, p.143) propõe. Nesse exercício, reunindo um determinado número de manifestações, obtemos a identidade manifesta da instituição, de acordo com o que expomos em nosso esquema metodológico.

Do ponto de vista da análise do discurso, nosso movimento operativo está centrado em alguns aspectos. O primeiro deles é identificar como o IEC implica seus enunciatários em seu discurso, que na proposta elencada por Verón, podem ser de três tipos: o de enunciador objetivo, o pedagógico, e o cúmplice.

Conforme abordamos anteriormente, o enunciador objetivo é aquele que não se apresenta no discurso, produzindo assim um efeito de "discurso de verdade". O enunciador pedagógico é aquele que vai conduzindo o leitor explicando o passo a passo do texto, se

posiciona como detentor do conhecimento, assim como o enunciador objetivo. Por fim, o enunciador cúmplice estabelece uma relação de proximidade com os enunciatários.

Outros pontos que iremos observar é a construção ideológica do discurso de marca do IEC. Sob esse aspecto nossos elementos operativos serão:

A) análise dos traços discursivos (verbais e não verbais) que evidenciam a construção da Marca IEC, especialmente qual atribuição e valor são conferidos para seu trabalho científico e como isso está alinhado com o seu projeto de sentido

B) Análise dos traços discursivos (verbais e não verbais) que são atribuídos à Amazônia no discurso de marca do IEC.

Esses elementos operativos serão alicerçados e têm como lente a contextualização sócio-histórica e referencial teórico que empreendemos nos tópicos referentes à Amazônia, e a Ciência, ambos transpassados por um olhar decolonial.

Definidos esses aspectos partimos então para as análises propriamente ditas. O primeiro passo é caracterizar esses materiais de divulgação institucional para que se tenha uma ideia de como eles são e de que maneira são empregados. Sob esse ponto metodológico, Verón (2004, p.95) esclarece que "um conhecimento detalhado dos mecanismos técnicos da fabricação é um elemento indispensável para bem compreender o que será encontrado na superfície do texto."

Ou seja, para melhor compreendermos os discursos é importante saber onde eles foram materializados e qual a lógica do suporte midiático utilizado, quais seus usos e características. Em nosso caso, três desses materiais são livretos impressos em formato aproximado de uma folha de A4, com lombada quadrada entre 20 a 60 páginas conforme estão reunidos na figura x. Como elemento de divulgação institucional o objetivo deste produto é atingir o público mais abrangente possível que tenha interesse sobre a instituição, muito embora ele seja distribuído na maior parte das vezes a pessoas que visitam o IEC (estudantes, autoridades, cientistas de outros órgãos e parceiros), ou durante a participação em eventos onde estes são distribuídos em estandes.

A organização editorial desses materiais obedece uma lógica semelhante, onde temos a capa, seguida de uma apresentação e no conteúdo são desenvolvidos em pormenores a história do IEC, suas atividades e estrutura em um contexto geral. Do ponto de vista conceitual, enquanto gênero de discurso (MAINGANEAU, 2004, p.59) esses livretos,

podemos dizer, encontram-se na intercessão entre um relatório de atividades e um informe publicitário, já que a linguagem utilizada de certa forma entrelaça esses dois tipos de abordagem.

O quarto material a ser analisado (o terceiro em ordem cronológica) se distingue por ser uma revista científica produzida pela editora do IEC, a revista Pan-Amazônica de Saúde²⁵, que na ocasião dos 80 anos do IEC realizou a publicação de uma edição comemorativa, não deixando nesse sentido, de ser um material promocional do IEC. Isso fica evidenciado tendo em vista que, embora existam artigos publicados com outros assuntos, a grande maioria gira em torno de temáticas que descrevem e valorizam a história e o trabalho realizado pelo Instituto Evandro Chagas ao longo dos seus 80 anos, comemorados naquele momento.

Um esclarecimento importante é que o IEC enquanto órgão governamental não produz material publicitário como anúncios para autopromoção. Suas atividades ganham repercussão seguindo um rito de publicidade governamental, onde no contexto atual são publicizados os atos da instituição pelo seu site e outros canais de divulgação governamentais (especialmente o site e demais canais do Ministério da Saúde do qual o IEC faz parte). Também são utilizados em sua divulgação materiais de caráter institucional, como são os livretos, folders, vídeos, além das redes sociais, e, fora de sua produção própria, os materiais jornalísticos que são gerados pela interlocução do órgão com os veículos de mídia.

Neste sentido, os materiais de divulgação institucional são uma das formas que o IEC dispõe para dar transparência às suas ações, sendo um dever das entidades governamentais (BRASIL, 1988. Art. 37.). Ao mesmo tempo, é também a forma que o órgão possui para promover suas qualidades, seus potenciais e diferenciais, que nesse âmbito de abordagem, se convertem em um discurso de marca, a Marca IEC. Isso expressa a força da forma-marca, e seu poder de ação dentro dos meandros da discursividade social, conforme conceituado por Semprini (2010, p. 264).

²⁵ Conforme descrito em seu site (<http://revista.iec.gov.br/>) a Revista Pan-Amazônica de Saúde (RPAS) é publicada, desde 2010, sob a responsabilidade do Instituto Evandro Chagas, órgão vinculado à Secretaria de Vigilância em Saúde e Ambiente do Ministério da Saúde. É uma publicação continuada de volume único anual e tem por finalidade contribuir para a disseminação do conhecimento técnico-científico, produzido nacional e internacionalmente, nas áreas de biomedicina, meio ambiente, saúde pública e antropologia médica, abrangendo a educação, a pesquisa e a atenção à saúde..

Prosseguindo, vamos analisar as capas e o discurso dos diretores do IEC, que nesses materiais abrem o restante do documento com uma apresentação de forma geral da instituição. Apenas o quarto documento, que é o documento mais recente, não é expressamente feito por quem ocupa o lugar de diretor, é um texto não assinado, mas que foi produzido com a anuência e revisão da direção da instituição.

Na verdade, o terceiro material (em ordem cronológica), a Revista Pan-Amazônica, tem um diferencial nesse quesito também, pois reúne a assinatura no texto de mais 3 pessoas além do diretor à época. Entretanto, cumpre assinalar que todos esses textos são construídos para se pronunciarem em nome da instituição, e conforma o discurso da Marca IEC.

Os diretores e demais pessoas elencadas na assinatura desses textos na verdade se constituem como mediações humanas da marca (SEMPRINI, 2010, p. 191) pois além de contarem com os profissionais de comunicação na retaguarda dessa produção, constroem suas narrativas em consonância com um projeto de sentido que já vem se construindo ao longo do tempo sobre a instituição, como demonstramos anteriormente, e que não é fruto de uma construção feita por eles.

Mesmo que esse projeto de sentido ainda não tivesse um registro materializado, como o que delineamos aqui nesta pesquisa, está esboçado nas brumas de sentido e nebulosas simbólicas que conferem uma identidade ao IEC. Em resumo, as pessoas que assinam esses textos apenas se constituem como interface humana entre a marca e seus públicos, já que seus discursos são expressos enquanto a voz da própria instituição. O enunciador IEC é que lança as condições de produção e regras coercitivas na construção desses discursos, como abordamos anteriormente debruçados sobre a teoria da enunciação.

Assim como Verón (2004,p.220) propõe em relação ao contrato de leitura de suportes midiáticos, entendemos portanto que as modalidades de enunciação na capa e no texto de apresentação desses materiais desempenham grande importância na imagem que o IEC constrói de si enquanto enunciador, e que, a depender de como se realiza, pode ser de certa forma coerente ou incoerente com seu projeto de sentido. A capa e o texto de apresentação devem servir, em hipótese, como elementos síntese do projeto de marca, na acepção de Semprini, ou do contrato de leitura, na proposição de Verón.

Vamos proceder com a análise desses materiais em acordo com sua cronologia, e aos poucos ir percebendo como o IEC expressa a sua identidade nessas manifestações, e como a Amazônia vai se apresentando nesses materiais.

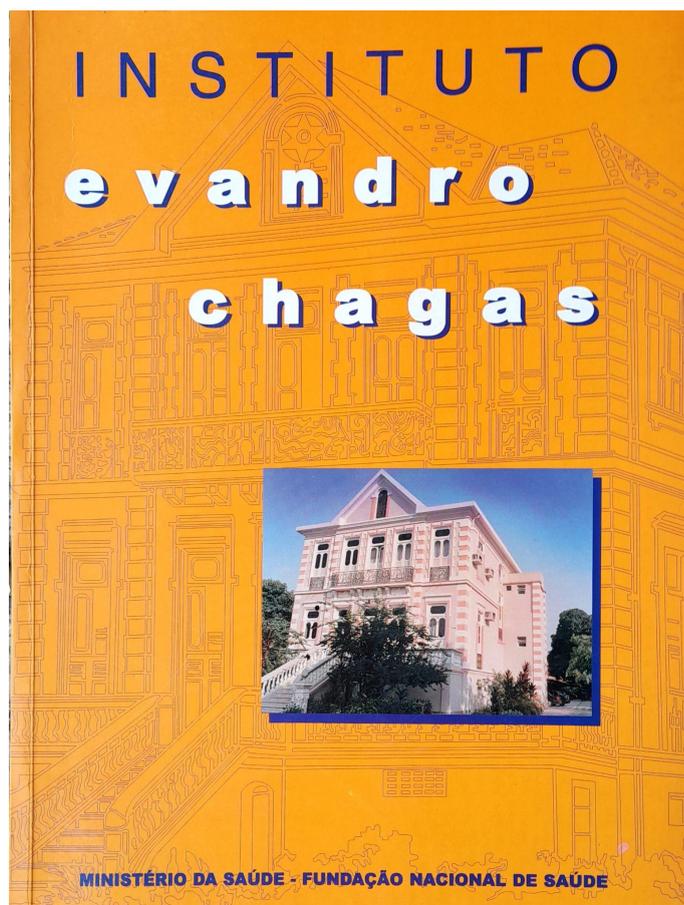
3.1.3.1 INSTITUTO evandro chagas

Dessa forma, o primeiro desses documentos a ser analisado (Figura X) é do início da década de 90 quando o IEC já estava se encaminhando para os seus 60 anos de atuação. A motivação para iniciar o percurso de análise por esse documento deve-se ao fato de que é nesse período, com a criação da Fundação Nacional de Saúde - FUNASA (COLOCAR ALGUMA CITAÇÃO), que o IEC foi destacado como unidade gestora independente dentro do Ministério da Saúde, sendo o primeiro material produzido sob essa condição.

Comparado a documentos anteriores (IEC, 1986), o discurso empregado pela instituição toma uma maior característica de discurso de marca, onde são enaltecidas de maneira mais veemente suas qualidades e, também, é o momento em que a instituição começa a utilizar um signo visual desenhado para representá-la, um logotipo propriamente dito, que foi o que analisamos enquanto primeira manifestação. Antes disso, a instituição apenas inscrevia seu nome nos materiais sem um padrão definido.

É óbvio que a Marca IEC, a construção simbólica sobre a instituição, não passa a existir a partir da criação desse logotipo, conforme evidenciamos no Projeto de Sentido. No entanto, percebemos que a emergência desse elemento tem uma influência catalisadora na percepção e *nos modos de dizer* da instituição sobre si própria que está nos rastros deixados nos discursos.

FIGURA x – Capa de livreto de divulgação institucional IEC.



FONTE: Biblioteca do Instituto Evandro Chagas. Ano de publicação não especificado no material , mas segundo pesquisa a data provável seria entre os anos de 1991 e 1993.

Na capa deste primeiro material temos o nome do Instituto Evandro Chagas destacado no alto da página, sendo que a palavra “Instituto” está inscrito em azul escuro em caixa alta e em uma tipografia diferente do nome “Evandro Chagas” que está em uma letra mais grossa de cor branca com uma sombra azul. Ou seja, busca-se dar o destaque ao nome do pesquisador Evandro Chagas, que foi o fundador do IEC, pela qual a marca expressa o seu investimento de sentido à uma dimensão biográfica individual, conforme expusemos no tópico anterior ancorados em Maingueneau (2004).

Um aspecto estranho com relação ao nome de Evandro Chagas nesta capa é ele estar grafado sem iniciar por letra maiúscula, como pede a norma culta na grafia de nomes próprios. No entanto, não conseguimos distinguir se isso foi um erro de revisão, ou, propositadamente empregado. Se empregado propositalmente, também não conseguimos identificar qual o significado deste emprego.

O fundo é composto de um laranja bastante chamativo e tem de forma grande e entrecortada, uma ilustração do casarão do IEC apenas com os contornos do prédio, como uma marca d'água. Em uma parte mais abaixo do centro da página, de maneira deslocada está uma imagem do casarão onde o IEC iniciou suas atividades, onde o céu parece ter sido colorizado artificialmente com a cor azul.

Não há presença de nenhuma forma humana. É como se a instituição fosse essencialmente o prédio. Logo mais abaixo está inscrito “Ministério da Saúde - Fundação Nacional de Saúde”. O que fica expresso nessa capa é que existe uma ênfase bem forte no casarão como uma imagem bastante representativa do IEC, tendo em vista que, além de o mesmo aparecer como foto, aparece também no fundo em forma de ilustração, ou seja, é praticamente um pleonasma visual.

Como relatamos anteriormente, esse material é um dos primeiros que foram feitos já tendo sido criado um logotipo próprio para o IEC, que é, em parte, a ilustração do casarão que aparece no fundo. No entanto, esse logotipo não está disposto na capa, apenas na contracapa em uma tamanho menor. Nesse momento, o logotipo do IEC era composto apenas da cor preta, ou seja, não havia um sistema de cores para agregar significado à sua identidade visual. Dessa maneira, o uso das cores laranja e azul escuro remete apenas a uma combinação contrastante e enérgica de cores, tendo em vista que essas cores, não são mantidas nos materiais dessa época que chegamos a consultar.

Quanto a isso, é interessante notar como o discurso compreendido na Marca Amazônia (AMARAL, 2016) ainda não aparece em quase nada do discurso da Marca IEC, em seu aspecto plástico. O uso das cores laranja e azul escuro, por exemplo, ignoram o uso da cor verde como uma alusão à grande floresta, matéria significativa que vai se tornar praticamente onipresente nas comunicações das mais diversas entidades, sejam elas públicas ou privadas quando de alguma forma querem se associar à imagem da floresta, e que fica expresso mais adiante no uso de cores que o IEC faz nos materiais posteriores.

A leitura que fazemos dessa capa, apenas com os textos que identificam o IEC no título, e o texto abaixo que indica ser o IEC pertencente ao Ministério da Saúde e à Fundação Nacional de Saúde, não expressa muitas coisas a respeito da atuação da instituição. além de

que ela pertence à esfera da saúde pública, por se tratar de material vinculado ao Ministério da Saúde.

O grande enfoque dado é a sua sede histórica, que nos remete a todos os sentidos que enfatizamos sobre ele no tópico anterior, sobre a associação da ciência com a ambiência cidadina, pela influência que os médicos detiveram na organização das cidades para criação de ambientes salubres. Por outro lado, por ser um prédio com arquitetura antiga, evoca como efeito de sentido uma tradição, algo que já é realizado a bastante tempo, ao passado da instituição, e dispõe sobre esse edifício uma carga simbólica de grande relevância para o IEC tendo em vista o destaque dado a ele. Mas, além disso, não expressa nada mais saliente com relação à Amazônia, nem ao saber-fazer do IEC, a pesquisa em saúde, a pesquisa de campo.

Um dado importante quanto a contextualização histórica é que, até esse momento, o IEC dispunha apenas do campus de Belém e, apesar de haverem já outros prédios com arquitetura mais contemporânea ao redor do casarão para comportar suas atividades, o principal ícone identificador escolhido foi essa construção. Passamos agora a analisar a outra página desse material que é a apresentação (figura x).

FIGURA x – Página de apresentação, livreto de divulgação institucional IEC

Apresentação

A evolução científica e tecnológica que vem ocorrendo naturalmente e de forma mais acelerada nas últimas décadas, relaciona-se de forma direta às importantes descobertas verificadas nas áreas de Biomedicina, particularmente na de Imunologia.

Nunca o homem, em tão pouco tempo, levou tanto conhecimento à ciência como agora. O que o fez superar todos os empecilhos, inclusive aqueles do conhecimento, nada mais foi do que a luta pela própria sobrevivência da espécie.

As informações daí decorrentes estão sendo utilizadas, em maior ou menor grau, pelos diversos institutos de pesquisa espalhados pelo mundo, de acordo com o potencial disponível de cada um.

No Brasil, dadas as dificuldades conjunturais, via de regra reproduzimos descobertas de outros centros, que são favorecidos por estruturas mais organizadas e avançadas.

Explica-se dessa forma o porquê da luta de nossos cientistas em mostrar, à sociedade e aos governantes, o quanto é imperativa a valorização do pesquisador em nosso país.

Não obstante e embora defrontando-se com as adversidades do sistema, em muito se avançou. O Instituto Evandro Chagas - IEC, órgão de pesquisa da Fundação Nacional de Saúde do Ministério da Saúde, seguiu a ordem natural desse crescimento. Em consequência, foram inúmeras as conquistas que o levaram a consolidar nome e prestígio, em níveis nacional e internacional.

Atualmente revestido desse conceito, o IEC desenvolve atividades nas áreas da Virologia, Parasitologia, Bacteriologia, Patologia e Meio Ambiente, fazendo pesquisas e atuando em saúde pública sem dissocia-las, tornando-se assim um celeiro de informações de expressiva relevância no campo eco-epidemiológico, favorecendo o entendimento das interações que ocorrem na natureza, envolvendo o homem e as várias doenças próprias da nossa região.

As informações contidas neste instrumento de divulgação, apesar de genéricas, relevam o potencial do IEC enquanto referencial de excelência em pesquisa para as principais nosologias da Amazônia, sem excluírem-se pela sua importância, inclusive estratégica, àquelas hoje consideradas emergentes e reemergentes.



Jorge Travassos
Diretor IEC

. FONTE: Biblioteca do Instituto Evandro Chagas. Ano de publicação não especificado no material , mas segundo pesquisa a data provável seria entre os anos de 1991 e 1993.

Na página de apresentação temos o título do texto no topo da página com a palavra “Apresentação” em letras pretas. Abaixo duas colunas de texto e ao lado uma fotografia com a legenda “Jorge Travassos - Diretor do IEC”, tudo isso sobre um fundo de cor cáqui. Tavares (2005, p.132) abordando a respeito da relação texto e imagem no emprego realizado pelo fotojornalismo nos expõe que, veículos de comunicação, assim como o jornal e outras mídias impressas, detém determinados tipos de estratégias comunicativas na maneira como esses elementos interagem na diagramação. Isso confere a elas, dependendo da maneira como estão articuladas, uma sequência narrativa com uma determinada mensagem intencionada.

Para este autor existem três tipos de textos que são relacionados com a fotografia no âmbito das mídias impressas: "as manchetes (títulos e subtítulos), as legendas e o texto das matérias jornalísticas em si". No que diz respeito às legendas, ele discorre diversas

possibilidades que alguns autores apontam, que vão desde a legenda reiterar o que está presente na imagem ou mesmo modificar seu sentido, ou ainda fixar ou esclarecer significados presentes nas imagens tendo em vista o potencial polissêmico que estas detêm.

Com base nessas prerrogativas, e tendo em conta que o emprego neste material não difere muito do realizado no âmbito do fotojornalismo, podemos depreender que, a fotografia do Diretor, observada sobre uma lógica de implicação entre texto e imagem, nos indica que o texto dessa página é assinado pelo mesmo, muito embora, no próprio texto, não exista nenhuma marca enunciativa que conduza à sua pessoa.

Pela ausência das marcas enunciativas identificamos também que o texto emprega a modalidade do enunciador objetivo, o qual Verón denomina como da modalidade de "discurso de verdade". Neste tipo de modalidade o enunciador retira do texto o que os linguistas nomeiam de propriedades enuncivas, ou seja, as palavras e mecanismos da língua que identificam o enunciador dentro do texto. Dessa forma o texto toma uma caráter impessoal, que propõe esse efeito de "discurso de verdade".

No que diz respeito à forma como aparece a imagem do diretor, a retórica da pose segundo Verón (1983) é a que melhor se aplica para categorizá-la, uma imagem em que o fotografado estabelece sua forma de aparecer, sendo que nesta imagem o personagem não esboça nenhum sentimento, o que invoca um certo ar de neutralidade e também austeridade.

A impessoalidade empregada no texto termina também por reforçar a essa manifestação um caráter de um discurso da marca IEC, tendo em vista que, apesar de o texto estar atribuído à pessoa do diretor, este não fala por si, mas fala em nome da instituição. E aqui cabe destacar dentro do dispositivo de enunciação o emissor "real" do enunciador (VERÓN, 2004, p. 218), considerando que o Enunciador é uma entidade discursiva, ou seja, circunscrita a esse universo. Assim, um mesmo emissor pode constituir em discursos diferentes enunciadores distintos. Esse aspecto nos discursos efetuados pelas marcas é bastante comum, já que a marca agrega em seus diferentes pontos de contato diversas formas de mediação (SEMPRINI, 2010, p.183).

Semprini destaca nesse âmbito, conforme abordamos anteriormente, três formas de mediação da marca: as mediações espaciais, as mediações humanas e as mediações virtuais. As mediações espaciais são as interfaces físicas onde a marca estabelece um contato com seu público. Para uma marca comercial seriam por exemplo as lojas, quiosque de vendas,

stands. No caso do IEC o Casarão que concentra sua sede histórica é uma mediação espacial, expressa a todos que puderem visitá-lo presencialmente e visualmente um discurso dessa marca, uma manifestação do seu projeto de sentido, e pelo uso enfático dele na capa do livreto, temos a importância que essa mediação ocupa para o IEC, como disse o dr. Manoel Soares “a Casa de Evandro”.

Já as mediações humanas são expressas quando pessoas ocupam esse lugar de interface entre a marca e seus públicos. No caso específico do texto que estamos tratando, o diretor do IEC se converte em mediação humana da marca, assim como seria se outro integrante da instituição fosse designado para realizar essa apresentação. Apenas para complementar, as mediações virtuais conforme já abordamos, são as interfaces virtualizadas da marca, como seu site, redes sociais etc.

Voltando novamente ao texto, nos dois primeiros parágrafos são enaltecidos a aceleração que vem sendo galgada nas últimas décadas²⁶ pelos avanços conquistados pela ciência e o acúmulo de conhecimento. Na sequência desta introdução temos os seguintes parágrafos:

As informações daí decorrentes estão sendo utilizadas, em maior ou menor grau, pelos diversos institutos de pesquisa espalhados pelo mundo, de acordo com o potencial disponível de cada um. **No Brasil, dadas as dificuldades conjunturais, via de regra reproduzimos descobertas de outros centros, que são favorecidos por estruturas mais organizadas e avançadas.** Explica-se dessa forma o porquê da luta de nossos cientistas em mostrar, à sociedade e aos governantes, o quanto é imperativa a valorização do pesquisador em nosso país. (INSTITUTO EVANDRO CHAGAS, ano não identificado)

Neste pequeno trecho o texto localiza a condição do Brasil na produção de ciência, que devido ao que ele denomina “dificuldades conjunturais” coloca o país em uma condição de atraso frente a centros de pesquisa com estruturas mais “avançadas”. Vê-se aqui o emprego da questão da periferização da produção da ciência e o regime de administração da irrelevância (NEVES, 2020). Entende-se dessa maneira que ele está qualificando em situação de defasagem todos os centros de pesquisa brasileiros, e dessa forma, incluídos aí os de base amazônica. Vejamos outra sequência discursiva com mais elementos para análise:

²⁶ Está se falando aqui das décadas anteriores à década de 90. Por isso podemos ver também que quase nada é reportado com relação à internet neste momento, nem a elementos que se aproximem da gramática da Marca Amazônia.

Não obstante e embora defrontando-se com as adversidades do sistema, em muito se avançou. O Instituto Evandro Chagas - IEC, órgão de pesquisa da Fundação Nacional de Saúde do Ministério da Saúde, seguiu a ordem natural desse crescimento. **Em consequência, foram inúmeras as conquistas que o levaram a consolidar nome e prestígio, em níveis nacional e internacional.**

Aqui o discurso de marca enquadra que, a despeito das condições desfavoráveis para a produção científica, o IEC ainda assim conseguiu crescer e mais do que isso, "consolidou nome e prestígio, em níveis nacional e internacional". Utilizar a palavra "consolidou" enfatiza que o IEC já detinha reconhecimento e que este, na verdade, só se fortaleceu. Continuamos nos parágrafos seguintes:

Atualmente revestido desse conceito, o IEC desenvolve atividades nas áreas da Virologia, Parasitologia, Bacteriologia, Patologia e Meio Ambiente, fazendo pesquisas e atuando em saúde pública sem dissociá-las, **tornando-se assim um celeiro de informações de expressiva relevância no campo ecoepidemiológico, favorecendo o entendimento das interações que ocorrem na natureza, envolvendo o homem e as várias doenças próprias da nossa região.**

No parágrafo acima temos uma efetiva descrição do saber-fazer do IEC com as diversas áreas de sua atuação, no entanto, sem dar destaque para o trabalho de campo, muito embora este fique implícito, quando se fala a respeito do entendimento quanto às doenças existentes na própria região advindas das interações entre homem e natureza. No que diz respeito à qualificação de seu trabalho, o enunciador dá destaque ao IEC como "um celeiro de informações de expressiva relevância no campo ecoepidemiológico". Por fim, o último parágrafo nos diz que:

As informações contidas neste instrumento de divulgação, apesar de genéricas, **relevam o potencial do IEC enquanto referencial de excelência em pesquisa para as principais nosologias da Amazônia**, sem excluírem-se pela sua importância, inclusive estratégica, àquelas hoje consideradas emergentes e reemergentes.

De maneira sucinta o que podemos observar em todo esse discurso é que primeiramente o Brasil não ocupa na produção de ciência um lugar de destaque, isso é dito de modo explícito. Contudo, o IEC apesar de fazer parte do Brasil, consegue ainda com o esforço e talento de seus pesquisadores, ter reconhecimento nacional e internacional. Finaliza dizendo que mesmo o material de divulgação realizando uma abordagem "genérica", ou seja, de pouco detalhamento, ainda assim exprime "o potencial do IEC

enquanto referencial de excelência em pesquisa para as principais nosologias da Amazônia”.

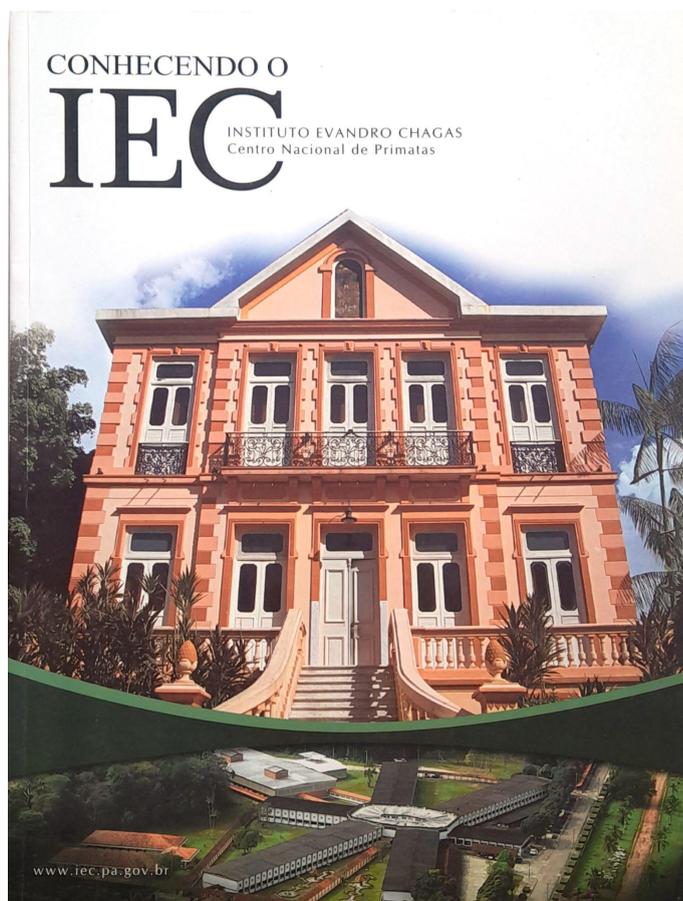
O termo "genérica" nos expõe aí, em certa medida, algum desdém sobre o fato de que, transpor o conteúdo de uma produção científica para uma apresentação mais simplificada a um grande público representa perdas quanto a profundidade dessa abordagem. Essa é uma velha discussão sobre a questão da vulgarização na divulgação científica, que por questões de foco não teremos como aprofundar, mas que não poderíamos deixar de mencionar.

Para finalizar, um ponto primordial a ser observado é que o local onde o IEC atua, a Amazônia, só é mencionado uma vez no final do texto, sem que se faça qualquer comentário mais detalhado sobre a região em si. Ou seja, estar localizado na Amazônia neste momento não parece ser um elemento tão relevante para o investimento de sentido do discurso de marca do IEC.

3.1.3.2 Conhecendo o IEC

Seguimos nossas análises passando agora para o segundo material. Este foi publicado mais de uma década depois, em 2009, e já traz uma outra abordagem da marca IEC, especialmente com relação à Amazônia, como veremos. Iniciamos pela enunciação da Marca IEC contida na capa que está na figura X.

FIGURA x – Capa de livreto de divulgação institucional "Conhecendo o IEC"



Fonte: Biblioteca do Instituto Evandro Chagas. 2009

Neste material temos novamente em conta o valor atribuído ao casarão enquanto elemento evocativo da Marca IEC e os valores que à ele são relacionados conforme já discutimos na manifestação de marca "nome e símbolo gráfico" e no livreto anterior. Nos anos de 2009, conforme vimos quando falamos sobre o deslocamento da maioria das atividades do IEC do campus de Belém para o de Ananindeua, poucas ações ainda eram realizadas no casarão. Mesmo assim, como vemos, ele ganha um destaque bem maior nas duas fotos que compõem a capa. O campus Ananindeua apesar de ter prédios mais modernos e de grandes dimensões, aparece minimizado na composição. Isso evidencia o quanto o passado é importante no projeto de sentido do IEC, e de como o Casarão guarda um sentido de afeto com esse passado ligado a Evandro Chagas e os pioneiros do IEC.

Aqui o título da publicação se assemelha com aqueles que são utilizados nas capas das revistas semanais (VERÓN, 2004, p.107), os quais interpelam o enunciatório mas sem explicitar quem é o enunciador. O título "Conhecendo o IEC" se enquadra na classificação

proposta por Verón como a do enunciador pedagógico, ou seja, este material está para lhe mostrar "quem é o IEC", por este suporte você pode conhecê-lo.

Um ponto interessante é o uso de uma sigla como forma de simplificar o nome da instituição. O acrônimo IEC já era utilizado nas publicações do instituto anteriormente, mas não em títulos, assim, dessa forma destacada. No entanto, neste momento, o que se depreende é que a Marca já se sente mais conhecida a ponto de poder utilizar uma denominação abreviada e de apreensão visual mais sucinta. Isso, no entanto, parece ser um tanto contraditório do ponto de vista estratégico, tendo em conta que o título faz um convite para se conhecer o IEC, ou seja, nos dá a entender justamente o contrário, que as pessoas necessitam utilizar esse instrumento (o livreto de divulgação) para saberem o que é o IEC.

Para Maingueneau (2004, p.216) a utilização de siglas "conota de *per si*; acima de tudo, a eficiência tecnológica". Essa talvez seja a motivação para simplificação do nome, assim como a Fundação Oswaldo Cruz, que depois de um tempo também passou a utilizar a denominação aglutinada "Fiocruz". Em tamanho menor no texto temos o nome completo "Instituto Evandro Chagas" e também o nome do Centro Nacional de Primatas, que nesse momento encontrava-se sob subordinação ao IEC, embora não seja mostrada nenhuma imagem deste na capa. Também no canto esquerdo inferior já aparece o site do IEC.

Embora não tenhamos nas imagens nenhuma menção explícita à Amazônia, na divisão entre as duas imagens é utilizada uma barra curva nos tons verde claro e verde escuro. O uso desses elementos de cor verde aí já parece remeter a alguma associação com a Marca Amazônia. Deduzimos isso pois, o IEC, a essa altura, ainda não dispõe de um sistema de cores em sua identidade, e a alusão à grande floresta se faz evidente também pela forma que a Amazônia é evocada nos textos conforme veremos adiante.

Apresentação

O Instituto Evandro Chagas, hoje com mais de 70 anos de estudos no campo da Saúde Pública e da pesquisa biomédica, nasceu em 1936 em Belém do Pará, na Amazônia, região cuja extensão territorial representa cerca de 60% do território nacional, abrigando hoje, apenas 22 milhões de habitantes, aproximadamente 12% da população brasileira, com uma densidade populacional de 4 hab/km².

Numa região onde a ocupação humana tem sido acompanhada freqüentemente pela diminuição da qualidade de vida das populações residentes, que convivem com baixos níveis de educação, falta de saneamento básico, aumento progressivo das doenças e com a diminuição proporcional do atendimento em saúde. É esse o cenário onde se desenvolveu e se desenvolve a história da Instituição, que desde o seu nascimento se confunde com a História da Saúde Pública na região.

Historicamente exerce função de destaque em âmbito nacional e internacional desenvolvendo estudos e investigações nas áreas de ciências biológicas, meio-ambiente e medicina tropical, publicados em revistas no Brasil e no exterior, além de, no campo da saúde pública, apoiar laboratorialmente a vigilância em saúde.

O IEC atua em seis instâncias diferentes da Saúde Pública e da pesquisa biomédica: fazendo Vigilância em Saúde e Meio Ambiente; atendendo a Problemas de Saúde e Meio Ambiente que emergem nos Estados amazônicos, tais como surtos de doenças em humanos, mortandade de peixes, suspeita de contaminação da água por metais, e ou pesticidas clorados ou fosforados, casos de doença humana não diagnosticada; como apoio das instâncias Estaduais e Municipais em demandas que não são atendidas pelos LACENs; em Projetos de pesquisa na área de Saúde e de Meio Ambiente, custeados por agências financiadoras no Brasil e do exterior; na preparação de recursos humanos e em apoio a Secretaria de Vigilância em Saúde/MS em diferentes circunstâncias.

Do exercício continuado entre a Saúde Pública e a pesquisa biomédica resulta uma situação em que a primeira oferece as diretrizes para o desenvolvimento da segunda, num constante entrosamento entre a Instituição e as necessidades de pesquisas a serviço da vigilância em saúde na região.

As seções científicas, cuja tradição é a pesquisa de campo, trabalham nos laboratórios com técnicas atualizadas que vão do isolamento dos agentes até sua caracterização gênica e análise, incluindo o georeferenciamento e a bioinformática, a serviço da pesquisa, do diagnóstico e da vigilância em saúde.

As significativas conquistas da Instituição ao longo desses anos são páginas escritas pela dedicação de todos os servidores que aqui militaram e militam. Cada um deles escrevendo uma frase, que se faltasse, diminuiria a importância do conjunto.

As dificuldades são muitas, mas o entusiasmo que marcou a criação da Instituição continua renovado a cada geração de servidores. Do IEC pode-se dizer, a cada dia, que somos conduzidos pela razão e movidos pela paixão.



Elisabeth Conceição de Oliveira Santos
Diretora do Instituto Evandro Chagas

Fonte: Biblioteca do Instituto Evandro Chagas. 2009

Na figura X temos a página de apresentação do livreto "Conhecendo o IEC". Nela observamos aspectos diferentes daqueles encontrados no material anterior, a começar pelo layout da página. Aqui iniciamos no topo com a palavra "Apresentação" em destaque na cor verde. Diante das considerações que fizemos sobre o uso da cor verde na capa, essa utilização aqui só pode estar em consonância com a empregada anteriormente, tendo em vista o que o texto vem trazer a respeito da Amazônia, logo em seguida. O fundo é todo

branco e temos um texto em uma única coluna que ao final é assinado pela diretora em exercício na época de sua publicação, a pesquisadora Elisabeth Santos.

Como forma de atribuir a autoria do texto à diretora, além do seu nome, ao final temos a sua assinatura escrita. A grafia da forma como está empregada busca evocar um efeito de sentido de individualização desse texto, já que ele está assinado de próprio punho, ou seja, atribui a essa pessoa que assinou, a sua autoria, estabelece com ela uma relação indicial (SANTAELLA, 200x, p.), pois indica que foi o gesto dela com a caneta que o produziu.

Entretanto, como já mencionamos anteriormente, a diretora nesta apresentação se constitui como uma mediação humana da Marca IEC. Embora se tenha utilizado essa marca de distinção individual que é seu nome e, mais ainda, sua assinatura, o discurso empregado no texto termina por se conformar como uma manifestação do discurso da Marca IEC.

Isso fica mais explícito tendo em vista que o texto faz uso da modalidade do enunciador objetivo, ou seja, não existem marcas enuncivas no seu decorrer como veremos a seguir na análise do texto propriamente dita. Começamos então pelo o que está descrito no primeiro parágrafo:

O Instituto Evandro Chagas, hoje com mais de 70 anos de estudos no campo do Saúde Pública e do pesquisa biomédica, nasceu em 1936 em Belém do Pará, na Amazônia, região cuja extensão territorial representa cerca de 60% do território nacional, abrigando hoje, apenas 22 milhões de habitantes, aproximadamente 12% da população brasileira, com uma densidade populacional de 4 hab/km².
(INSTITUTO EVANDRO CHAGAS, 2009)

Aqui o texto inicia evocando primeiramente o tempo de atuação do IEC "70 anos de estudos no campo da Saúde Pública e da pesquisa biomédica", reitera portanto sua ligação com o passado e sua tradição. Em seguida, a Amazônia é apresentada por uma série de dados geográficos e sociodemográficos. Esses dados enfatizam o discurso do vazio demográfico pelos *modos de dizer*. Observamos isso quando diz que o território amazônico tem "60% do território nacional", e contava naquele momento com "apenas" 22 milhões de habitantes, aproximadamente "12% da população brasileira". O advérbio de exclusão "apenas" é reforçado na sequência com esse dado que aponta também a sua baixa densidade populacional por km².

Diferentemente do texto anterior, que só mencionava a palavra Amazônia uma única vez, e já no final do texto, aqui o texto abre com uma caracterização pormenorizada do território de atuação do IEC, com o linguajar próprio da área científica, que chancela seu discurso com dados técnicos. Continuamos no próximo parágrafo para observar mais enunciados:

Numa região onde a ocupação humana tem sido acompanhada frequentemente pela diminuição da qualidade de vida das populações residentes, que convivem com baixos níveis de educação, falta de saneamento básico, aumento progressivo das doenças e com a diminuição proporcional do atendimento em saúde. É esse o cenário onde se desenvolveu e se desenvolve a história da Instituição, que desde o seu nascimento se confunde com a História da Saúde Pública na região. (GRIFOS NOSSOS)

Nesse segundo parágrafo, o texto traz uma nova imagem conceitual para ser incluída na lista proposta por Amaral (2016, p.194) do briefing da Marca Amazônia, já que vincula de forma incisiva a ocupação humana na região a condições degradantes quanto a qualidade de vida: "baixos níveis de educação", "falta de saneamento básico", "aumento progressivo das doenças", "diminuição proporcional do atendimento em saúde", são alguns adjetivos que constroem a ideia de que o desenvolvimento - "a ocupação humana" - é na verdade um caminho para a degradação da qualidade de vida dessas populações.

Considerando que o IEC esteve presente acompanhando as questões sanitárias em praticamente todos os grandes projetos de desenvolvimento realizados na região Amazônica (Belém-Brasília, Transamazônica, Juruti, Carajás, Hidrelétrica de Tucuruí, Belo Monte), depreende-se que essas afirmações são fruto dessas experiências, que o IEC vivenciou de muito perto.

O parágrafo finaliza enfatizando que é diante essas condições que o IEC construiu a sua história e, destaca ainda, o fato dessa história da Instituição se "confundir" com a própria história da saúde pública na região, ou seja, reitera para a Marca IEC os valores de pioneirismo e de desbravamento. No terceiro parágrafo é dada uma descrição quanto ao reconhecimento do trabalho científico realizado pelo IEC:

Historicamente exerce função de destaque em âmbito nacional e internacional desenvolvendo estudos e investigações nas áreas de ciências biológicas, meio-ambiente e medicina tropical, publicados em revistas no Brasil e no exterior, além de, no campo da saúde pública, apoiar laboratorialmente a vigilância em saúde.

Aqui, seguindo a mesma abordagem feita no texto do material da década de 90, é enfatizado que o IEC "historicamente exerce função de destaque" e mais ainda, "em âmbito nacional e internacional" na abrangência de suas atividades. Outro ponto nesse mesmo aspecto é o fato de que seus estudos são publicados "em revistas no Brasil e no exterior", ou seja, aqui está sendo destacado o valor atribuído à produção científica, não só no espectro das ações efetivas, no campo de atendimento às necessidades das populações, mas também à produção intelectual, destacando que o conhecimento científico se faz por meio da publicação de seus achados nas instâncias especializadas que são do acesso da comunidade especializada. Seguimos para o quarto parágrafo:

O IEC atua em seis instâncias diferentes da Saúde Pública e da pesquisa biomédica: fazendo Vigilância em Saúde e Meio Ambiente; **atendendo a Problemas de Saúde e Meio Ambiente que emergem nos Estados amazônicos, tais como surtos de doenças em humanos, mortandade de peixes, suspeita de contaminação da água por metais, e/ou pesticidas clorados ou fosforados, casos de doença humana não diagnosticada;** como apoio das instâncias Estaduais e Municipais em demandas que não são atendidos pelos LACENS; em Projetos de pesquisa no área de Saúde e de Meio Ambiente, custeados por agências financiadoras no Brasil e do exterior; **na preparação de recursos humanos** e em apoio a Secretaria de Vigilância em Saúde/MS em diferentes circunstâncias. (GRIFOS NOSSOS)

No quarto parágrafo destacamos apenas dois pontos principais. Primeiramente um realce maior para as atividades realizadas pelo IEC com questões relacionadas aos impactos ambientais provocados pelas ações antrópicas. Vê-se claramente que a pauta ambiental ganha um relevo em relação às demais áreas de atuação do IEC. Outro ponto a se destacar é o trecho que fala da "preparação de recursos humanos", ou seja, toca no projeto de sentido a força do IEC no que concerne às atividades de ensino. Saltamos o quinto parágrafo e vamos ao sexto que nos diz:

As seções científicas, **cuja tradição é a pesquisa de campo**, trabalham nos laboratórios **com técnicos atualizados** que **vão do isolamento dos agentes até sua caracterização gênica e análise, incluindo o georreferenciamento e a bioinformática**, a serviço da pesquisa, do diagnóstico e da vigilância em saúde. (GRIFO NOSSO)

Neste tópico é reiterada a *expertise* do IEC na pesquisa de campo, como o seu saber-fazer distintivo, no entanto, não se deixa de dar ênfase com relação ao domínio das técnicas e tecnologias mais atuais para o desenvolvimento de suas atividades, evocando o efeito de sentido de tradição e vanguarda. O penúltimo parágrafo enaltece e contabiliza o

sucesso da instituição pelo trabalho e dedicação de todos os seus servidores, atribuindo igual importância a todas as atividades. Por fim o último parágrafo nos diz o seguinte:

As dificuldades são muitas, mas o entusiasmo que marcou a criação da Instituição continua renovado a cada geração de servidores. Do IEC pode-se dizer, a cada dia, que somos conduzidos pela razão e movidos pela paixão.

O texto finaliza assim qualificando o cenário de trabalho científico na Amazônia como dificultoso "As dificuldades são muitas", mas atribui a superação dessas dificuldades ao entusiasmo inicial da criação da instituição que é "renovado a cada geração de servidores". Conforme já citamos aqui algumas vezes, esse entusiasmo e efervescência pelo trabalho das descobertas científicas é descrito por Deane (1986, p.53) desde o início das atividades do IPEN, é uma das marcas deixadas pelo patrono do IEC, Evandro Chagas. Isso corrobora com a argumentação que fizemos com relação ao nome do IEC, os valores que Evandro deixou gravados no projeto de marca do IEC e as razões que fizeram com que a instituição tenha se mantido coesa em um projeto de sentido.

Com a conclusão dessa análise, vemos como houve um salto entre o primeiro e segundo documento na forma com que a Amazônia aparece no discurso de marca do IEC: antes, muito pouco mencionado, e agora, preponderante. Com relação ao projeto de sentido observamos que as questões ambientais ganham protagonismo na enunciação realizada pela instituição. Nesse sentido, é interessante notar alguns aspectos em que a Marca Amazônia incide na forma de o IEC enunciar suas atividades. Aqui especialmente as questões referentes à grandiloquência espacial conforme Amaral (2016, p.197) nos chama a atenção, e por outro lado sua baixa ocupação demográfica que ao mesmo tempo é generalizada como desordenada, o que favorece o aparecimento dos problemas de saúde.

Vamos prosseguir agora para o próximo documento que é a edição comemorativa da Revista Pan-Amazônica de Saúde pelos 80 anos do IEC.

3.1.3.3 Revista Pan-Amazônica de Saúde - Edição Comemorativa IEC 80 anos

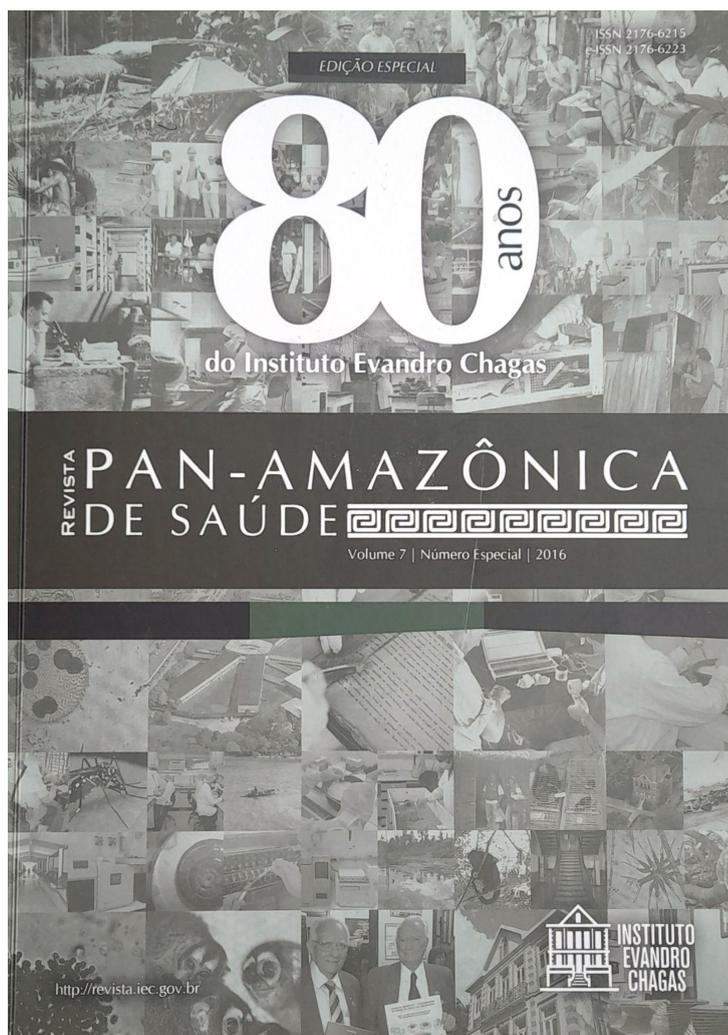
Começamos essa análise com uma diferença primordial em relação aos outros materiais que está inscrito logo na capa, já que aqui se trata de uma revista científica, a

Revista Pan-Amazônica de Saúde (RPAS) e, entre os elementos mais distintivos, temos a chancela ou tituleira da Revista que é utilizada como identificação do suporte.

Abrimos a exceção de incluir este material que, em suas condições de produção é diferente dos demais, porque observamos que ele traz contribuições interessantes como manifestação da Marca IEC. Conforme justificamos anteriormente, ela acaba por se constituir como um material promocional do IEC já que é uma "Edição Especial" e quase que totalmente dedicada a celebrar a instituição. Outrossim, a revista é publicada pela Editora do IEC, é portanto um material advindo da Marca IEC. No entanto, por conta disso, não podemos traçar comparações com a enunciação do IEC nesse aspecto do título como fizemos nos dois exemplos anteriores.

Ainda assim, acreditamos que seja possível realizar uma análise dos demais elementos da capa (FIGURA X), pois há ali uma escolha de imagens para representar o IEC, e que está ancorada com seu projeto de sentido.

FIGURA x – Capa da Revista Pan-Amazônica de Saúde - Edição Comemorativa IEC 80 anos



Fonte: Biblioteca do Instituto Evandro Chagas. 2016

Reiterados esses esclarecimentos, o primeiro detalhe que nos chama a atenção é a cor da capa que é toda em tons de verde. Ou seja, a cor verde novamente faz parte de um investimento de sentido atrelado ao que Amaral (2015, p.109) denomina como imagens plásticas da Marca Amazônia, "a cor verde" que é um signo ostensivamente utilizado como uma figuração icônica do imaginário vinculado à região. Vemos que do ponto de vista visual esse é um dos elementos mais utilizados para fazer referência à Amazônia. Não podemos deixar de destacar que a identificação da tituleira da RPAS utiliza um grafismo semelhante a padronagem utilizada nos grafismos de etnias indígenas. Podemos perceber que esse é um dos recursos visuais que a revista utiliza para demarcar, identificar sua vinculação com a Amazônia.

No fundo da capa temos um mosaico de pequenas imagens que veiculam desde ações mais atuais a momentos da história do IEC: Evandro Chagas trabalhando em uma bancada; diversas imagens de trabalho de campo, desde de captura de mosquitos a punção de pacientes; imagens de trabalho nos laboratórios e imagens técnicas de microrganismos; imagens de primatas não-humanos em alusão ao Centro Nacional de Primatas; e por fim, imagens do Casarão e do campus Ananindeua. Evoca-se assim uma grande diversidade de ações e áreas nas quais o IEC atua, contudo, como todas estão com a mesma tonalidade e, em tamanhos diminutos, nenhuma se sobressai mais que as outras, nem mesmo fica tão fácil distinguir as imagens que são mais antigas das mais recentes, cronologicamente falando.

Assim, essa capa é a primeira manifestação, dentre as quais estamos analisando, na qual o Casarão não tem maior destaque em relação aos demais elementos. Mas ele está presente e aparece também na marca do IEC que está disposta no canto inferior direito na cor branca.

Por fim, como elemento textual que se destaca como título da publicação está o selo que se encontra no topo da página, centralizado e com grande destaque com os dizeres "Edição Especial - 80 anos do Instituto Evandro Chagas". Neste item o número "80" está com bastante destaque em relação aos outros elementos do selo, nos levando a dimensionar a importância desse marco.

Em seguida nos direcionamos ao texto de apresentação que é um pouco mais longo que os demais que já trabalhamos, e dessa vez não tem como título a palavra "Apresentação", mas um enunciado mais sugestivo: "O Instituto Evandro Chagas e seu passado memorável" (figura x)

FIGURA x – Capa da Revista Pan-Amazônica de Saúde - Edição Comemorativa IEC 80 anos

O Instituto Evandro Chagas e seu passado memorável

Instituto Evandro Chagas and its memorable past

O Instituto Evandro Chagas (IEC) chega aos seus 80 anos, em 2016, como órgão da Secretaria de Vigilância em Saúde (SVS) do Ministério da Saúde (MS) do Brasil. Tem como missão institucional ações de pesquisa científica no âmbito das Ciências Biológicas, Meio Ambiente e Medicina Tropical, Saúde Pública, incluindo a vigilância em saúde, com atuação nacional e ênfase na Amazônia Legal. Para o cumprimento dessa missão, sua estrutura está alicerçada em dois campi: Campus Belém (Avenida Almirante Barroso, 492 – primeira sede do IEC) e Campus Ananindeua (Rodovia BR-316, km 7, s/n) (Figura 1); é composto por: Diretoria; Serviços de Administração, Epidemiologia e Gestão de Pessoas; Seções de Arbovirologia e Febres Hemorrágicas, Bacteriologia e Micologia, Criação e Produção de Animais de Laboratório, Hepatologia, Meio Ambiente, Parasitologia, Patologia e Virologia; Núcleo de Educação e Pesquisa e Núcleo Editorial; e unidades de apoio, como Arquivo, Biblioteca, Centro de Inovações Tecnológicas, Laboratório de Geoprocessamento, Laboratório de Microscopia Eletrônica, Museu; bem como um Setor de Atendimento Médico Unificado. Hoje somos 524 servidores e o quadro técnico-científico é formado por 97 pesquisadores, 18 tecnologistas e 183 técnicos. Atualmente o IEC está com a perspectiva de tornar-se Fundação e, nesse sentido, tem merecido o apoio do MS.



Figura 1 – Vista aérea parcial dos campi de Belém (A) e Ananindeua (B) do Instituto Evandro Chagas

O Centro Nacional de Primatas (Cenp), criado em 1978, está desde 2010 sob a coordenação técnico-administrativa e financeira do IEC; tem como objetivo principal criar e reproduzir primatas neotropicais para desenvolver e apoiar pesquisas na área de ciências da saúde, em parcerias com instituições de pesquisa e ensino, além de assegurar a preservação das espécies. Para o cumprimento dessa missão, conta com um quadro de 87 servidores.

Dentre as heranças deixadas por nossos antecessores, destaca-se o anseio de ensinar e repassar experiência e conhecimento. Nesse sentido e desde seus primórdios, o IEC, todos os anos, promove o Curso Técnico de Laboratório, com duração de nove meses, cujo objetivo principal é formar técnicos para atuação na Amazônia. Além disso, no perpassar de sua história, o IEC sempre treinou e orientou os profissionais e os estudantes de graduação e pós-graduação de instituições públicas e privadas. Atualmente participa, com a Universidade Estadual do Pará (UEPA), do curso de Pós-Graduação em Biologia Parasitária e, como órgão colaborador, dos cursos de Pós-Graduação da Universidade Federal do Pará (UFPA), incluindo a Pós-Graduação em Medicina Tropical (do Núcleo de Medicina Tropical) e em Biologia dos Agentes Infecciosos e Parasitários (do Instituto de Ciências Biológicas). E, no intuito de melhor cumprir essa vocação, o IEC trouxe para seu organograma o Núcleo de Ensino e Pesquisa (NEP), que alberga o Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC), atualmente com 94 bolsistas; o Programa de Pós-Graduação em Virologia (PPGV), com Mestrado e Doutorado, sendo o único no Brasil. Quanto à pesquisa científica, desde a aurora da existência institucional, segue, de modo ininterrupto e sempre apoiada em trabalho de campo, o qual é uma das mais importantes vocações da Instituição. Essas pesquisas de campo são oriundas de estudos ou projetos específicos, isto é, com um único tema ou ainda dos grandes projetos, aqueles que congregam todos os campos de expertise institucional, como os desenvolvidos na Transamazônica, Carajás, Juruti, Belo Monte, entre outros, e que envolvem desde estudos básicos, epidemiológicos, de saúde pública, de saúde ambiental até a vigilância em saúde. A importância desses estudos está refletida nos seus resultados, pois, além de subsidiar as autoridades de saúde nas três esferas de governo, também promove a melhoria da saúde e da qualidade de vida da população, quer seja de forma direta ou indireta. Para isso, o IEC sempre procurou alinhar-se ao bom uso do orçamento institucional e tem buscado recursos adicionais

FONTE: Revista Pan-Amazônica de Saúde - Edição Comemorativa IEC 80 anos. 2016, p.9.

O título do texto como vemos já inicia fazendo menção ao passado da instituição, aqui novamente evocados os valores de pioneirismo, desbravamento e tradição. Neste texto um ponto a ser destacado é que ele é assinado por 4 pessoas: o pesquisador Pedro Fernando da Costa Vasconcelos, diretor do IEC na época; os pesquisadores Marinete Marins Póvoa e Marcelo de Oliveira Lima, que nesse momento dividiam o lugar de editores científicos da

RPAS; e o pesquisador Manoel do Carmo Pereira Soares, que era editor associado da revista. Mas reiteramos novamente que esses todos se convertem em mediações humanas da marca, como enfatizamos anteriormente, e aqui novamente o discurso é enunciado pela Marca IEC.

Sendo assim, o texto oscila entre o enunciador objetivo e em determinados momentos se apresenta como o enunciador cúmplice na forma de interpelar o leitor de acordo com a proposição de Verón (2004, p. 227). Relembramos que o enunciador cúmplice é a modalidade em que o enunciador interpela o destinatário, o envolve no discurso. Mostraremos como isso acontece no decorrer da análise.

No que diz respeito ao layout, temos novamente a utilização do fundo branco e com apenas uma coluna de texto estendida em duas páginas. Aproximadamente no centro da primeira página temos a inserção de duas fotos com legendas. As fotos são imagens aéreas do campus do IEC Belém com imagem do Casarão, e a outra é uma imagem aérea do campus de Ananindeua.

Conforme já mencionamos, ancorados em Tavares (2005, p.132), a legenda faz parte da foto e designa em alguma medida, pelo seu enunciado, o investimento de sentido que está sendo proposto com o emprego daquelas fotos na interação texto-imagem. Aqui a legenda tem o seguinte enunciado "Figura 1 - Vista aérea parcial dos campi de Belém (A) e Ananindeua (B) do Instituto Evandro Chagas". Percebemos então que, quanto a isso, a legenda apenas reitera o que está presente na foto.

O Casarão, dessa vez, não recebe maior destaque em relação ao campus de Ananindeua. As imagens aéreas na maior parte das vezes são utilizadas quando se quer observar grandes extensões espaciais. Aqui vemos que esse enquadramento da imagem visa portanto demonstrar a grandiosidade que são os espaços edificados do IEC, a portentosidade da sua estrutura.

Seguimos então para a análise do texto, observando o que está descrito no primeiro parágrafo:

O Instituto Evandro Chagas (IEC) chega aos seus 80 anos, em 2016, como órgão da Secretaria de Vigilância em Saúde (SVS) do Ministério da Saúde (MS) do Brasil. Tem como missão institucional ações de pesquisa científica no âmbito das Ciências Biológicas, Meio Ambiente e Medicina Tropical, Saúde Pública, incluindo a vigilância em saúde, com atuação nacional e ênfase na Amazônia Legal. Para o

cumprimento dessa missão, sua estrutura está alicerçada em dois campi: Campus Belém (Avenida Almirante Barroso, 492 - primeira sede do IEC) e Campus Ananindeua (Rodovia BR-316, km 7, s/n) (Figura 1). (RPAS, 2016, p. 10)

Nesta abertura é realizada uma descrição geral do IEC, que é um órgão federal vinculado à Secretaria de Vigilância em Saúde (SVS) do Ministério da Saúde, realiza "pesquisa científica no âmbito das Ciências Biológicas, Meio Ambiente e Medicina Tropical, Saúde Pública" e sua área de atuação que é "nacional com ênfase na Amazônia Legal.". A sequência tem uma descrição dos 2 campi, onde estão localizados, e depois disso descreve toda a estrutura organizacional e o número de servidores e colaboradores que atuam na instituição nas suas diversas qualificações. Essa última parte não incluímos na citação. Observamos então o porquê da inclusão das duas fotos e sua articulação dentro da relação texto-imagem nesta página.

O parágrafo seguinte após as fotos faz um breve relato também sobre as mesmas questões estruturais, mas dessa vez do Centro Nacional de Primatas que, neste momento, encontra-se subordinado administrativamente ao IEC.

O terceiro parágrafo é dedicado a enaltecer a vocação da instituição para as atividades de ensino e formação de pessoas na área da saúde pública:

Dentre as heranças deixadas por nossos antecessores, destaca-se o anseio de ensinar e repassar experiência e conhecimento. Neste sentido e desde seus primórdios, o IEC, todos os anos, promove o Curso Técnico de Laboratório, com duração de nove meses, cujo objetivo principal é formar técnicos para atuação na Amazônia. Além disso, no perpassar de sua história, o IEC sempre treinou e orientou os profissionais e os estudantes de graduação e pós-graduação de instituições públicas e privadas. (RPAS, 2016, p. 10)

Aqui é reiterada a inclinação do IEC para a atuação no ensino, destacando que é uma "Dentre as heranças deixadas por **nossos** antecessores". Ou seja, é um aspecto que é evocado desde o início do órgão, vamos dizer assim, faz parte do seu DNA, o que se coaduna com o que está inscrito no projeto de sentido. E aqui, no uso do pronome possessivo "nossos", vemos como se manifesta o enunciador cúmplice, ou seja, o leitor é implicado como sendo integrante desse legado do IEC. Assim, depreendemos que o discurso fala com os colaboradores do IEC em si, mas também dá a abertura desse entendimento do IEC como casa que atende e pertence a todos, já que é uma instituição pública.

Outro aspecto importante nesse parágrafo é o destaque dado ao "Curso Técnico de Laboratório" que é o mais longo programa do IEC, tendo sido iniciado na década de 50 para "formar técnicos para atuação na Amazônia".

A conclusão reforça a importância da instituição na formação de pessoas: "sempre treinou e orientou os profissionais e os estudantes de graduação e pós-graduação de instituições públicas e privadas". E após isso cita alguns programas de pós-graduação que o IEC participa, dentre eles, em parceria com a Universidade Federal do Pará (UFPA) e a Universidade Estadual do Pará (UEPA). A sequência desse parágrafo é a externalização do início da efetivação administrativa do saber-fazer do IEC no âmbito do ensino com a criação de uma área técnica específica para dar conta desta atividade:

E, no intuito de melhor cumprir essa vocação, o IEC trouxe para seu organograma o **Núcleo de Ensino e Pesquisa (NEP)**, que alberga o Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC), atualmente com 94 bolsistas; o Programa de Pós-Graduação em Virologia (PPGV), com Mestrado e Doutorado, sendo o único no Brasil. (RPAS, 2016, p. 9)

Nessa parte são mencionados o Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica, importante ação para o despertar de novos cientistas ainda durante o momento da graduação, e também a existência do Programa de Pós-Graduação em Virologia, que foi criado em 2012, sendo o primeiro nessa área no Brasil. Na sequência do texto é mencionado o trabalho de pesquisa científica em si:

Quanto à pesquisa científica, desde a aurora da existência institucional, segue, de modo ininterrupto e **sempre apoiado em trabalho de campo, o qual é uma das mais importantes vocações da Instituição**. Essas pesquisas de campo são oriundas de estudos ou projetos específicos, isto é, com um único tema ou ainda dos grandes projetos, aqueles que congregam todos os campos de expertise institucional, como os desenvolvidos na Transamazônica, Carajás, Juruti, Belo Monte, entre outros, e que envolvem desde **estudos básicos, epidemiológicos, de saúde pública, de saúde ambiental até a vigilância em saúde**. (RPAS, 2016, p. 9)

Como vemos, a pesquisa de campo é destacada mais uma vez como a especificidade do saber-fazer da Marca IEC na pesquisa científica. O texto destaca ainda nesse aspecto a capacidade do IEC de concatenar vários estudos (básicos, epidemiológicos, de saúde pública, ambiental e de vigilância) em grandes projetos, onde são elencadas algumas áreas onde se alojaram empreendimentos desenvolvimentistas de grande impacto na região.

Vemos nesse sentido, onde a ciência foi empregada. Ou seja, esteve muitas vezes atendendo aos projetos de progresso que foram pensados para a região, pois todos de alguma forma contaram com o apoio do IEC para debelar/avaliar problemas sanitários ou ambientais, que, como diz a sequência do texto, esteve subsidiando as autoridades de saúde nas esferas municipal, estadual e federal, para que esses empreendimentos pudessem seguir em frente.

Neste sentido, vemos reverberado o que Nonato e Pereira (2013) enfatizaram na abordagem que realizamos no tópico 2.3 sobre o emprego da ciência na Amazônia, que na maior parte das vezes esteve envolto com os interesses geopolíticos e de exploração dos recursos naturais, motivo pelo qual os autores contestam o mito de que a ciência é neutra.

A presença do IEC nestes cenários servia para minimizar as consequências desse tipo de modelo desenvolvimentista empregado na Amazônia. Em artigo publicado em 2001 (VASCONCELOS *et al*, 2001), a equipe da seção de arbovirologia do IEC relata os diversos achados virológicos que emergiram por intervenções humanas no ecossistema amazônico. O mais destacado deles, o alagamento realizado para funcionamento da hidrelétrica de Tucuruí, fez explodir o número de mosquitos na região, ocasião em que foram descobertos 27 novos arbovírus para a ciência .

A sequência do texto destaca o bom uso dos recursos financeiros pelo IEC e por meio desse gancho elenca o nome de diversas instituições fomentadoras que estabeleceram parcerias com a instituição como o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e demais instituições nacionais, entre elas as fundações de amparo à pesquisa. São elencadas também empresas como Eletronorte, Vale, Norte Energia e, pela menção destas, visualizamos a questão dos grandes projetos que mencionamos no parágrafo anterior, pois todas são empresas que estiveram e estão envolvidas em diversos empreendimentos na região.

Por fim, também são citadas as instituições internacionais, como Rockefeller Foundation, Wellcome Trust, National Institutes of Health (NIH), Centers for Disease Control and Prevention (CDC), Amazon Malaria Initiative (AMI), Japan International Cooperation Agency (JICA) e Comunidade Europeia. Ou seja, reforça o discurso da

projeção internacional tantas vezes reiterada nos enunciados da Marca IEC. Como fruto dessas parcerias a sequência do texto destaca os feitos do IEC:

Os resultados têm se refletido na vasta geração de conhecimento científico e de serviços para a saúde coletiva, em âmbito local, regional, nacional e internacional, além das formações de graduação e pós-graduação nas mais diversas modalidades (especialistas, mestres, doutores, pós-doutores). (RPAS, 2016, p. 10)

Demonstra assim a relevância da instituição que se coloca como um grande polo de produção científica na área de saúde, que abrange desde a instância regional até a internacional, reforçando o impacto disso também na formação de novos pesquisadores. No parágrafo seguinte é atribuído novamente o êxito alcançado pelo IEC ao seu projeto original e especialmente aos seus pioneiros, à tradição postulada na Marca IEC:

Nunca é demais reiterar que **o auspicioso cenário institucional de hoje deve reverência ao sonho, trabalho e perseverança daqueles pioneiros** que, um dia, em 1936, contando com o apoio fundamental do governador do Estado do Pará, José da Gama Malcher, reuniram-se na Amazônia para fundar o Instituto de Pathologia Experimental do Norte (Ipen), a fim de estudar a leishmaniose, a malária, a febre amarela e demais endemias que se foram somando. **E, se hoje temos a credibilidade e o reconhecimento do mundo inteiro, foi graças a esses profissionais desbravadores** como Evandro Chagas, Jayme Aben-Athar, Leônidas Deane, Gladstone Deane, Otávio Mangabeira Filho, Madureira Pará, Felipe Nery Guimarães, Geth Jansen, Benedito Sá, Reinaldo Damasceno e Maria José von Paumgartten (após matrimônio, Maria José P. Deane), que souberam conduzir, com seriedade e excelência, o trabalho a que se lançaram. **O Ipen é um exemplo de que é possível a experiência bem sucedida a partir da Amazônia, contando, nos primeiros anos, fundamentalmente, com os recursos e o apoio do Estado do Pará e de sua gente. Evandro Chagas, nosso patrono, nisso acreditou.** (RPAS, 2016, p.10) (GRIFOS NOSSOS)

Como vemos é evidenciada novamente a qualidade do trabalho do IEC onde é mencionada “a credibilidade e reconhecimento do mundo inteiro”. A isso é atribuída a tradição de pesquisa instaurada pelos seus pioneiros, e aqui, além de Evandro Chagas são citados outros nomes de pesquisadores locais que entraram para a história, ressaltando esse potencial. Aqui o enunciador cúmplice se apresenta novamente no uso dos termos “temos a credibilidade” e “nosso patrono” quando se refere a Evandro Chagas.

No final desse parágrafo temos um ponto muito forte desse texto, no que diz respeito à análise dos traços discursivos que são atribuídos à Amazônia na Marca IEC quando o enunciador destaca que “O Ipen é um exemplo de que é possível a experiência bem sucedida a partir da Amazônia”. Aqui encontramos uma qualificação bem clara por parte da Marca IEC de que o território Amazônico não é de onde se espera que seja

realizado o trabalho científico. No entanto, o IEC está aí para provar que ainda assim "é possível".

Ou seja, o discurso aí deixa implícita a condição que a Marca IEC atribui a Amazônia enquanto território produtor de ciência, um lugar distante daquilo que é propício, mas que o IEC consegue inverter essa fórmula, e mais, contando com seus próprios recursos financeiros e recursos humanos em seus primeiros momentos. O texto reitera que essa era a crença de Evandro Chagas, e vemos como isso está vinculado com o Projeto de Marca, naquilo que extraímos do Regulamento de Criação do IEC de dar prioridade em contratar médicos e médicos veterinários formados pelas instituições locais.

No parágrafo seguinte, o discurso da Marca IEC estabelece uma ponte sobre esse "passado memorável" e de como isso continua servindo de baliza para as ações do IEC atual, reiterando novamente as pesquisas de campo, e o principal elemento motivador de problemas sanitários que é a ação antrópica por intermédio das grandes obras:

Ao completar os seus 80 anos, o IEC continua perseguindo sua vocação original, quanto à busca do conhecimento, ao desenvolver expedições de campo para elucidação de surtos e epidemias, esclarecer a dinâmica de transmissão ou monitorar a transmissão de doenças em áreas onde a ação antrópica modifica o ambiente, como as grandes obras (abertura de rodovias, projetos de mineração, construção de hidrelétricas, áreas de assentamento populacional, etc.); mas isso tudo sem perder de vista a necessidade de estudos envolvendo tecnologia de ponta, como, ora digno de registro, o desenvolvimento da vacina contra o vírus Zika. (RPAS, 2016, p.10)

O elemento que faz a ponte com o IEC que trabalha na vanguarda aqui é mencionado pelas pesquisas que foram realizadas neste período de 2016 no desenvolvimento de uma vacina para o vírus Zika, que alguns momentos antes tinha sido responsável por uma epidemia no Brasil e teve comprovada sua associação com o nascimento de crianças com microcefalia por um estudo realizado também pelo IEC (AZEVEDO *et al*, 2018).

No último parágrafo é feito um agradecimento primeiramente aos diversos órgãos que o IEC esteve vinculado ao longo de sua trajetória, desde o SESP, a FIOCRUZ, FUNASA, até a SVS, e de como estes foram fundamentais para o formato administrativo

que o IEC desenhou, e no segundo momento um agradecimento aos servidores e uma convocatória:

[...] aos servidores e colaboradores que constituem o IEC de agora, com o apelo para que não permitam que pereça a semente plantada há 80 anos por uma equipe de profissionais idealistas e sonhadores e pelas gerações que se seguiram, **que acreditaram ser possível fazer ciência de qualidade na Amazônia**. (RPAS, 2016, p.10)

Ou seja, finaliza conclamando os atuais servidores e colaboradores a manter um ideal, o que seria não perder de vista o projeto de sentido mesmo da Marca IEC. E reitera novamente a questão de "acreditar ser possível fazer ciência de qualidade na Amazônia".

Sintetizando o discurso contido em todo esse documento, percebemos que ele tangencia quase que por completo a caracterização da Marca IEC, englobando todo o seu projeto de sentido, com os diferenciais que o IEC se atribui reiteradas vezes que é a *expertise* na pesquisa de campo, e sua vocação enquanto escola para formar e ofertar mão-de-obra especializada para atuação na saúde pública da Amazônia.

O discurso procura também articular o pioneirismo e a tradição do IEC com uma atuação atinente aos desafios do presente, dando a entender que apesar da instituição ter o seu “passado memorável” ela continua se atualizando e produzindo uma “vasta geração de conhecimento científico”. Coloca sempre em destaque também sua importância não só a nível nacional, mas também internacional. Isso é enfatizado diversas vezes nesse discurso, o que está circunscrito à eficiência semiótica da marca (SEMPRINI, 2010, p.157) que utiliza essas redundâncias para sedimentar cada vez mais o seu núcleo de sentido.

Além disso, expressa indicativos sobre o lugar ocupado pela Amazônia na produção de ciência, que fica implícita como um lugar de onde não se espera que exista produção de "ciência de qualidade", mas que o IEC, a despeito disso está aí para mostrar o contrário. Ou seja, se inscreve em um discurso de desconstruir um certo determinismo de condições e representações cristalizadas sobre a região Amazônica, como aquelas que discutimos sobre as construções simbólicas atribuídas à região, como o “lugar do atraso” no Brasil, conforme aborda Loureiro (2022).

3.1.3.4 Instituto Evandro Chagas 85 anos

Seguimos agora para o quarto e último material a compor as manifestações de marca do âmbito da produção, ou seja, onde está impressa as qualificações que a própria Marca IEC advoga para si, a sua identidade. Esse material por sua vez foi produzido em setembro de 2021, próximo ao momento em que a instituição estava completando 85 anos. Importante destacar que este material dentre esses que foram analisados, teve a nossa participação em sua elaboração, na parte da diagramação. Mas obviamente ele foi realizado em conjunto: outras pessoas estiveram responsáveis pela elaboração do texto e por fim sua constituição final foi aprovada pela Direção do IEC.

A marca dos 85 anos também foi elaborada por outra pessoa, mas tivemos participação em sua discussão. É importante reiterar que todo o trabalho que realizamos se deteve ao que de certa forma estava condicionado pela Marca IEC para ser comunicado naquele momento, pois não estava ainda em nossa perspectiva de análise incluir estes materiais em nosso trabalho. Dessa maneira, procedemos com sua análise de acordo com o que está disposto nas matérias significantes, da mesma forma que procedemos com os itens de análise anteriores.

Feitos esses esclarecimentos, seguimos a mesma ordem anterior de análise, iniciando pela capa e em seguida o texto de apresentação. Nesta capa (figura X) de pronto percebemos a utilização da cor verde em diversos elementos em destaque, em especial a logo comemorativa dos 85 anos do IEC, e outros desenhos como um semi-círculo à esquerda e linhas de círculos cortados na parte direita inferior, que podemos perceber como elementos colaterais da marca comemorativa. Vemos assim que se mantém o investimento de sentido dessa cor conforme vem se apresentando desde o segundo material "Conhecendo o IEC", como uma forma de estabelecer o vínculo do IEC com a Marca Amazônia.

Figura X – Capa do livreto de divulgação institucional IEC 85 anos - Ciência, Tecnologia e Inovação em Saúde na Amazônia.



Fonte: Assessoria de Comunicação do Instituto Evandro Chagas. Setembro de 2021.

O desenho da logo dos 85 anos reforça esse aspecto quando busca fazer uma junção dos principais ícones que remetem a alguns conceitos chaves que fazem parte da imagem do IEC: Amazônia, ciências biológicas e tecnologia científica. Vemos isso expresso em seus detalhes. O número 8 nos espaços internos do desenho do numeral tem acima uma ilustração que remete à estrutura interna de uma folha, fazendo alusão à floresta e, no espaço abaixo alguns círculos que remetem a uma lâmina de microorganismos, que por sua condição abstrata sugestionam serem vírus, bactérias, fungos ou parasitos. Ao lado o número 5 é inscrito

com uma composição de suas formas utilizando o ícone de um microscópio, ou seja, o objeto técnico que remete a laboratório, a pesquisa científica.

Na parte inferior da página, em tamanho igual, temos vários retângulos dispostos de maneira assimétrica e preenchidos com fotos das diversas atividades do IEC: armadilha para captura de vetores (mosquitos), cabine de manipulação de amostras, análise de mosquitos, pipetagem para preparação de análises, microscópio, amostra de uma colônia de bactérias, uma pessoa vestindo EPIs de laboratório de alta contenção biológica (que são encontrados em poucos lugares devido sua complexidade e custo de manutenção), além de imagens da sede histórica (casarão) e do campus de Ananindeua. Percebemos que nessa capa o casarão e o campus de Ananindeua estão em proporção de igualdade em relação às demais imagens, ou seja, não ganham mais o mesmo destaque que verificamos nos primeiros materiais.

Além desses elementos, temos ainda na página um texto que foi criado para ser como um slogan "Ciência, tecnologia e inovação em saúde na Amazônia" e se localiza logo abaixo da logo do IEC, na parte superior da página. Aqui, dentre todos os materiais que analisamos, é a primeira vez que a palavra "Amazônia" aparece logo na capa. Nesse caso a frase/slogan expressa ser imperioso para a Marca IEC destacar que essa ciência é realizada na Amazônia, a inscrição de um território de atuação.

Outro ponto novo é o uso das palavras "tecnologia" e "inovação". O uso desses termos fica mais claro quando lembramos do que tratamos no projeto de marca quando acrescentamos o texto da Missão do IEC conforme está a versão mais atualizada em seu site. Essas palavras abrangem uma nova área de atuação que o IEC está buscando incorporar que é a produção de novas tecnologias, sendo essa competência um acréscimo que foi realizado em seu projeto de sentido.

Voltando aos aspectos visuais, vemos que, semelhante à capa da RPAS, aqui também temos diversas imagens representando o IEC, com uma verdadeira profusão de elementos, diversas imagens técnicas, com um efeito de sentido que sugere um alto grau de *expertise* e diversidade nas áreas de atuação do Instituto. Entretanto, diferente das imagens da RPAS, essas são todas coloridas e todas recentes, do momento atual, ou seja, vicejam uma contemporaneidade. Nesse contexto, a marca de 85 anos é o que nessa capa mais remete à questão da tradição do IEC, pelo tempo que a instituição já exerce suas atividades, mas que, concomitantemente, com suas formas arrojadas, evoca também uma ideia de atualidade.

Une portanto novamente a ideia de tradição e vanguarda que tem sido uma tônica que o enunciador Marca IEC vem demonstrando nas manifestações que analisamos.

Na sequência, a parte da apresentação nesta manifestação tem duas páginas com textos e algumas imagens. Na primeira página (Figura x) temos um fundo verde claro, onde está disposta na parte superior em quase metade da página uma foto do campus do IEC em Ananindeua.

Figura X – Página de apresentação 1. IEC 85 anos - Ciência, Tecnologia e Inovação em Saúde na Amazônia.

SETEMBRO 2021
INFORMATIVO ESPECIAL



: Vista aérea do Instituto Evandro Chagas no campus localizado em Ananindeua/PA. Um complexo com mais de 28.000 m².

INSTITUTO EVANDRO CHAGAS

**85 anos de ciência,
tecnologia e
inovação em saúde
na Amazônia**

Pesquisa, tecnologia e inovação sempre estiveram na missão do Instituto Evandro Chagas (IEC), primeiro órgão na área de pesquisa em saúde da Região Amazônica. A história do IEC começou com a chegada de Evandro Chagas ao Pará, em 1936, para estudar a leishmaniose visceral, também conhecida como calazar. Com o auxílio do

governo estadual, estabeleceu o instituto de pesquisas em um velho casarão na Av. Almirante Barroso, onde, além do calazar, foram investigadas outras moléstias típicas da região, como malária, filariose, boubas e verminoses intestinais. Em meados de 1937, o IEC possuía os laboratórios de Protozoologia, Bacteriologia, Epidemiologia, Anatomia Patológica e Fotografia. Já estava instalado também, ainda que provisoriamente, o Biotério.

O IEC é uma instituição que atua na defesa da saúde coletiva da população brasileira, em uma região onde a ocupação humana tem sido acompanhada frequentemente pela diminuição da qualidade de vida das populações residentes, que convivem com baixos níveis de educação, falta de saneamento básico, aumento progressivo de doenças e com a diminuição proporcional do atendimento em saúde.

2

Fonte: Assessoria de Comunicação do Instituto Evandro Chagas. Setembro de 2021 (2021, p.2).

Recorremos novamente a Tavares (2005, p. 132) para compreender as relações texto-imagem, as quais este autor propõe serem as legendas, junto com as imagens, itens que se tornam um só para o investimento de sentido, se articulam em estratégias comunicativas advindas da sua co-presença. Dessa maneira, a foto aérea do campus mais moderno do IEC, em um plano aberto, demonstra a grandeza e imponência desse complexo arquitetônico. Isso está coadunando com o descrito na legenda: “Vista aérea do Instituto Evandro Chagas no campus localizado em Ananindeua/PA. Um complexo com mais de 28.000m²”. A primeira frase apenas descreve o que está presente na imagem, a vista aérea da instituição. A segunda, no entanto, busca reforçar pela expressividade do número a grandeza dessas dimensões.

O fato de a floresta se apresentar também ao fundo, da forma como está, alude ao que Amaral (2015, p.111) chama de “figuração plástica clássica, repetida à exaustão na enunciação midiática da Amazônia”. Essa figuração é exatamente um grande plano aberto onde se vê a floresta de um ponto de vista aéreo, evocando a vastidão dos espaços amazônicos.

Olhando agora para o título e subtítulo, temos a mesma percepção sugerida por Tavares (2005, p.134) na relação destes com as fotos em uma matéria no jornal: “As manchetes, entendidas aqui por nós como títulos e subtítulos, cumprem um papel próximo ao desempenhado pela legenda.”. Neste sentido, os títulos e subtítulos junto com a fotografia são responsáveis pela primeira impressão que o leitor tem do conteúdo. Sendo assim, o título “INSTITUTO EVANDRO CHAGAS” e o subtítulo “85 anos de ciência, tecnologia e inovação em saúde na Amazônia” também acabam se tornando uma legenda para a foto, adicionando outros efeitos de sentido para a mesma imagem.

No texto é novamente empregado o enunciador objetivo (VERÓN, 2004, p. 233), dessa maneira, podemos entender que é o próprio IEC que se enuncia, a própria marca, sem as mediações humanas que tivemos em todos os materiais anteriores. Analisando o título “Instituto Evandro Chagas - 85 anos de Pesquisa, tecnologia e inovação em saúde na Amazônia”, percebemos que são reiterados os sentidos que estavam espalhados na capa, que, dispostos juntos, colocam em jogo uma fluidez mais explícita do texto que estava proposto, já que, na capa, o nome “Instituto Evandro Chagas” está contido na própria logo.

Na sequência o primeiro parágrafo enfatiza novamente as mesmas coisas: "Pesquisa, tecnologia e inovação sempre estiveram na missão do Instituto Evandro Chagas (IEC), primeiro órgão na área de pesquisa em saúde da Região Amazônica.". Dessa vez o acréscimo feito pela Marca IEC é trazer o destaque de que a instituição é o primeiro centro de pesquisa em saúde na Região Amazônica, fortalecendo a comemoração de seus 85 anos, enaltecendo novamente seu pioneirismo. No trecho abaixo além de expandir a abrangência de sua atuação quando diz que o IEC atua na defesa da saúde coletiva brasileira, são utilizados novamente os mesmos termos para definir a região Amazônica que foram expressos no segundo material que analisamos:

O IEC é uma instituição que atua na defesa da saúde coletiva da população brasileira, em uma região onde a ocupação humana tem sido acompanhada frequentemente pela diminuição da qualidade de vida das populações residentes, que convivem com baixos níveis de educação, falta de saneamento básico, aumento progressivo de doenças e com a diminuição proporcional do atendimento em saúde. (INSTITUTO EVANDRO CHAGAS, 2021, p.2)

Reitera portanto um cenário depreciativo das condições de vida das populações localizadas na região, conforme já abordamos anteriormente. É a Amazônia com seus municípios que frequentam rotineiramente as listas dos piores Índices de Desenvolvimento Humano (IDH), passados 14 anos do momento em que esse texto foi utilizado anteriormente, ainda assim ele permanece aplicável.

Passando para a página seguinte a parte superior da página é ocupada por mais três imagens, duas históricas e uma atual como vemos abaixo na Figura X:

Figura X – Página de apresentação 2. IEC 85 anos - Ciência, Tecnologia e Inovação em Saúde na Amazônia.

SETEMBRO 2021

INFORMATIVO ESPECIAL



Sede histórica do Instituto Evandro Chagas, atualmente local onde está instalado o museu da instituição



Acima. Sede histórica do Instituto Evandro Chagas na década de 1940.



Acima. Evandro Chagas, fundador do IEC, e a equipe pioneira formada apenas por médicos paranaenses.

No período de 1960 a 1970, o IEC realizou estudos sistemáticos na Amazônia Ocidental, devido à incidência de uma doença chamada pelos amazonenses de "Febre Negra de Lábrea". Ao final do trabalho, concluiu-se que a doença se tratava de uma superinfecção causada pelo vírus da Hepatite D em pessoas já infectadas pelo vírus da Hepatite B.

Ao longo de 85 anos, o IEC isolou milhares de arbovírus (vírus transmitidos por artrópodes hematófagos, como mosquitos,) e outros vírus de vertebrados que também foram caracterizados desde então, culminando com uma coleção de 216 espécies de arbovírus e outros vírus de vertebrados. Além disso, o IEC trabalhou na descoberta de dezenas de espécies de protozoários – várias patogênicas – e de insetos vetores de patógenos aos humanos.

Com todo esse arcabouço, o IEC tem atuado fortemente no ensino, como o Curso Técnico em Análises Clínicas, que acontece desde a década de 1940, e com os cursos de pós-graduação que acontecem na instituição desde 2012, formando mestres e doutores nas áreas de virologia, epidemiologia e vigilância em saúde.

Em 1992, o IEC criou uma seção voltada para os estudos ambientais, que tem atuado em pesquisas sobre a influência das alterações ambientais na saúde das populações, e esteve presente na investigação de diversos desastres ambientais, como Brumadinho e Barcarena.

Em 2020, o IEC se tornou uma das instituições de pesquisa que está na linha de frente do combate à COVID-19, tanto na vigilância laboratorial e genômica como na pesquisa.

No decorrer dos anos, o IEC passou por diversas transformações: cresceu e se consolidou, especialmente no espaço da Amazônia Legal. Hoje tem seu trabalho voltado para estudos sobre doenças parasitárias, bacteriológicas, virais e relacionadas à contaminação ambiental. Dispõe de laboratórios de referência regional e nacional, mantendo importantes parcerias internacionais. Destaca-se como um relevante centro de pesquisas em uma região que faz parte da maior floresta tropical do mundo, de clima quente e úmido, propício à proliferação de determinadas doenças e com grande variedade de agentes infecciosos, muitos de importância em saúde pública.

3

Fonte: Assessoria de Comunicação do Instituto Evandro Chagas. Setembro de 2021 (2021, p.3).

O casarão aparece duas vezes, com uma imagem de suas condições atuais, e outra imagem histórica que está em maior destaque. A outra imagem histórica é a de Evandro Chagas com alguns dos primeiros integrantes de sua equipe. Tomando novamente os conceitos propostos por Tavares (2005) vamos verificar a relação entre as legendas e as imagens. A primeira é uma imagem atual do Casarão do IEC. Na legenda temos escrito: "Sede histórica do Instituto Evandro Chagas, atualmente local onde está instalado o museu

da instituição.” A legenda acrescenta, pois, o fato do Casarão ser a sede histórica do IEC, e dentro dessa importância histórica, abrigar as atividades do seu museu.

Em seguida, a foto abaixo desta tem a seguinte legenda: “Evandro Chagas, fundador do IEC, e a equipe pioneira formada apenas por médicos paraenses”. A forma com que os personagens estão dispostos na imagem parece ser um ambiente de ensino, já que Evandro está utilizando o microscópio e os outros pesquisadores estão ao seu redor observando. Aqui a legenda destaca também um fator ligado ao projeto de sentido da Marca IEC, quando enfatiza que a equipe pioneira era integrada “apenas” por médicos paraenses. O advérbio de exclusão aí dá destaque à preocupação inicial no IPEN de dar prioridade a profissionais que fossem da própria região, pelos motivos que já mencionamos, formar pessoas que depois se mantivessem na região.

Por fim, temos a maior foto, que é uma imagem antiga do casarão. A legenda da mesma diz o seguinte: “Sede histórica do Instituto Evandro Chagas na década de 1940.” Aqui vemos ser utilizada novamente uma imagem do casarão como forma de demonstrar a tradição e pioneirismo do IEC. A foto em preto e branco, assim como a de Evandro ao lado com sua equipe, remetem ao passado da instituição, apelam para essa dimensão histórica. As imagens conjugadas entre essas duas páginas mesclam passado e presente, como haveria de se esperar de um material comemorativo dessa natureza. Observamos que o destaque dado ao casarão do IEC reitera novamente a “aura” simbólica que ele detém como representação da instituição.

Na continuidade do texto, nos dois parágrafos seguintes, são destacados alguns feitos de vulto do IEC, como na década de 70 descobrir a causa de uma doença que era um mistério, a Febre Negra de Lábrea, e o isolamento de 216 vírus e arbovírus²⁷. O isolamento dos vírus aqui não é colocado com todo o devido destaque, tendo em vista que boa parte desses se constituem em novos achados para a ciência, e o fato desse número ter uma considerável importância em âmbito mundial (ROSA, 2016, p.62).

Segundo ouvimos do pesquisador Pedro Vasconcelos (informação verbal)²⁸, o acervo de isolados virais do IEC é o segundo maior do mundo, só perdendo em quantidade para o

²⁷ Vírus transmitidos por artrópodes, por mosquitos.

²⁸ Pedro Fernando da Costa Vasconcelos é pesquisador aposentado do IEC. É considerado um dos maiores virologistas do mundo. Foi diretor do IEC entre 2016 e 2019. Seu nome consta na pesquisa na lista dos 100 mil pesquisadores mais influentes do mundo (BAAS, 2021) que mencionamos quando discorremos sobre o IEC na atualidade. Essa informação nos foi compartilhada em uma conversa recente quando o pesquisador estava visitando a Instituição em 25/04/2023.

acervo da University of Texas Medical Branch (UTMB), e isso tendo em conta que, durante bastante tempo, o IEC enviava seu acervo para esta universidade americana. Após esses dois parágrafos citados acima é ressaltado como esse conhecimento é revertido em ações de formação e ensino pela instituição:

Com todo esse arcabouço, o IEC tem atuado fortemente no ensino, como o Curso Técnico em Análises Clínicas, que acontece desde a década de 1940, e com os cursos de pós-graduação que acontecem na instituição desde 2012, formando mestres e doutores nas áreas de virologia, epidemiologia e vigilância em saúde. (INSTITUTO EVANDRO CHAGAS, 2021, p.3)

Esse trecho enfatiza mais uma vez o pioneirismo do IEC na formação de novos pesquisadores e sua vocação para o ensino científico. O parágrafo seguinte fala da criação em 1992 da Seção de Meio Ambiente e destaca a atuação do IEC nos estudos de impactos ambientais, inclusive em contextos fora da região amazônica, como o recente desastre de Brumadinho em Minas Gerais.

Na sequência é ressaltada a atuação do IEC em 2020 na pandemia de COVID-19 onde a instituição novamente teve um determinado protagonismo, estando “na linha de frente do combate à COVID-19, tanto na vigilância laboratorial e genômica como na pesquisa.” Por fim, o último parágrafo destaca que com o passar dos anos o IEC teve diversas transformações, mas que “cresceu e se consolidou, especialmente no espaço da Amazônia Legal.” E faz uma abordagem final de qualificação da instituição:

Dispõe de laboratórios de referência regional e nacional, mantendo importantes parcerias internacionais. Destaca-se como **um relevante centro de pesquisas em uma região que faz parte da maior floresta tropical do mundo**, de clima quente e úmido, propício à proliferação de determinadas doenças e com grande variedade de agentes infecciosos, muitos de importância em saúde pública. (INSTITUTO EVANDRO CHAGAS, 2021, p.3)

Aqui percebemos que diferente dos materiais anteriores, a ênfase quanto ao potencial da instituição é bem mais comedida, já que exibe laboratórios de referência regional e nacional, mas não dá mais destaque ao reconhecimento de suas atividades em âmbito internacional, mas apenas que mantêm parcerias internacionais. Nos materiais anteriores também o IEC se colocava como “referencial de excelência de pesquisa na região”, e agora se considera “um relevante centro de pesquisas em uma região que faz parte da maior floresta tropical do mundo”.

Aqui, antes de passarmos para o próximo tópico de análises é importante realizarmos uma pequena síntese do que já conseguimos trabalhar neste percurso. Lembramos primeiramente que a análise das manifestações dos materiais de divulgação institucional do IEC, que acabamos de empreender, correspondem em nosso esquema metodológico à parte que corresponde à identidade.

Por isso, ao longo do percurso fomos mencionando em diversos momentos como essas manifestações conversavam, ou antes exprimiam, o projeto de sentido da Marca IEC. Vimos que o modelo proposto por Semprini é este de delinear o Projeto de Sentido e depois observar como nas manifestações da marca concretizam esse projeto.

Fazendo uma panorâmica dos quatro materiais é sempre necessário esclarecer que se trata de fragmentos, podemos dizer assim, do dispositivo de enunciação que é a Marca IEC, e isso, sempre nos condiciona a ver que nossas análises aqui constituem uma parcialidade do fenômeno.

Com relação ao projeto de sentido, pudemos perceber que as manifestações reiteram os mesmos valores e o saber-fazer distintivo que a Marca IEC veio construindo desde seu início, e que algumas coisas foram acrescentadas, contudo, sem conflitar com seus preceitos iniciais, o que valida a proposição de Semprini (2010, p.166) quando diz que no projeto de marca se encontra também “um viveiro de todos os cenários possíveis que a marca poderá ou não desenvolver”.

Vemos então que, o pioneirismo, o ineditismo e o desbravamento são valores que constam em todos esses materiais. O discurso de Marca do IEC está sempre ancorado em seu “passado memorável”, na lembrança da presença e legado de Evandro Chagas e outros pesquisadores que moldaram a linha de atuação da instituição. Isso está presente nas imagens históricas que ilustram os materiais e fortemente atrelado à imagem do Casarão como elemento representativo desse passado. Essa é a razão, por exemplo, pelo qual o desenho que simboliza o IEC, seu logotipo, contenha um desenho do Casarão.

Em contraponto a Marca IEC busca ao mesmo tempo evocar seu grande destaque científico que reiteradas vezes é enunciado como “reconhecido nacional e internacionalmente”, trazendo a perspectiva de que o IEC está sempre atualizado com as mais recentes descobertas e técnicas científicas, está na linha de frente da produção científica.

O diferencial que a instituição tem em seu saber-fazer, que é a pesquisa de campo, é também um elemento bastante destacado em todos esses materiais, sempre mencionado nos textos, contudo percebemos que não é tão bem explorado nos traços discursivos não-verbais. Essa asserção, obviamente, é levando em conta os itens sobre os quais detemos a nossa análise, a capa e a parte de apresentação dos materiais. Mas sendo um item tão importante, é interessante perceber que sobre esse aspecto, as manifestações têm uma certa dissonância com o projeto de sentido. Por que não mostrar mais o trabalho de campo já que esse é o diferencial do IEC?

Outro aspecto do projeto de sentido muitas vezes reiterado é a tradição do IEC na formação de novos pesquisadores, de novos técnicos e cientistas. A atuação na área de ensino, na transmissão e treinamento dos conhecimentos adquiridos, é uma tônica no discurso da Marca IEC.

No que diz respeito à área de atuação propriamente dita, vemos que a definição de “Centro de estudos e solução dos problemas médicos do Norte do Brasil, em especial dos problemas das áreas rurais” nos seus primórdios se converte em “Centro de conhecimentos científicos e técnicos no âmbito da vigilância em saúde, das ciências biológicas, do meio ambiente e da medicina tropical com atuação nacional e com ênfase na Amazônia Legal.” A primeira definição era mais simplificada, mas vemos que a segunda se configura como um desenvolvimento e definição mais contemporânea das atividades e do território de atuação, com o acréscimo que foram os estudos ambientais.

Agora voltando o olhar para como se configura no discurso da Marca IEC a Amazônia como território produtor de ciência, temos pontuações específicas para cada material. No primeiro material que é datado do início da década de 90, o que identificamos como “INSTITUTO evandro chagas”, como está grafado o nome da instituição na capa, observamos que no texto a Amazônia é pouco relatada, ela é mencionada apenas uma vez, sem muitos detalhes em relação às suas qualidades. A menção maior quanto a questão territorial é feita sobre o Brasil e de como as dificuldades estruturais do país condicionam a ciência brasileira ser apenas reprodutora de conhecimentos produzidos em outros centros mais “avançados”.

Mas mesmo assim, o IEC como se estivesse fora desse condicionamento, tem seu trabalho reconhecido “nacional e internacionalmente”. Aqui temos então uma situação de ambiguidade, já que a Amazônia se encontra um tanto quanto escondida no discurso, mas o

IEC que é um representante da região na produção de ciência tem uma relevância a despeito das condições desfavoráveis mais amplas de sua inserção territorial que é o Brasil.

No material seguinte, “Conhecendo o IEC”, publicado em 2009, a apresentação inicia por uma descrição pormenorizada de dados sociodemográficos da Amazônia. O lócus de atuação do IEC é descrito em outras palavras como um vazio demográfico e como região onde o crescimento populacional está entrelaçado com uma condição cada vez mais precária para essas populações. Descreve a Amazônia como um cenário de guerra onde o IEC bravamente luta. Outro ponto a ser observado é que a atuação do IEC nas questões ambientais ganha maior relevância perante a apresentação das demais. Por fim, realizar o trabalho na região amazônica é descrito por um cenário de “muitas dificuldades”, mas que a inspiração deixada por seus pioneiros renova o entusiasmo das novas gerações de pesquisadores. Nos traços discursivos não verbais vemos a utilização da cor verde incorporar a imagética circunscrita nos elementos trabalhados pela Marca Amazônia (AMARAL, 2016), e uma forte vinculação ao casarão, portanto, ao seu passado.

Na edição comemorativa da Revista Pan-Amazônica de Saúde, em 2016, temos o destaque ao pioneirismo do IEC e a herança dos antepassados na formação de pessoas e em todo o seu legado. Neste material é realizado um detalhamento minucioso do IEC, no âmbito do ensino, pesquisas científicas, parceiros nacionais e internacionais e financiadores das pesquisas. Também deixa bem claro o envolvimento do IEC com o cenário amazônico, destacando sua presença nos grandes projetos de desenvolvimento postos em ação na região. Coloca o IEC como grande polo de produção científica, expressa a crença de que “é possível fazer ciência de excelência na Amazônia” com recursos e pessoal da região. Nos traços discursivos não-verbais temos um IEC mais multifacetado com imagens mais diversificadas das suas atividades, porém mesclando fotos históricas com atuais.

Por fim, no material “Instituto Evandro Chagas - 85 anos”, publicado em setembro de 2021, o enaltecimento das potencialidades do IEC se torna mais comedido, dando maior ênfase apenas ao seu pioneirismo. Em compensação, a Amazônia é citada e evocada em diversos momentos do texto, tomando um sentido de protagonismo simplesmente atuar no cenário amazônico. Aqui, ao que parece, torna-se mais importante ressaltar o lugar onde o IEC realiza seus trabalhos: “Destaca-se como um relevante centro de pesquisas em uma região que faz parte da maior floresta tropical do mundo, de clima quente e úmido” como está inscrito no texto.

Fazendo uma relação com o contexto histórico desses diversos momentos em que os materiais foram publicados, temos que, conforme já mencionamos anteriormente, no início da década de 90, antes da ECO-92 a Amazônia era vista ainda dentro de definições qualitativas como “vazio demográfico”, “inferno verde”, enfim, uma região que de certa forma tinha um foco de enunciações bastante pejorativas e que no espectro governamental se configurava em diversas dificuldades para alcançar o "desenvolvimento". Depois da ECO-92 em diante, a Amazônia passou por o que alguns chamam de "surto midiático" (ARBEX JR, 2005, p. 38) crescendo em menções devido sua importância estratégica quanto à preservação ambiental, e também com relação à sua riquíssima biodiversidade, como manancial para a extração e produção de diversos produtos diferenciados para as indústrias alimentícia, de cosméticos, farmacêutica entre outras. Esse alto grau de publicização acabou por converter a Amazônia, como já ressaltamos diversas vezes neste trabalho, no fenômeno simbólico que Amaral (2016, p.86) denominou de Marca Amazônia:

A "Amazônia" se constitui, portanto, como uma marca a partir de uma proposta de valor que, por sua natureza polissêmica, parece conferir aos vários produtos e serviços que agregam este nome, uma valoração garantida pelo nível de publicização que a palavra atingiu. A Marca Amazônia está na mídia como um discurso cultural, econômico, ecológico e científico..." (Amaral, 2016. p.53)

Percebemos então, claramente, que antes de a Amazônia se configurar como uma marca, e de ter esse potencial simbólico, em sua divulgação o IEC pouco mencionava seu local de atuação. Isso muda posteriormente, quando atrelar-se à Amazônia confere investimento de sentido de grande relevância, que só vai cada vez mais se adensando, como podemos observar como a Amazônia vai se apresentando nesses materiais. Com essa síntese das manifestações da marca IEC realizada, seguimos agora para a parte da análise que corresponde ao âmbito da imagem.

3.1.4 Imagem de marca IM1 - Entrevistas pesquisadores

Conforme explicamos no início dessa parte analítica, para a construção da identidade de marca do IEC, fizemos um recorte que aglutina a análise de documentos de divulgação institucional enquanto manifestações do polo de produção da marca. Do outro lado, para compor o lado do reconhecimento, colhemos dados de entrevistas com os pesquisadores do IEC que, conforme já explicamos, ocupam uma posição interessante para obtermos essas informações enquanto mediações humanas da Marca IEC (SEMPRINI, 2010, p. 191).

O caminho natural seria realizar entrevistas com o público da Marca IEC. Contudo, esse público é bastante diverso para nos dar alguma percepção da construção simbólica que existe a respeito do órgão. Envolve, por exemplo, as comunidades atendidas pela instituição, os órgãos governamentais, como secretarias de saúde de municípios e estaduais, que recebem os serviços do IEC na rede de atendimento à vigilância, seria também os pares científicos que observam o trabalho realizado pela instituição, os organismos internacionais como a OMS e OPAS, com as quais o IEC tem relações de trabalho estabelecidas como Centro Colaborador e Laboratório de Referência para determinados agravos, enfim, é uma longa lista para ser abarcada.

A solução que encontramos, e que consideramos mais exequível diante de nossos recursos e prazos, foi realizar entrevistas com os pesquisadores do IEC e observar por meio das experiências deles como a Marca IEC é compreendida no âmbito da recepção, já que eles enquanto mediação humana representam a marca e recebem as mais diversas devolutivas.

Como informamos anteriormente, nas explicações a respeito do percurso metodológico e detalhamento do corpus de pesquisa, nossa pesquisa inicial iria tomar como elemento central de coleta de dados essas entrevistas. Dessa maneira, durante a realização das mesmas, enquadrámos um repertório bem maior de perguntas para cobrir diversos aspectos na observação da imagem do IEC. Realizamos perguntas sobre a forma como eles observavam que a Amazônia era representada midiaticamente, como é ser um pesquisador na Amazônia, entre outras questões que também não deixam de ter correlação com a imagem do IEC.

Com a mudança realizada, centrando mais as análises nos documentos, as entrevistas aqui estão de maneira complementar, para tensionarmos e compararmos o que encontramos nos documentos e verificar como algumas dessas coisas são absorvidas e replicadas. Sendo assim, por uma necessidade de recorte, focamos então em observar por meio deles como o IEC é reconhecido em três âmbitos específicos: em relação às comunidades que são atendidas, aos veículos de imprensa e no próprio meio científico, com os pares. Também por meio disso temos como observar como o projeto de sentido do IEC, que está expressos nos documentos, aparece também nesses depoimentos.

A abordagem neste sentido é de alguma forma seguir o que Verón (2004, p.246) propõe na citação que mencionamos anteriormente, que seja “reconstituir as categorias cognitivo-avaliativa dos sujeitos”, pelo que o pesquisadores vivenciam sobre a maneira como essas diversas instâncias compreendem a Marca IEC, e que nos dão compreensões diversas,

tanto quanto são suas gramáticas de reconhecimento, como nos diz Verón (xxx, xx), e que obviamente nos trazem não apenas um determinado efeito, mas um “campo de efeitos”.

Em uma linha de entendimento semelhante, Semprini (2010, p.160) diz que a identidade "pode ser reconstituída de maneira diferente do público que teve acesso a diferentes manifestações ou que interpretam de outras formas as mesmas manifestações". Ele exemplifica de maneira bem interessante esse aspecto com a marca McDonalds, que é observada por algumas pessoas como um símbolo da alimentação não saudável, que por isso tem repulsa por suas manifestações e, em contrapartida, o público que consome os sanduíches, que tem uma interpretação oposta.

No nosso caso, além do mais, não se trata de um estudo de recepção linear, onde um indivíduo foi exposto a determinada manifestação da marca e responde o que ele reteve daquela manifestação específica. É muito mais observar de uma maneira mais ampla, que envolve as manifestações feitas pela/sobre a instituição, e o seu contexto, onde podemos observar como o fenômeno sociodiscursivo Marca IEC, uma instituição de pesquisa científica amazônica, está investida de sentidos por esses segmentos da sociedade. Mais ainda, quais marcas o processo de significação deixou diante de todas as articulações simbólicas que estão envolvidas (SANTANA, 2015, p. 4). Isso em alguma medida reitera a dimensão translinguística que Braga (2005, p. 255) atribui a teoria dos discursos sociais de Verón.

Feitos esses esclarecimentos vamos verificar nas entrevistas como a Marca IEC é reconhecida enquanto instituição de pesquisa criada e atuante na Amazônia, como os valores e atribuições mencionadas nos documentos que analisamos estão dispostos na forma com que o IEC é discursivizado e tratado nos depoimentos dados, em acordo com a vivência de alguns de seus cientistas. Por fim, reiteramos, isso é o que corresponderá à imagem.

Assim sendo, no que diz respeito às comunidades, os pesquisadores que conversamos relataram que as populações atendidas nas ações do IEC, que em grande parte são de locais mais no interior da Amazônia e do Brasil, recebem bem as equipes e têm muito respeito pela instituição. A imagem que se tem do IEC é como se ele fosse um grande hospital, que se desloca até essas populações para resolver problemas de saúde pública. Neste sentido essas comunidades não distinguem que o IEC é uma instituição de pesquisa, mas uma instituição que tem condições de resolver os problemas que a população possa estar enfrentando, e que por isso tem grande credibilidade. É o que nos relatam três entrevistados:

ENTREVISTADA 9: Elas crêm muito que isso aqui é um hospital. Elas crêm muito que isso aqui é o laboratório. Mas assim... elas vêm muito mais a ideia de que é um hospital do que seja um laboratório. E aí eu digo: “Não, isso aqui é um laboratório de pesquisa. É um laboratório com afinidade para estudar apenas doenças tropicais, alguma coisa de meio ambiente, mas é pesquisa. É um laboratório de pesquisa.” Aí a gente tem que ensinar. Eu ensino porque eu vejo, a percepção deles, das poucas pessoas com os quais eu lido, que estão fora da nossa área de trabalho. Por exemplo, os profissionais conhecem bem, mas o pessoal leigo que vem aqui, acham que é o hospital. Ou confunde, às vezes com o IML, com Renato Chaves²⁹, mas isso é por conta do nome, por mais nada. Por conta do nome, então as pessoas realmente são bem desinformadas. A própria população de Belém é bem desinformada do que é o Evandro Chagas. Eu acho que até já melhorou bastante, mas até hoje ainda tem essas confusões.

ENTREVISTADA 2: Certo, acho que assim fica mais fácil porque as pessoas, elas têm essa demanda para cá, então é...eles ficam ansiosos e acham realmente que o instituto ele tem a capacidade profissional e técnica para investigar e dar resposta. Tem vários casos que as pessoas têm uma doença que se esteja prolongando, que não tem resolução e elas querem por qualquer custo conseguir uma indicação para virem até aqui, para poder fazer os exames, para investigar, para conversar com algum médico. Então assim, a credibilidade do instituto para essas pessoas que já convivem nesse universo é grande.

ENTREVISTADO 7: É que as pessoas, quando sabem que eu trabalho no instituto Evandro Chagas elas ficam assim...elas têm uma reação muito positiva. Elas ficam, digo “Nossa você trabalha lá naquela instituição? Instituição muito maravilhosa e tudo mais e tal”. Porque eu acho que a marca que o instituto vende é essa. Embora as pessoas muitas vezes não saibam exatamente o que o instituto faz e fez nesses anos todos, nesses quase 100 anos de existência. A imagem é que é um órgão que exerce um papel positivo e muito importante para a saúde. Não necessariamente saúde pública, vigilância, porque as pessoas não têm essa exata percepção. Mas um papel muito importante. É como se elas tivessem orgulho de ter essa instituição localizada aqui na Região Norte, aqui em Belém, Ananindeua.

Pelos depoimentos observamos que a população em geral não conhece bem detalhadamente o que é o âmbito de atuação do IEC. Dispomos aqui apenas desses três relatos, mas essa é a tônica que encontramos nas falas dos demais cientistas. Existe contudo a ideia de que o IEC é uma referência naquilo que faz, e que essa *expertise* gera confiança naqueles que procuram a instituição. Entretanto não é conhecida a dimensão de importância desse saber-fazer do IEC, qual realmente é a posição ocupada por ele dentro do enquadramento hierárquico construído na percepção das pessoas, sobre a qualificação de instituição, que, grosso modo, se estabelece nos patamares de regional, nacional e internacional. Porém, existe uma crítica até pela mesma Entrevistada 9, de que, em um outro universo de compreensão, quando ela ainda era estudante de medicina, isso há alguns anos atrás, ela não tinha ouvido falar do Instituto Evandro Chagas:

²⁹ Renato Chaves é o nome do Centro de Perícias Científicas do Pará, composto pelo Instituto de Criminalística e o Instituto Médico Legal. A referência é feita porque existe realmente uma determinada confusão com os nomes das duas instituições. O próprio autor já observou pessoas que misturavam até os nomes. Por vezes já escutamos as pessoas se referirem ao IEC como o Evandro Chaves e outras até como Renato Chagas.

ENTREVISTADA 9: Eu não tinha a menor ideia do que era o Evandro Chagas. Eu só soube o que era Evandro Chagas, já formada. Eu já estava formada em um curso de medicina. Imagina isso? Eu não sabia que existia Evandro Chagas. Então como é que eu faço um curso de medicina e ninguém, nenhum professor me cita essa instituição? Me conta como é isso? Eu não entendi isso até hoje. Eu não entendo isso. Na UFPA eu não tinha a menor ideia do que era o Evandro Chagas, e durante o meu curso inteiro. Eu só soube o que era Evandro Chagas, quando entrei numa residência médica, que aí a gente tinha a colaboração lá dos resultados de laboratório, dos exames para leishmaniose, para hanseníase... Então era tudo feito em colaboração, algumas coisas lá do Barros Barreto feito em colaboração. Foi quando eu conheci o Evandro Chagas.

Essa percepção se coaduna com a do pioneiro da Assessoria de Comunicação do IEC, Paulo Cruz, que relata sobre o início do trabalho de divulgação do IEC, que até então era pouco conhecido:

Nós iniciamos esse trabalho, como eu falei, eu acho que no início, foi um trabalho muito lento, não é? E a gente pensou: “como é que a gente vai fazer com que o Instituto comece a ser realmente reconhecido?”. E a gente começou a participar dos eventos. Através de eventos com o público acadêmico, o público que realmente é, principalmente nos eventos locais. A gente começou a ter essa informação, passar essa informação. E também passar alguns documentos desses, que eram produzidos, em escolas. **Porque o próprio paraense, ele não sabia o que era o Evandro Chagas, quem era o Evandro Chagas, o que fazia, enfim.** Era uma coisa que a gente tinha, não tinha nem o dever de casa ainda. E aí o Evandro Chagas era mais reconhecido internacionalmente do que no próprio país. Porque? A referência internacional dele, que eram as arboviroses, foi um dos grandes trabalhos que foram feitos na época em que os americanos vieram para cá.

Vemos nesse sentido que o IEC desde tempos passados contrastava com uma produção de grande destaque na comunidade científica, entre os pares, especialmente os internacionais, sem que no entanto fosse enxergado por instituições que estavam bem ao seu lado como é o caso do relato da pesquisadora a respeito do curso de medicina da UFPA. Nesta pesquisa não nos foi possível investigar mais a fundo o porquê desta situação específica, mas apresentaram-se hipóteses diante de alguns dados que nos deparamos. Um deles é a pesquisa de Santos (2021) que realizou o primeiro estudo de abrangência comunicacional sobre o IEC. Em sua pesquisa que observou o enquadramento noticioso dado ao IEC durante 80 anos em dois jornais paraenses, Santos percebeu que algumas vezes os feitos realizados pelo IEC não apareciam atribuídos a este. Segundo sua hipótese, alguns períodos de silenciamento do IEC nas amostras pesquisadas podem ser atribuídos à circunstância de que o IEC, enquanto laboratório central do SESP, e posteriormente da Fundação SESP, não tinha seu nome mencionado nas reportagens, sendo as atividades atribuídas à essas instituições governamentais as quais o IEC era subordinado.

Com relação à questão de ser mais reconhecido internacionalmente do que no próprio país vamos resgatar em outro momento a discussão, mas é importante frisar que com esse trabalho desenvolvido de divulgação aos poucos o IEC passou a ser mais conhecido pelas comunidades e mesmo no âmbito acadêmico. O Entrevistado 7, por exemplo, dá outro parecer quanto a essa visibilidade do IEC. Aqui o que ele relata diz respeito a sua entrada na instituição, já no ano de 2011:

ENTREVISTADO 7: Mas é assim, a imagem que eu tinha, que era uma imagem, como se eu fosse uma pessoa, como de fato era uma pessoa da comunidade. [...] Eu sabia que o instituto era uma coisa legal, era um local que fazia ciência e eu, como vim da universidade pública, onde se fazer ciência lá é... sempre foi muito mais difícil em questão de investimento, de infraestrutura e a gente que está nesse meio científico, a gente ouvia muito falar que a infraestrutura do Instituto era muito boa que aqui se fazia pesquisa de ponta. Se tinha tecnologia de ponta aplicada à geração de conhecimento, a aplicação de atividades e serviços de vigilância de diagnóstico. Então eu vim da comunidade com essa percepção, de que o instituto era uma coisa muito legal, um local bom de se trabalhar nesse campo da ciência e não sabia muito bem o que eu ia encontrar aqui.

Vemos portanto, que a atuação de um trabalho de divulgação surtiu efeitos sobre o reconhecimento dado ao IEC e, conseqüentemente, à Marca IEC, sua construção simbólica. Ainda assim, percebemos que o IEC é muito pouco conhecido em suas atividades e em sua capacidade. A percepção das comunidades "leigas" é de que o IEC é um órgão que atende na resolução de problemas de saúde, e dentro disso é uma referência, mas sem a real medida do que isso significa e, mesmo a comunidade acadêmica, de certa forma, não conhece o potencial do IEC. Isso na verdade expressa os dados encontrados nas pesquisas sobre percepção pública da ciência, que mencionamos no tópico 2.3 a respeito de ciência, onde o dado mais recente colhido em 2019, permanece indicando que 90% da população brasileira não sabe mencionar o nome de uma instituição de pesquisa autóctone (CCGE, 2019, p.17).

Essa conjuntura indica que é necessário uma maior preocupação com a divulgação das atividades do IEC, mas que é um cenário muito mais amplo, pois diz respeito também aos níveis educacionais e de níveis de alfabetização e cultura científica da população. E, neste sentido, pudemos observar pela outra pesquisa de percepção pública da ciência em nível global (Wellcome, 2019) que também abordamos no tópico sobre ciência, a relação estabelecida de que, o interesse e compreensão por ciência, está diretamente ligado aos níveis de envolvimento das populações entrevistadas com o modelo de ciência hegemônico. Assim é que os percentuais onde a população melhor soube expressar uma compreensão sobre ciência são os Estados Unidos e boa parte dos países Europeus. E da mesma forma, essas populações

enxergam melhor a importância e as ações desenvolvidas pelas instituições científicas dos seus países.

É com vistas a esse cenário que Loureiro (2022, p.225) diz que a colonialidade, especialmente a colonialidade do saber, vai se mantendo em um ciclo permanente de manutenção da hegemonia dos países dominantes. Visto que esses mantêm ininterruptos investimentos no tripé educação/ciência/tecnologia, que na sequência se convertem em força motriz para a economia, melhoria de técnicas e condições de trabalho e produção, novas tecnologias que aprofundam a distância dos países periféricos, já que nas relações de troca os produtos das nações com alto nível de desenvolvimento científico e tecnológico tem muito mais valor agregado do que a dos países periféricos.

Mais ainda: a atribuição simbólica que se institui com essas hierarquias, também serve de efeito invisibilizador da produção científica no Brasil e em outros países periféricos, e em efeito cascata na Amazônia, que mesmo quando alcança resultados relevantes de seus trabalhos, como é o caso em específico do IEC, não ganha a devida repercussão nem em âmbito regional, e muito menos, em âmbito nacional.

Mudando agora para a análise aos principais valores e atributos que a Marca IEC advoga para si, encontramos nos materiais de divulgação institucional que estes são a tradição, o pioneirismo, e o desbravamento. Essas qualidades são confirmadas pelos depoimentos dos cientistas, como vimos nos trechos de entrevista que trouxemos ainda na parte do projeto de sentido:

ENTREVISTADA 6: Olha nós somos... na verdade somos pioneiros, né? Porque nós começamos. [...] É isso, é esse, é o pioneirismo de a gente ir a lugares e onde ninguém antes tinha ido. Detectar um monte de doenças que são inéditas. De vez em quando alguém acha um bichinho aí que ninguém ainda não tinha percebido. Então nós temos esse... essa parte de ineditismo.

ENTREVISTADA 9: Mas o Evandro Chagas, quando ele veio aqui, ele veio fazer e veio buscar essas doenças que a gente chama tropicais, as doenças que ninguém sabe, ninguém sabe tratar, ninguém tem um remédio bom. Essas populações são de difícil acesso, então acho que marca mesmo assim é essa coisa já inaugurada pelo próprio Evandro Chagas, que é ir pro meio do mato, epidemiologia de campo, né? Que é como a gente chama. É entender um pouquinho melhor além do que está escrito no livro sobre essas doenças. É entender todo um contexto que está muito na moda agora no tal da saúde única. Mas eu acho que é entender esse contexto assim, de que, por que essas doenças ocorrem.

A questão da tradição é também mencionada pelos pesquisadores em relação ao “passado memorável” que o IEC tem, e até personificado no nome de alguns pesquisadores da

história mais recente do IEC, mas que atualmente já se aposentaram como é expressado pela Entrevistada 8:

ENTREVISTADA 8: Olha, quando se fala isso do Instituto Evandro Chagas, pelo menos no meio que eu convivo, se fala muito do passado, de toda a representação que o instituto teve do passado. Aí surge o nome do Dr. Linhares, Pedro Vasconcelos. Então, assim, eu vejo que essas pessoas pioneiras em determinadas pesquisas, fizeram o nome do Instituto como uma referência de uma instituição que dava o apoio à saúde pública.

Com relação a essa questão do reconhecimento do IEC em nível nacional e internacional existem alguns aspectos bem interessantes trazidos pelos cientistas, que evidenciam a questão do colonialismo interno exercido sobre a região amazônica pelo eixo Centro-Sul, conforme discutimos nos tópicos 2.2 e 2.3 sobre a Amazônia e Ciência. Em depoimento anterior vimos que o servidor Paulo Cruz já evidenciou essa questão. Outra pesquisadora também levanta esse mesmo quesito, ainda que com uma certa parcimônia:

ENTREVISTADA 4: É uma pergunta delicada no sentido de que talvez no cenário, talvez, tá, Fábio? E aí depois a gente pode conversar melhor. Mas assim... Talvez no cenário internacional, nós tenhamos uma melhor repercussão em termos desse contexto, dessa relação que você colocou do que hoje no cenário nacional por conta mesmo de diferentes acontecimentos que levam a determinadas fragilidades. E dentre elas é dessa relação com alguns outros atores.

Aqui o contexto ao qual ela está se referindo é sobre o reconhecimento do trabalho do IEC, que é tantas vezes mencionado nos documentos de divulgação institucional. Assim, a maioria dos depoimentos descreve que, realmente o IEC tem um prestígio com relação ao seu trabalho científico, e isso está expresso pelos credenciamentos de algumas de suas atividades como centro colaborador da OMS/OPAS, e das referências laboratoriais que exerce dentro da estrutura da rede de referências dos laboratórios públicos brasileiros. Bem como, diversos estudos e achados de alto impacto científico. Ainda assim, alguns deles relatam as questões de um olhar um tanto quanto enviesado para a qualidade do trabalho científico desenvolvido na região e dessa maneira, englobando o IEC. É isso o que nos diz o Entrevistado 7:

ENTREVISTADO 7: Eu acho que essa questão de visibilidade quando você compara uma instituição daqui do Norte, uma instituição lá de baixo, é... eu acho que não vale só para o Instituto. Porque embora o Instituto tenha uma posição de destaque, a meu ver, aqui na Região Norte, aqui no estado do Pará, em relação à infraestrutura, uso de tecnologia de ponta para diagnóstico... a qualidade dos profissionais que fazem epidemiologia de campo, esse tipo de coisa (discriminatório) não é só para o Instituto, mas para a Região Norte como um todo. Eu acho que essas pessoas, elas vêm não é com um olhar... eu não sei se depreciativo seria a palavra. Mas elas não enxergam a qualidade que a gente tem. Não é? Elas de repente superfaturam a qualidade que eles têm, e subfaturam, vamos

dizer assim, a qualidade que nós temos. Então isso não é uma percepção só de como você vê o Instituto, que algumas pessoas que não são daqui da região veem o Instituto, e sim, é uma espécie de preconceito que se tem e que não se tem só na comunidade científica. Mas na comunidade científica é assim, isso é uma realidade, é uma realidade, não só quando você compara Sul/Sudeste com o Norte/Nordeste, e sim quando você compara Brasil, Europa e Estados Unidos.

Aqui temos evidenciado o que Loureiro (2022) afirma em relação a Amazônia ser enxergada como o “lugar do atraso” no Brasil, e da atribuição por vezes preconceituosa e estereotipada que é emanada pelo eixo Centro-Sul. Os depoimentos da entrevistada 4 e do entrevistado 7 expressam a inferiorização que é aplicada à Amazônia, e de que isso, obviamente, não se restringe apenas ao IEC, mas é um olhar, conforme também explica Loureiro, que se aplica à região por inteiro, tamanha a construção simbólica degenerada de suas condições selvagens, de estranheza e exotismo.

Mas o fato de a entrevistada 4 mencionar que talvez o IEC seja mais reconhecido internacionalmente do que internamente, demonstra que o neocolonialismo praticado no Brasil se reveste de uma dimensão maior ainda do que aquela que se expressa atualmente em âmbito internacional, pelo menos para esse caso em específico. Conjecturamos também que a participação dos pesquisadores estrangeiros que atuaram no IEC abriu portas para a visibilização desse trabalho em outras latitudes, que de certa forma não recebem o mesmo crédito no âmbito interno do país.

O mesmo entrevistado 7, complementa essa situação do reconhecimento nacional e internacional do IEC, enfatizando a questão apontada por alguns autores com relação à questão de hierarquias geopolíticas na produção do conhecimento (NEVES, 2020), que se processam tanto em âmbito global, como em âmbito regional, classificando determinados territórios com uma melhor aceitabilidade de suas ações do que outros que se encontram em um condicionamento subalternizado dentro desse ordenamento, como enfatizamos algumas vezes:

ENTREVISTADO 7: No momento que você vai tentar ganhar visibilidade lá fora, publicar algum artigo científico, existe uma grande diferença de aceitabilidade, de como a comunidade científica enxerga uma atividade que é exercida numa universidade americana em relação ao Brasil e, da mesma forma, como instituições do Sul/Sudeste enxergam as atividades exercidas aqui no Norte ou pelo Instituto Evandro Chagas. Mas, ainda assim, a gente tem números que outras instituições não têm. Por exemplo, os laboratórios que a gente tem, NB3 e NBA3³⁰. Tem poucos que têm no país. Não é? Pouquíssimos. E um deles está aqui no Instituto. E aí para

³⁰ Explicar o que são esses laboratórios.

exemplificar, no momento que teve aqueles grandes surtos, um dos grandes surtos que teve do Ebola, em que o Ministério da Saúde teve que escolher um laboratório para destinar amostra para se fazer diagnóstico em caso de suspeita no território nacional, o laboratório escolhido foi o laboratório do setor de arbovírus, que era o laboratório de NB3 daquele momento. Então, em detrimento a todo e qualquer outra instituição grandiosa, que mesmo grandiosa que seja, como é o caso da Fiocruz, como é o caso de grandes universidades como a USP, por exemplo, ainda assim, o Instituto Evandro Chagas, pela experiência que tem, pelo *know how* que ele sempre teve, especialmente nessa parte de virologia, de arbovirologia, ele exerceu um papel de destaque nacional e internacional. Então ele foi um laboratório escolhido naquele momento para exercer um papel de protagonismo. Mas as pessoas ainda assim, as pessoas, elas às vezes, elas não digerem isso com grande facilidade. Não é porque lá é melhor que aqui ou aqui é melhor que lá. Isso depende muito do que se esteja comparando, mas talvez assim, é como eu vejo, exercendo de uma certa forma um preconceito.

Esses relatos, portanto, exemplificam bem os pontos descritos nos discursos da Marca IEC quando remetem a comentários como aqueles de que “é possível fazer pesquisa de qualidade na Amazônia”. Esses enunciados fazem frente a essas circunstâncias de que existe esse olhar depreciativo para a região, como relatado acima, e esse olhar é um olhar homogeneizante: não se busca conhecer que o IEC possa ter realmente a capacidade para realizar determinadas atividades de altíssima complexidade; se a instituição se localiza na Amazônia, e é da Amazônia, é tácito depreender que deva ser atrasada, que não disponha de estrutura e nem de capacidade técnica.

Outro ponto interessante que reverbera essa mesma questão, e que alguns cientistas comentam, é a surpresa que visitantes das regiões externas expressam quando vem conhecer a estrutura do IEC. De acordo com essa visão prevalente da região, que é ligada a essa atribuição de inferioridade, conforme aponta Loureiro (2022, p.147), ao que parece, eles não esperam encontrar uma boa estrutura em uma região que consideram “atrasada”. Sobre isso temos alguns relatos:

ENTREVISTADA 6: Inesperado. Eles nunca esperam encontrar o que eles vêm aqui, né? Que a ideia que tem se tem é que é incipiente, é pequenininho e tal...só trabalha com a memória, com história passada...tem essas conversas. Mas quando eles chegam aqui mesmo, que eles vão conhecendo e tomando conhecimento do tamanho e do que se faz aqui é...é uma mudança, não é? Porque você ouviu falar, leu algumas publicações, alguma coisa sobre o Instituto, mas quando você vem mesmo na estrutura do Instituto...que você sabe que a gente tem uma estrutura bem grande, né? Então...e as coisas que são feitas aqui...tem gente que nunca viu uma máquina de microscópio eletrônico. Quando eles chegam aqui, veem que um microscópio eletrônico ocupa o lugar de uma sala, só um microscópio.... [...] É inesperado, eles nunca esperam o que eles vão ver aqui.

ENTREVISTADA 5 Eles ficam surpresos. De fato, é aí que é o ponto que eu acho que está havendo, como a gente não...as pessoas não conhecem, né? O que é o

Instituto. Porque diversas vezes pessoas que vieram falar: "eu não imaginava que na Amazônia tivesse um Instituto desse tamanho, com esse porte, no sentido de equipamentos, e no sentido de pesquisas que estão sendo desenvolvidas". Então é comum eles ficarem surpresos sim com a dimensão do Instituto, e não só a dimensão, mas também o aporte de equipamento e dos estudos que aqui são feitos.

Por outro lado, é necessário fazer o contraponto com relação a esses aspectos, pois também, alguns pesquisadores abordam a questão de o IEC ser superestimado em algumas circunstâncias. E vemos aí, claramente, como o poder de articulação da Marca IEC se faz presente, e que, ainda que em uma proporção menor, uma construção positiva da imagem chega mesmo a ultrapassar a própria capacidade real da instituição:

ENTREVISTADA 2: A visão que eu tenho é que as pessoas de fora pensam até que a gente...que nós somos até mais do que na verdade nós somos. Quantas e quantas pessoas querem, por exemplo...por experiência, a gente tem contato agora com pesquisadores que querem vir para cá. Para conhecer o que se faz, não é? E o que a gente faz é infelizmente assim...É pouco em função daquilo que poderia fazer.

ENTREVISTADA 9: Eu diria que assim a maioria é de excelência, a maioria. Tudo que eu escuto da população, tanto leiga quanto até os profissionais também é de excelência, sim, e eles acreditam na instituição. Eu acho, eu penso que é assim, às vezes, até de uma forma, um pouco fora da realidade, mas acreditam muito. Eu acho que as pessoas acreditam no Instituto Evandro Chagas de uma forma geral. Eles acham que a gente faz mais do que a gente faz, entende? E a gente tem limitação do que a gente faz. É óbvio, não é? Então as pessoas acreditam que a gente faz tudo. A gente sabe tudo. E não é bem assim. A gente tem limitações, tem linhas de pesquisa específicas. Então, a gente não faz tudo. Isso dentro do universo absurdo que são as doenças infecciosas, né?

Isso reverbera, entretanto, uma situação que diz respeito a uma diferença que existe entre a relevância do trabalho desenvolvido entre as diversas seções do IEC. Alguns desses nichos de atuação tem mais destaque que os outros, e isso talvez incida nessa discrepância de avaliação. Outro ponto é que o fato de as pessoas não conhecerem em profundidade o IEC, e este vez por outra ser qualificado como de grande excelência, faz com que se tenha essa impressão de que tudo o que é feito no Instituto está no mesmo patamar. E esses depoimentos nos mostram que isso não é bem assim.

Continuando, temos o diferencial que a Marca IEC carrega como a "especificação de sua promessa" conforme vimos no projeto de sentido e nos documentos de divulgação institucional, que é a pesquisa de campo. Essa distinção que existe no saber-fazer do IEC é também expressada nos depoimentos dos cientistas:

ENTREVISTADA 2: Nós temos essa questão de vivência de campo muito grande, que envolve principalmente a questão de vetores. Aí você tem vetor dos arbovírus da vida, você tem Chagas, não é? Então eu vejo que essa experiência e conhecimento a nível de campo, envolvendo tanto a questão da nossa localidade quanto a experiência no tratar disso, com relação aos vetores, ela é o principal diferencial do IEC.

ENTREVISTADO 7: É que o instituto foi alicerçado para exercer um papel de protagonista na vigilância em saúde, na saúde pública. E isso transpassa muito, muitas atividades. Entre elas, pesquisa de campo. Realizar aquilo que a gente chama de epidemiologia de campo, não é? Que é fazer, é ir em loco onde estão acontecendo os surtos e epidemias e fazer análise, fazer a avaliação do que está acontecendo naquele momento.

ENTREVISTADA 9: Mas o Evandro Chagas, quando ele veio aqui, ele veio fazer e veio buscar essas doenças que a gente chama tropicais,. As doenças que ninguém sabe, ninguém sabe tratar, ninguém tem um remédio bom. Essas populações são de difícil acesso, então acho que marca mesmo assim é essa coisa já inaugurada pelo próprio Evandro Chagas, que é ir pro meio do Mato, epidemiologia de campo, né, que a gente chama.

Nestes relatos observamos o quanto o conhecimento que estes cientistas têm da Amazônia, a vivência nesses ambientes, que tem circunstâncias bem diferenciadas, é para eles o que diferencia o IEC. Em um tópico mais à frente veremos que quando são chamados cientistas de fora da Amazônia para falarem a respeito da região, isso é o que mais os incomoda. O fato de que esses, ainda que amparados no “método”, não tenham a mesma profundidade de estreiteza com o cenário amazônico. Vemos no terceiro depoimento como a pesquisa de campo na Amazônia está vinculada, na área da saúde, com as doenças em populações negligenciadas, que é também o foco de atuação do IEC.

Outro aspecto que é expressado pelos pesquisadores e que aparece nas manifestações é a importância do IEC em sua atuação na área de ensino e o quanto isso está presente no reconhecimento da Marca, e de como a formação realizada nos programas do IEC é reconhecida como de alto valor curricular:

ENTREVISTADA 8: Eu vejo pessoas que começaram aqui como estagiário, passando por mestrado e doutorado e hoje dão um show lá na Fiocruz do Rio. Então eu vejo muito positivo. Eu acho que o instituto até poderia trabalhar muito mais é... essa parte de ensino. Inclusive eu já participei de uma banca, e percebi mesmo, que quando se olhava o currículo... era uma banca para contratação, olha só o termo que eles utilizavam: "mão-de-obra altamente qualificada". E aí, eu não podia, na verdade só olhei os currículos, mas neste momento, por fazer parte do instituto, eu não podia argumentar. E o que eu percebi é que todos os currículos que estavam lá, de pessoas daqui (formadas no IEC), que eram recém mestres, eles receberam a nota máxima, só por ser do Instituto. [...] Então essa parte de ensino, ela é muito bem vista, muito bem vista. Eu acredito que o Instituto poderia aproveitar mais.

A formação de pessoas na área da saúde pública é um aspecto que está presente no projeto de sentido do IEC desde o início e com o passar do tempo só veio se tornando maior, até alcançar a criação dos dois programas de pós-graduação que atualmente são ofertados pela instituição, além de diversas outras iniciativas nesta área. Então esse saber-fazer que aparece com frequência nos documentos de divulgação institucional está aqui também confirmado e ecoando como efeito de sentido, da alta valorização atribuída a esta atividade que está vinculada com a Marca IEC.

No que diz respeito ao reconhecimento do IEC pelos veículos de mídia, temos alguns aspectos interessantes para observar a imagem. A primeira delas é que o IEC é enxergado como uma instituição de referência e muitas vezes é procurado para prestar informações que estejam na pauta do dia, especialmente pelos veículos regionais, já que a mídia se ancora frequentemente no discurso de autoridade cultural que exercem as instituições científicas:

ENTREVISTADO 7: E a impressão que eu tenho também é que eles, a percepção deles, é que de fato, o instituto desempenha um papel diferenciado naquilo que ele se propõe a fazer, que é diferente de qualquer outro laboratório. Talvez a percepção é que seja para eles que aqui é um local de pesquisa e diagnóstico. Mas que é um local diferenciado em relação a outros laboratórios de pesquisa diagnóstico, então essa foi a minha percepção.

Entretanto, quando passamos para o âmbito da mídia nacional, e quando são postos em escolha o IEC ou as instituições que, digamos, representam os “centros hegemônicos”, alguns pesquisadores percebem que o IEC muitas vezes não é chamado a se pronunciar, mesmo quando os assuntos são referentes aos problemas amazônicos, e mesmo que a instituição seja referência até mesmo nacional com as temáticas abordadas:

ENTREVISTADA 4: Infelizmente, ainda é desigual. Então você vê pesquisadores que não tem as vivências que a gente tem mas falando sobre as nossas questões, não é? As nossas dificuldades, as nossas dores daqui. Os investimentos também não tem.... É.... Acho que isso até melhorou em termos de investimentos para as questões que são específicas na Amazônia, mas ainda assim, de maneira geral, não são equitativas. Tanto nessa questão orçamentária, e isso se reflete também na questão da comunicação, do que são os problemas ditos estritamente amazônicos. E aí você vê pessoas que são de fora, falando de alguns desenhos metodológicos, algumas abordagens que são, dentro do seu desenho metodológico impecáveis, mas que não são aplicáveis, factíveis para a realidade do povo amazônico. Desconhecem qual é o cenário em que isso poderia eventualmente ser utilizado. Ele trabalha com esse rigor e com método científico e como tal, inquestionável. Mas por não ter essa vivência não consegue ter esse olhar alinhado, sensível às causas e a situação local.

ENTREVISTADA 5: Eu acho que até mesmo por essa questão da localização, não é Fábio? Porque assim, a gente sabe que os grandes jornais estão ali no sul e sudeste. Então é muito mais fácil, eu acho, que até por conta disso eles buscarem entrevistar, digamos assim, pessoas de instituições que estão mais próximas a eles. Vou te dar

um exemplo: muitas vezes é... algumas matérias que envolvem até arbovírus que a gente tem uma ocorrência muito maior aqui na Amazônia, são feitas com pessoas que estão lá no Rio e São Paulo, onde a gente assim, tem pesquisadores de outras instituições. Mas porquê? Porque acaba que eles estão lá mais próximos, eu acredito, e aí buscam um especialista que acaba, lógico, tratando desse tema. Então, eu vejo que sim, muitas vezes essa nossa localização mais afastada dos grandes centros, ela acaba prejudicando a gente nesse sentido. Porque acaba que, provavelmente, a gente teria muito mais propriedade para falar sobre aquele assunto, porque ele tem uma ocorrência muito maior aqui. Mas que outros, outras instituições são procuradas para falar, entendeu? Seja porque também são mais conhecidas ou eu até acredito que também o motivo maior, seja essa proximidade deles com esses grandes jornais.

Aqui o primeiro depoimento enfatiza algumas questões quanto à Amazônia enquanto aspectos para a produção da ciência. Primeiramente evidencia, além do "esquecimento" por parte dos veículos de mídia por esse cientistas que atuam diretamente na Amazônia, as diferenças com relação às questões orçamentárias que não são equitativas, e no olhar de cientistas de outras localidades que não tem a experiência com as dificuldades de se aplicar determinados desenhos metodológicos sensíveis às condições locais, que demos ênfase anteriormente quando estávamos falando sobre a distinção do saber-fazer do IEC pela *expertise* nas pesquisas de campo.

Isso reverbera novamente a questão que já expusemos ancorados em Loureiro (2022) do lugar de fala hegemônico, que está exemplificado também nas fontes das revistas de jornalismo científico que comentamos no tópico 2.3. Quando se trata do âmbito global, o lugar de fala hegemônico é dos centros hegemônicos internacionais; quando se trata do âmbito do Brasil, esse lugar de fala é atribuído às instituições ou cientistas do Centro-Sul. E nestes depoimentos são narrados a prevalência desses lugares de fala, mesmo tendo em vista as questões que afetam prioritariamente a Amazônia, e em temáticas que o IEC exerce a referência do conhecimento, exatamente porque a experiência dos cientistas locais é maior com o trato de determinadas questões que ocorrem em maior proporção na região.

Essa referência que aqui reportamos, não é só ser considerado pela comunidade científica como autoridade naquele assunto, mas é até, por vezes, uma atribuição técnica institucionalizada, dada pelo Ministério da Saúde, de que aquela determinada instituição responde como o Laboratório de Referência para diagnóstico de determinado agravo. Neste sentido, aqueles casos em que laboratórios da rede pública e privada não consigam fechar um diagnóstico, são enviados para os laboratórios de referência. E o IEC detém várias dessas referências em nível regional, nacional e algumas até em nível internacional. Por isso a entrevistada 5 atribui a procura dos veículos de mídia pelos cientistas que estão lá no eixo

Centro-Sul sendo justificada pela questão da proximidade, mas esta é uma situação que expõe novamente o quanto a construção simbólica da Amazônia como o “lugar do atraso”, em especial no próprio cenário brasileiro, é ainda uma visão tão prevalente que apaga ou invisibiliza o que com muito esforço a região vem conseguindo se destacar.

Por fim, abaixo temos dois relatos sobre a forma com o instituto é visto em relação ao reconhecimento dentro do meio científico:

ENTREVISTADA 5: É, eu acho que aí é o campo que a gente está até melhor, porque a gente vê que o instituto tem um reconhecimento, né em relação ao meio científico e esse reconhecimento ele é não só nacional, mas ele é Internacional, então as pessoas têm esse respeito mesmo. Alguns conhecem os trabalhos que o instituto desenvolve, as publicações... Então a gente vê que comumente em alguns temas, é lógico, trazendo para o meu lado, né, [...] meio que todo mundo quer ouvir o que o instituto tem a dizer. [...] Então, no meio científico, eu acho que é um dos meios em que o instituto ele é muito... é reconhecido, admirado, né? E que as pessoas realmente acompanham muitas vezes, o trabalho que aqui vem sendo realizado.

ENTREVISTADA 1: É, eu sempre falo que o instituto vive muito de história. Não é? A gente já foi melhor reconhecido do que é atualmente. E a gente tem que "ah não porque o que fez no passado é melhor do que a gente". Não, não é isso. Era um momento diferente, mas que a gente necessita sim, buscar o nosso lugar ao sol. Mas cabe a nós mudarmos essa percepção, de ir atrás de fazer acontecer. Enfim, eu acho que, e aí a percepção que eu vejo é semelhante ao que eu falei anteriormente, é, não é tão, pelo menos na área que eu trabalho, a gente já esteve bem melhor, visto do que atualmente. Não que nós somos mal vistos, não é isso? A gente já teve maior visibilidade.

Os dois depoimentos resumem o que foi descrito pelos outros entrevistados neste tópico. De modo geral os cientistas dizem que no campo científico é onde o IEC é mais bem reconhecido, visto que seus trabalhos são acompanhados, ou seja, que neste aspecto a Instituição tem uma determinada visibilidade. No entanto, percebemos como essa visibilidade oscila de acordo com qual seção científica o pesquisador esteja vinculado.

Dessa maneira, no relato da entrevistada 1 ela enfatiza que o IEC já foi mais reconhecido no meio científico, ao menos na área em que ela atua. Isso evidencia o que já mencionamos anteriormente com relação a essa distinção existente entre as diversas seções científicas do IEC, onde algumas tem um destaque científico de maior evidência, enquanto outras nem tanto, mas também nos leva a pensar sobre a mudança no discurso de marca que percebemos especialmente no material institucional de 2021, em que nos modos de dizer, o IEC parece dar um tom comedido ao seu potencial.

Ser mais reconhecido no meio científico não significa dizer que as hierarquias instauradas no que Mignolo (2003) designa como geopolítica do conhecimento não estejam

em vigor aqui neste caso, mas de maneira surpreendente, pelo menos em nosso ver, mesmo com tudo o que discutimos a respeito do eurocentrismo, da colonialidade do saber, e de todas as evidências com relação à subalternização do conhecimento científico produzido nas periferias do *mainstream* científico, temos essa revelação de que, ainda com toda essa construção simbólica de inferioridade, o meio que mais valoriza o IEC é o meio científico.

Dessa maneira, isso nos dá uma dimensão do que as construções simbólicas sobre a região enfatizadas por Loureiro (2022), conseguiram cristalizar sobre a região Amazônica, em especial o neocolonialismo interno que impetra diversas ações, mas também designações e simbologias de subalternidade para a região.

Até aqui transpassamos os diversos itens que enunciamos no início deste tópico que abrangeram observar como o projeto de sentido expresso pelas manifestações da marca IEC estavam constituídos na instância da recepção, ou seja, como a imagem do IEC, de acordo com a proposição de Semprini (2010). Na mesma medida, essa observação foi também balizada tendo em vista como o discurso da Marca IEC se reconstitui nesses relatos, nas gramáticas de reconhecimento, de acordo com concepção de Verón (2004).

Conforme enfatizamos no início, compusemos esta imagem por meio das percepções dos cientistas da instituição enquanto mediações humanas da marca, que expressaram a forma como chega o reconhecimento da Marca IEC, sua construção simbólica, juntos às comunidades, aos veículos midiáticos e no meio científico. Como pudemos perceber, neste percurso o projeto de sentido ou projeto de marca foi todo contemplado com os relatos. Mas, com uma riqueza maior de detalhes, expressando o que as manifestações da marca - que vão bem além dos materiais institucionais que analisamos - conseguiram constituir em investimentos de sentido, coadunados com o contexto das enunciações, onde figura a Amazônia.

No próximo tópico vamos reunir esses conjunto de sentidos no constructo amalgamado, interpenetrado e fluido entre a identidade e a imagem, que é a marca, e por meio dessa junção expressar o que a Marca IEC revela sobre a Amazônia enquanto território produtor de ciência.

3.3 A ciência na Amazônia pelo discurso da Marca IEC

Neste tópico, conforme já explanamos anteriormente, vamos unir identidade (manifestações) com imagem (reconhecimento) para constituir a Marca IEC. Essa união na

verdade é de certa forma um confronto: as relações implicadas entre o discurso da Marca e a forma como esse discurso é reconhecido por seus enunciatários. Assim a marca é, conforme afirmamos anteriormente ancorados em Semprini (2010), uma entidade viva, que está em constante rearranjo por essa dialética que se processa entre identidade e imagem, entre produção e recepção. Sem esquecer que o contexto atua como o terceiro personagem desse jogo e detém influência sobre os dois pólos. O complexo simbólico que é a marca, nesta concepção, abrange todos esses elementos, e não somente um deles de forma isolada.

Verón (2004, p.237) de outra sorte fala da questão dos efeitos, que é outra forma em que podemos abordar o construto da marca, nas relações sistemáticas entre esses dois conjuntos, produção e reconhecimento, que observada nos entrelaçamentos interdiscursivos entre ambas, demonstra que o discurso do pólo da produção (o pólo da marca) se converte no reconhecimento em outro discurso, que reflete, repercute e traduz o primeiro, com as gramáticas de reconhecimento que não são homogêneas, e podem resultar em consonâncias e dissonâncias.

Nos materiais de divulgação do IEC que analisamos que vão de 1992/1993 a 2021, o discurso da Marca IEC enuncia a instituição como sendo de grande relevância em sua área de atuação, sendo reconhecida nacional e internacionalmente, com a expertise da pesquisa de campo, referência laboratorial e a importância na formação de recursos humanos. Entre outros qualitativos, são constantemente destacados o pioneirismo, o ineditismo e o desbravamento, como valores vinculados à Marca IEC, seja pelos discursos verbais e pelos não-verbais, onde as imagens do Casarão são utilizadas frequentemente como esse elo com o passado, sendo que as imagens em laboratórios e utilizando equipamentos referendam a competência e a atualização técnica que o IEC dispõe. Nas análises percebemos que apenas no material de 2021 o enaltecimento das qualidades do IEC é mais comedido, e o discurso enfatiza um destaque maior para o fato do IEC atuar no cenário amazônico.

No que diz respeito ao reconhecimento, vemos que a percepção dessas qualidades oscila entre os três âmbitos que investigamos. As comunidades, reconhecem o IEC como um grande hospital, que tem a capacidade de resolver ou diagnosticar as questões que outros não tem, ou seja, não reconhecem a instituição como um lugar de pesquisa científica,

mas sim de assistência, o que reitera os dados que abordamos sobre a percepção pública da ciência no Brasil. Mesmo a comunidade acadêmica, sabe que o IEC é uma referência, como foi expresso no depoimento de um dos entrevistados, mas não tem a medida do que representa essa referência. Dessa maneira, isso mostra que o trabalho realizado pelo IEC é reconhecido pelas comunidades, mas não em sua plenitude, já que a baixa alfabetização e cultura científica desses indivíduos no âmbito da ciência hegemônica, é importante fazer essa ressalva, não os permite perceber ou mesmo mensurar essa distinção e essas competências.

No que diz respeito à imagem que a mídia constrói do IEC, os relatos apontam que o Instituto é visto como um centro de referência, que detém uma *expertise* diferenciada, mas também sem a clareza em que termos é essa diferença. Assim, os veículos regionais acionam o IEC como autoridade no conhecimento para exposição de questões referentes à saúde pública.

Contudo, quando passamos para os veículos de mídia nacional, os relatos dão conta de que, muitas vezes, estes ignoram a *expertise* dos cientistas atuantes na Amazônia para falar sobre ela, buscando, quase sempre, fontes de instituições de pesquisa de fora da região, sobretudo do eixo Centro-Sul. Ressaltam que isso acontece mesmo quando existem pesquisadores especializados localmente, que poderiam inclusive fornecer informações mais assertivas, sobre as questões locais amazônicas, não só pela vivência que tem com esses problemas, mas também por que são avalizados como referências institucionalizadas para o assunto, como, por exemplo, estarem à frente de laboratórios credenciados como de referência nacional pelo Ministério da Saúde, ou de referência internacional, quando credenciados pela OMS/OPAS. No confronto com os materiais de divulgação vemos como diversas vezes esses artefatos enfatizam as dificuldades de atuação no cenário amazônico, e da pouca credibilidade atribuída à produção local.

No âmbito do meio científico a descrição como vimos demonstra que talvez seja onde a Marca IEC é mais reconhecida, onde os cientistas dizem que o IEC é admirado e seu trabalho é acompanhado com atenção pelos pares científicos. Embora haja também relatos de que essa admiração já tenha sido maior no passado. Nesse confronto com os materiais de divulgação, entendemos então porque o discurso da Marca no material mais recente, de 2021, adota uma adjetivação mais contida para falar das qualidades do IEC.

Mesmo o IEC sendo mais reconhecido no âmbito científico, no que diz respeito a estrutura técnica, os pesquisadores relatam que muitas vezes os visitantes especialistas que nunca estiveram na instituição frequentemente se surpreendem com o tamanho das atividades e a estrutura tecnológica disponível. Isso significa dizer que esses pares, mesmo muitas vezes conhecendo a produção intelectual da instituição por meio dos estudos e artigos científicos divulgados, não conseguem conceber em seu imaginário a existência de uma infraestrutura e capacidade técnica desse porte ser localizado na região Amazônica.

Por outro lado, temos depoimentos de que também outros especialistas e também pessoas "leigas", superestimam a capacidade do IEC, imaginando que a instituição tenha uma atuação muito mais abrangente e um grau de importância em âmbito científico muito maior do que realmente é. E aqui percebemos uma dissonância, que ao nosso ver, é explicado por existirem diferenças no grau e potencialidades das diversas áreas de atuação do IEC, onde algumas detêm um destaque maior que as outras na atualidade.

Diante desses confrontamentos, o que podemos observar então sobre a forma como a Amazônia se revela como território produtor de ciência no discurso da Marca IEC? Cremos que no decorrer desse trabalho muito já foi exposto neste sentido, então aqui neste momento trata-se de sumarizar, reunir as diversas questões que analisamos.

Nas manifestações dos materiais de divulgação fica evidente as mudanças de curso com que a Amazônia se apresenta como investimento de sentido no discurso da Marca, e as devolutivas advindas das entrevistas, como vimos, esmiúçam alguns desses aspectos.

Nos quatro materiais de divulgação analisados, produzir ciência na Amazônia é descrito quase que de forma uníssona como um cenário de muitas dificuldades, de enfrentar estruturas técnicas defasadas em relação aos centros mais avançados, de reunir esforços em um cenário em que a ocupação humana está vinculada com o crescimento dos problemas de saúde; é enfrentar uma descrença atribuída à possibilidade de se construir algo nesse sentido, como bem expressa uma das frases do texto da RPAS: "O Ipen é um exemplo de que é possível a experiência bem sucedida a partir da Amazônia". Ou seja, essa possibilidade coloca a obtenção do sucesso em uma empreitada científica feita na Amazônia com os amazônidas como uma hipótese remota.

No entanto, assim como qualquer outro discurso de marca, a Marca IEC converte o seu entorno simbólico em favor de seu enaltecimento. Quando a Amazônia era vista somente pela perspectiva de atraso, e a vinculação ao cenário Amazônico não acrescentava os

benefícios simbólicos que a Marca Amazônia veio reunindo, a Amazônia pouco aparecia no discurso do IEC. E vemos que, conforme a Marca Amazônia vai ganhando densidade semiótica, a Amazônia passa gradativamente a se descortinar com maior força no discurso da Marca IEC, tanto com traços nos discursos verbais quanto nos não-verbais. Assim é que a cor verde passa a se apresentar nesses materiais como essa alusão à floresta, a essa “potência signológica”, primeiramente como imagem plástica, até que o último material analisado parece expressar como maior trunfo da Marca IEC realizar suas pesquisas no cenário Amazônico, diante da grande visibilidade e notoriedade que isso acrescenta a qualquer instituição.

Podemos perceber que essa abordagem diacrônica nos entrega resultados sobre as transformações socioculturais desse imaginário construído sobre a Amazônia, reflexo dos investimentos de sentido construídos em âmbito midiático e por tanto com amplo espectro sobre a discursividade social, em especial no campo científico.

Assim o que se conclui, tomando como base os fragmentos que extraímos para análise da Marca IEC, é que o lugar da Amazônia enquanto território produtor de ciência salta no início da década de 90 de ter pouca relevância para ser mencionado no discurso de marca de uma instituição de pesquisa, a ser figurada com veemente importância em um outro momento em 2021, a ponto de ganhar força antes de tudo dizer que se realiza pesquisa na Amazônia.

Dessa maneira, pudemos perceber que os investimentos de sentido nas matérias significantes, dentro da lógica de marca, por vezes enquadram significados diferentes para um mesmo elemento, como no caso a Amazônia. Isso pode ser percebido quando em um determinado momento, a Amazônia é elencada por suas questões pejorativas e isso se converte em argumento para o destaque da marca, e, em outro momento, é evocado por suas externalidades positivas, para também trazer um argumento em favor da imagem da marca. Sendo assim, percebemos que essas variações em acordo com o cenário, demonstram suas articulações de acumulação simbólica. Os elementos contextuais assim são tensionados de acordo com a melhor condição no momento de serem explorados em favor dos interesses para enaltecimento da marca.

Essas mudanças na forma de abordagem do lugar Amazônia explicitam bem os rastros que o processo de enunciação deixou nas matérias significantes, de como a transformação na importância midiática atribuída à Amazônia fica latente nas condições de produção do discurso do IEC, como bem nos explica Verón (2004, p. 52):

Para que algo seja designado como condição de produção de discurso ou de um tipo de discurso é *preciso que tenha deixado rastros no discurso*. Em outras palavras, é preciso mostrar que se mudam os valores das variáveis postuladas como condições de produção, o discurso também muda.

Desta feita, o lugar que a Amazônia ocupa enquanto território produtor de ciência observado dentro do universo dos fragmentos utilizados nesta pesquisa, é bom que se faça essa ressalva, continua sendo periférico, mas passa a ser um lugar interessante para se produzir ciência e para se dizer como fonte de estudo, contudo sem que isso expresse uma distinção quanto a uma valoração da produção autóctone. Resta ponderar que uma análise segundo Verón (2004, p.52) nunca é exaustiva, tendo em vista a multiplicidade de elementos que constituem um texto, sua heterogeneidade, é sempre possível ainda encontrar outras formas para abordar esse mesmo conteúdo, por meio de novas perguntas que poderão também resultar em novas respostas.

Por meio da análise realizada ao longo desta pesquisa pudemos observar como o discurso de marca, a marca como instância enunciativa, evidencia dentro do seu propósito de construção de valor simbólico, a forma como são apropriadas as questões contextuais correntes na discursividade social de cada momento, e de como são realizados em seus processos de produção a articulação inerente aos investimentos de sentido, deixando à mostra e perceptíveis mudanças de valores e significados sociais, bem como, a forma que estão inscritas as questões ideológicas e as relações de poder nesses discursos.

Por fim, é importante ressaltar a consistência do projeto de marca deixado por Evandro Chagas, que diante de todas as dificuldades aqui descritas, com o imponderável à frente para estabelecer uma instituição de pesquisa no âmago da grandiosa floresta, naquele passado distante, conseguiu arrebatrar jovens universitários para um sonho de, por meio do conhecimento científico, diminuir os sofrimentos daquelas populações esquecidas, que viviam distanciadas do suposto ambiente salubre da “civilização”. Como dito pela primeira geração de pesquisadores, o entusiasmo de Evandro os empolgou de tal maneira, que a entrega à ciência foi o destino de suas vidas, e esse mesmo entusiasmo foi transmitido às gerações seguintes, e assim sucessivamente, construindo esse imenso legado, que permanece a remar contracorrente, mostrando o talento e a capacidade do povo amazônico: “É possível a experiência bem sucedida a partir da Amazônia.”

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

*“Estamos sempre a meio caminho da verdade”
Peirce*

O fenômeno marca articula consigo a capacidade para se dispor e fazer uso da tessitura dos discursos sociais, em uma gama de sentidos históricos, econômicos, culturais, ideológicos, psicológicos e científicos. A marca é uma engenharia semiótica que se torna onipresente nas sociedades contemporâneas, e trabalhar em uma análise que faça emergir esses elementos que a constituem e lhe dão subsistência, ao nosso ver, permite observar toda uma trama que pode ser utilizada como fundamento para a gestão de seu uso instrumental (gerir a marca, alinhar seus procedimentos na consecução de seus objetivos estratégicos) ou mesmo problematizar os elementos que a constituem, realizando uma análise crítica das diversas questões que se apresentam em seu discurso.

Com isso, é possível observar como se dá a construção social da realidade, e de como ela movimenta e articula os contextos em que é atravessada. Portanto, colocar em foco essa trama semiótica (os sentidos) e discursiva (como os sentidos estão investidos) foi o caminho trilhado na presente pesquisa, para observar como a Amazônia se apresenta dentro do discurso engendrado pela Marca IEC, e de que forma a produção de ciência está inserida nesse contexto.

O IEC, embora seja uma instituição pública que tem produtos ou serviços que não são comerciais, é impelido, empurrado a agir dentro da lógica de marca pela própria circunstância que as sociedades contemporâneas encontram-se. Dessa maneira, fez-se necessário também, como foi descrito por um dos entrevistados, o IEC mostrar o seu trabalho, dar conhecimento aos diversos públicos sobre suas ações, ou seja, valorizar seu projeto de sentido e divulgá-lo por meio de suas manifestações, mesmo que sem toda essa clareza estratégica, que no decorrer de nosso trabalho expõe suas raízes e suas lógicas de maneira minuciosa.

A razão para isso é que existem outras instituições públicas que também trabalham com a pesquisa em saúde pública, ou seja, atuam na mesma área que o IEC. Dessa maneira, se estabelece em algum nível, um ambiente de competição entre essas instituições. Dentro dessa realidade, faz parte do jogo instaurado pela lógica de marca encontrar maneiras de se destacar, de se diferenciar, utilizando para isso todos os recursos que estejam disponíveis para tal, porque disso pode resultar uma maior atratividade para que sejam fechados parcerias científicas com outras instituições nacionais e internacionais, uma maior visibilidade para

captação de recursos para projetos de pesquisa e editais, e também um maior investimento e visibilidade dentro da própria estrutura governamental. Todos esses aspectos angariados por um maior reconhecimento da instituição dentro da sociedade em geral.

Com relação ao IEC o presente trabalho acrescenta, um olhar panorâmico do seu discurso enquanto marca, no qual diversas reflexões podem ser feitas no âmbito mesmo de sua gestão simbólica, sendo que determinados elementos podem ser mantidos, outros revisados, e outros ainda conclamados, dentro daquilo que sua gestão considerar pertinente.

Tendo em vista a força com que a lógica de marca está engendradora na discursividade social, e que nesse mar de signos dispersos, com doses cada vez mais volumosas de mensagens e dados de nossa ubíqua e tecnificada comunicação, atravessada por tantos interesses e, por isso mesmo, por conflitos na requisição do que seja a verdade e na busca pela atenção, a entropia só tende a crescer e não dá sinais de arrefecimento. Assim, navegar por esse mar revolto sem se valer dos atributos que a Marca tem enquanto centro organizador e catalisador de valores simbólicos não parece ser uma viagem segura.

No decorrer do percurso dessa pesquisa realizamos uma contextualização do Instituto Evandro Chagas e de temáticas que consideramos importantes para podermos compreender os investimentos de sentidos da Marca IEC. Assim vislumbramos como o território de atuação do IEC, a Amazônia, é imbricado com uma imensa gama de sentidos, muitos deles de cunho pejorativo, com uma imagem de atraso e primitivismo, preconceitos e estereótipos, que ficaram estabelecidos sobre a região e seus habitantes e que terminam por incidir de maneira contraproducente à sua maior valoração.

Da mesma maneira, abordamos sobre o campo científico, área de atuação do IEC, e observamos como a ciência se constituiu como um dos grandes trunfos do eurocentrismo para usurpar e subalternizar os territórios e povos colonizados pelos europeus, que continuam sendo mantidos na periferia, pelo domínio exercido dentro de uma geopolítica do conhecimento, que acontece em um nível global, mas também dentro de um neocolonialismo exercido dentro das linhas do território brasileiro.

A concepção da selva, da floresta, como o lugar do atraso, como um território onde o progresso ainda não chegou, impede então que territórios com grandes áreas florestais, com grandes áreas que ainda não tiveram a intervenção do homem, a ordenação do espaço segundo os princípios civilizatórios da modernidade, sejam percebidos enquanto espaços civilizados, e territórios de progresso, na acepção modernista do que seja o progresso.

Assim é que a Amazônia permanece mantendo a imagem de um lugar atrasado, mas devido à potencialidade de seus recursos naturais se encontra no desejo de ser um santuário ecológico pelo olhar externo de praticamente boa parte da comunidade internacional, e não encontra espaço para poder ser percebida na multiplicidade que ela contém, seja na própria questão ambiental - a Amazônia é a grande floresta, mas hoje também já é o cenário de numerosas grandes cidades -, na questão social, econômica, e técnico/cultural - a Amazônia é o lugar de conhecimentos ancestrais, mas é também um território de produção de ciência avançada como pode ser qualquer outro lugar no mundo.

Realizar essas análises e expor outras facetas de regiões que ficaram estereotipadas por uma reiteração de determinadas representações redutoras de sua diversidade e complexidade é ampliar nossa compreensão da realidade e desvanecer preconceitos. Mais ainda, é lutar por uma partilha do poder simbólico que está associado à ciência quanto à produção do conhecimento e a uma ideia de progresso, que na constituição da modernidade/colonialidade ficaram concentradas no domínio das nações colonizadoras, e que agora estão sendo colocadas em xeque, passadas a limpo.

Os resultados de nossa pesquisa nos apontam determinados aspectos do cenário que nos propomos investigar. Obviamente esse resultados são uma parcialidade do fenômeno, do que foi nos possível evidenciar de acordo com nossas limitações mesmo de conhecimento e também de capacidade para realização da pesquisa. É evidente que para obtermos resultados cada vez mais substanciosos na metodologia que escolhemos equivale a acrescentar um número maior de manifestações para a análise, visto que a marca corresponde a totalidade dos sentidos emanados sobre ela. Sendo assim, uma maior cobertura de fragmentos das suas manifestações nos proporcionam condições de conjectura cada vez mais minuciosos sobre seu construto simbólico.

Por questões de limitações de mão de obra e tempo, só nos foi possível enquadrar dentro da análise os elementos que consideramos os mais representativos para uma incursão inicial sobre o universo da Marca IEC. Exploramos assim alguns documentos de divulgação institucional e o depoimento de cientistas de cada uma das áreas de maior atuação do IEC, que de qualquer forma, já nos evidencia aspectos bastante importantes desse cenário, bem como nos aponta claramente, possibilidades de desdobramento e aprofundamento da pesquisa.

Um tópico bem interessante por exemplo é observar as manifestações de marca que estão desdobradas na enunciação realizada nos próprios artigos científicos, e ver como o

aspecto dos discursos de marca tem incidência inclusive nesse discurso que teoricamente deveria ser “imparcial”, conforme preconiza o discurso de “autoridade cultural” construído por uma visão positivista da ciência.

Como outra particularidade do Instituto Evandro Chagas que está evidenciado em sua marca, vemos que a produção de ciência no território Amazônico foi direcionado para atender os projetos de desenvolvimento que foram instituídos na região. Assim a vigilância e a intervenção desde o início foram se circunscrevendo de acordo com as ações e empreendimentos que se estabeleciam sobre a região.

No âmbito da saúde isso não se inicia com o IEC, mas desde as primeiras expedições sanitárias que foram realizadas por Oswaldo Cruz e Carlos Chagas, que, como mencionamos anteriormente, foram realizadas para atender a negócios que estavam sendo instalados para o "progresso" e a inserção da Amazônia dentro dos rumos da “civilização”, como a ferrovia Madeira-Mamoré.

Ou seja, é uma ciência que, sim, atende à saúde pública, mas antes aos interesses econômicos, do suposto "desenvolvimento civilizatório". Se assim não fosse, o IEC já teria se inclinado muito antes às investigações para criação de fármacos e demais produtos que poderiam ser concebidos com o estudo do imenso manancial biológico de fauna e flora existente na Amazônia. Contudo, na ordem periferia-centro, a instituição se concentrou em dar suporte aos grandes empreendimentos que estão vinculados à extração de matéria-prima, e que mantém o Brasil na condição de exportação de materiais de baixo valor agregado. Um aprofundamento dessa questão é com certeza um caminho profícuo para novas incursões de pesquisa, ou seja, como a produção científica do IEC está relacionada com os projetos de desenvolvimento empregados na região.

Como vimos, a marca mistura uma essência material com outra imaterial, que está no âmbito do propósito e do significado que é investido nas coisas que produzimos, nas coisas que fazemos. O idealismo de Evandro Chagas quanto ao desejo de ofertar uma melhor qualidade de vida aos habitantes da Amazônia, poderia por um lado estar vinculado a essa ideia de progresso que se mede hoje pela maior quantidade de arranha-céus e suntuosidade das construções, tecnologias e engenharias efetuadas pelo poder da ciência, pela "destreza" do homem.

Contudo, não podemos negar que Evandro em sua época já trazia consigo uma semente decolonial, pois apesar de o IPEN necessitar contar com a orientação técnica de

Manguinhos, como está descrito em sua lei de criação que abordamos em nossas análises, sua ideia era que a instituição tivesse uma administração independente. Além disso, ele creditou confiança na capacidade dos homens e mulheres amazônidas para a produção do conhecimento, e sabia que para manter e ter perenidade, um projeto sanitário para um país das dimensões continentais como o nosso, precisava expandir novos polos de estudo, novas moradas para a ciência.

Como diz o ditado, se conhece a árvore pelos seus frutos. E a safra que Evandro produziu, rendeu e continua rendendo para a Amazônia uma geração de pesquisadores que provou o seu valor e sua capacidade não só nas linhas dos trópicos como também nas latitudes mais ao norte, como nos disse Barreto (2020).

A “mística do pioneirismo e da pesquisa de campo” também como disse Deane (1986) se propagou geração após geração de cientistas no IEC, e permanece viva para ser transmitida para as gerações seguintes. Assim a Marca IEC pode continuar mantendo seu projeto de sentido, navegando nos ajustes que os contextos vão conclamando à sua continuidade, contudo, sem que haja um quebra de contrato, sem que se perca a sua essência, que se foi moldada na baliza de uma epistemologia e conhecimento hegemônico, não pôde escapar das nuances impressas pelas características indelévels da realidade amazônica. Assim é que vemos que a ciência, conforme propõe Boaventura, precisa se ajustar às sensibilidades locais, as idiossincrasias próprias de cada região, sendo flexível e permeável a essas realidades.

Por fim, acontecimentos recentes como o perpetrado pela USP³¹, que recentemente criou um centro de estudos para pesquisar formas de implementar o desenvolvimento sustentável na Amazônia desconsiderando o valoroso trabalho de instituições locais, evidenciam que os preconceitos com a condição de "desenvolvimento" da região continuam ainda a serem

³¹ No dia 25 de abril de 2023 a Universidade de São Paulo (USP) lançou o Centro de Estudos da Amazônia Sustentável (CEAS), um novo centro localizado na universidade que terá como foco estudar a região Amazônica com atividades multitemáticas de pesquisa, com o argumento de auxiliar por meio da ciência ao desenvolvimento sustentável da região. No texto menciona que pretende contar com as instituições de pesquisa local e estabelecer parcerias para que com a junção de esforços possam ser pensadas estratégias sustentáveis para o desenvolvimento da região levando em conta preservação ambiental, a valorização dos conhecimentos dos povos tradicionais e de toda a sociobiodiversidade amazônica. Na publicação são citadas diversas instituições internacionais com as quais o centro já iniciou tratativas como o instituto alemão Max Planck, Universidade de Yale, entre outras. Entre as instituições atuantes na Amazônia, nenhum nome foi citado. A iniciativa foi criticada pelos pesquisadores da UFPA que acusaram a instituição de estar reproduzindo o modelo colonial ao não incluir os pesquisadores locais, como o Núcleo de Altos Estudos Amazônicos (NAEA) que atua a mais de 50 anos na região, tendo a nota 7 na avaliação da Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), sendo um centro de referência nos estudos sobre Amazônia em nível mundial.

empregados, e trabalhos como este auxiliam a demonstrar que, com a boa vontade, persistência e investimentos, todas as localidades têm condições de se tornarem produtoras de "ciência de qualidade". Reitere-se aí que não se trata apenas de investimentos de ordem financeira, mas de grande vulto também os investimentos de sentido.

Assim como expressado no discurso da Marca IEC, "é possível sim fazer ciência de qualidade na Amazônia". E não só fazer na Amazônia, mas com os amazônidas.

Nossa pesquisa então concluiu este ciclo mais ainda como uma pesquisa em andamento. Tivemos alguns avanços e reflexões bastante férteis, mas que apontam e nos impelem uma continuidade, como é o natural de toda a pesquisa. E assim, nossa epígrafe mostra a sua força e sua verdade: estamos realmente sempre a meio caminho da verdade.

Quero finalizar retornando a narrativa para a primeira pessoa. Preciso expressar que o caminho percorrido para realização desta dissertação foi muito valoroso. Em sua escrita, talvez eu não tenha conseguido expressar o rio caudaloso - um Amazonas de vivências intelectuais - que me moveu em sua torrente, abrindo diversos caminhos, diversas percepções em meu pensamento, para reexperienciar e ressignificar o lugar onde estou, o chão que eu piso, o ar que eu respiro, e que estão inscritos em mim, são minha carne, meu sangue, minha existência. Antes de adentrar ao PPGCOM eu tinha um pouco de resistência para participar do programa, porque a impressão que eu tinha era que "só se poderia" estudar alguma coisa a respeito da Amazônia, pela forma como estão definidos os nomes das duas linhas de pesquisa, e o meu desejo era estudar algo de caráter mais "universal", que não fosse "restrito" à Amazônia.

Na elaboração do projeto de pesquisa essa mentalidade já começou a mudar, com as leituras indicadas para a seleção, pois um dos textos abriu as ideias para o desenho de pesquisa inicial deste trabalho, e no decorrer das disciplinas e nas vivências partilhadas nas ambiências virtuais, eu fui me reconstruindo e me religando com as minhas raízes, e observando as transformações na paisagem que eu vivenciei nesses meus 43 anos pisando e respirando o ar úmido e quente da Amazônia.

Lembro vividamente de uma aula da prof^a. Rosane Steinbrenner dizendo que o que acontece na Amazônia serve para refletirmos o mundo. Ali a chave se abriu para eu perceber

o quanto meu olhar era reducionista, e impregnado também por essa ideia que a ciência moderna se atribui enquanto “universal”. Acredito que só essa “chacoalhada” já valeu por toda a empreitada, mas foi muito mais... as discussões nas aulas e no grupo de pesquisa LAPAM foram todas muito ricas, e tivemos diversos momentos mesmo de catarse coletiva proporcionada pela troca de conhecimentos e vivências. Assim, digo que concluo essa etapa de maneira renovada, apesar das dificuldades, esse percurso me proporcionou uma grande renovação e um redesenho das minhas poucas certezas epistêmicas.

-

REFERENCIAS

- AAKER, David A. **Criando e administrando marcas de sucesso**. São Paulo: Futura, 1996.
- AAKER, David A. **Construindo marcas fortes**. Porto Alegre: Bookman, 2007
- AMARAL FILHO, Otacílio. **Marca Amazônia: o marketing da floresta**. Editora CRV, 2016
- AMARAL FILHO, Otacílio; CASTRO, Fábio Fonseca de; COSTA, Alda Cristina da Silva. **Marca Amazônia: estratégias de comunicação publicitária, ambientalismo e sustentabilidade**. Revista de Comunicação Midiática, Bauru/São Paulo, v. 10, n. 3, p.105 - 118, set./dez. 2015.
- ARAÚJO, Renata Malcher de. A razão na selva: Pombal e a reforma urbana da Amazônia. Camões, Lisboa, n 15-16, p. 151165, jan.-jul. 2003.
- BAAS, Jeroen; BOYACK, Kevin; IOANNIDIS, John P.A. (2021), “**August 2021 data-update for "Updated science-wide author databases of standardized citation indicators"**”, Mendeley Data, V3, doi: 10.17632/btchxktzyw.3. Disponível em: <https://elsevier.digitalcommonsdata.com/datasets/btchxktzyw/3> Acesso em: 19 abr. 2022
- BALDISSERA, R. **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. Porto/Portugal: CECS, 2017, p. 71-87. Disponível em http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/issue/view/225/showToc. Acesso em: 13 jul. 2022
- BASTOS, Fábio. **Materializando o imaterial: possíveis similitudes entre música e imagem nas capas dos LPs**. Belém, 2007. 84p. Monografia (Especialização em Semiótica e Cultura Visual) – Instituto de Ciências da Arte, Universidade Federal do Pará, 2007.
- BARRETO, Danielle; KROPF, S.P. **Em nome do pai: Evandro Chagas e a ciência de Manguinhos na Amazônia na década de 1930**. Revista Brasileira de História da Ciência, v.13, p. 6-23, 2020.
- BECKER, B.. **Geopolítica da Amazônia**. Revista Estudos Avançados, N.19 (53). IEA: USP, 2005. Pp. 71-86.
- CENTRO DE GESTÃO E ESTUDOS ESTRATÉGICOS - CGEE. **Percepção pública da C&T no Brasil** – 2019. Resumo executivo. Brasília, DF: 2019. 24p. Disponível em: https://www.cgee.org.br/documents/10195/734063/CGEE_resumoexecutivo_Percepcao_publica_C&T.pdf Acesso em: 20 abr. 2022
- COSTA, Joan. **A imagem da marca: um fenômeno social**. São Paulo: Rosari, 2011

COSTA, Vânia Maria Torres. **“À sombra da floresta”: os sujeitos amazônicos entre estereótipo, invisibilidade e colonialidade no telejornalismo da Rede Globo**. TESE. UFF. 2011. 295 f.;

DEANE, Leônidas de Mello. **Histórico do Instituto Evandro Chagas: período de 1936-1949**. In: Ministério da Saúde (BR). Fundação Serviços de Saúde Pública. Instituto Evandro Chagas: 50 anos de contribuição às ciências biológicas e à medicina tropical. Vol. 1. Belém: FSESP; 1986. p. 53-67.

DOBNI D, ZINKHAN GM. **In search of brand image: a foundation analysis**. Adv Consum Res 17(1):110–119, 1990.

DUTRA, Manuel Sena. **A natureza da TV: uma leitura dos discursos da mídia sobre a Amazônia, biodiversidade, povos da floresta**. Belém: NAEA, 2005.

_____. Biodiversidade e Desenvolvimento Sustentável: Considerações sobre um discurso de Inferiorização dos Povos da Floresta. In: Fernandes, M. e Guerra, L. (Orgs.). *Contra-discurso do Desenvolvimento Sustentável*. Belém: Unamaz, 2003. p. 170-196.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora da UNB, 2001.

FAULHABER, P. TOLEDO, P. M. (Org.) **Conhecimento e fronteira: História da ciência na Amazônia**. Belém: Museu Paraense Emílio Goeldi, 2001.

FAULHABER, Priscila. **A história dos institutos de pesquisa da Amazônia**. Estudos Avançados, v.19, n.54, p.241-257, 2005.

FAULHABER, Priscila. **Olhares histórico-comparativos sobre dois institutos de pesquisa na Amazônia (Brasil e Colômbia)**. Cadernos de História da Ciência, v. 4-2, p. 10-34, 2008.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade 1: A vontade de saber**. Rio de Janeiro, Graal, 1999.

FRANÇA, F. T. . **METODOLOGIAS DECOLONIAIS: um museu de grandes novidades?**. CADERNOS DE ESTUDOS CULTURAIS , v. 2, p. 77-88, 2020.

GALLUP. **Wellcome Global Monitor 2018**. London: Wellcome, 2019. Disponível em: <https://wellcome.org/reports/wellcome-global-monitor/2018> . Acesso em: 06 out. 2022.

GONDIM, Neide. **A invenção da Amazônia**. 2.ed. Manaus: Valer, 2007

GUALTIERI, R. C. E. **Amazônia sob olhares evolucionistas: a ciência no Museu Paraense (1894-1914)**. In: ALVES, J. J. A. *Múltiplas faces da história das ciências na Amazônia*. Belém: EDUFPA, 2005.

INSTITUTO EVANDRO CHAGAS. **Conhecendo o IEC**. 5 edição. Ananindeua, 2014.

INSTITUTO EVANDRO CHAGAS. **Relatório de Gestão 2020**. Ananindeua, 2021. <https://www.iec.gov.br/arquivos/relatorios/gestao/relatorio_de_gestao_2020.pdf>. Acesso

em: 15 jun. 2022.

INSTITUTO EVANDRO CHAGAS. **Avaliação preliminar dos impactos ambientais referente ao transbordo e lançamentos irregulares de efluentes de lama vermelha na cidade de Barcarena, estado do Pará.** Relatório Técnico nº 003/2018. Seção de Meio Ambiente/IEC. Disponível em:

<https://www.iec.gov.br/wp-content/uploads/2018/03/RELAT%C3%93RIO-T%C3%89CNICO-003-2018-Final-Tabelas-Modificadas-SS-1.pdf> Acesso em: 19 abr. 2022

JESUS, Iracina Maura de; *et al.* **Contribuição pioneira do Instituto Evandro Chagas para a saúde ambiental na Amazônia em 25 anos da Seção de Meio Ambiente.** Revista Pan-Amazônica de Saúde, Ananindeua, v. 7, n. esp, p. 83-92, dez. 2016. Disponível em <http://scielo.iec.gov.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2176-62232016000500083&lng=pt&nrm=iso> Acesso em: 15 jan. 2022.

KELLER, K.L. **Building, Measuring, and Managing Brand Equity.** 2nd. Edition. New Jersey: Prentice-Hall, 2002.

KURY, Lorelai Brilhante. **Homens de ciência no Brasil: impérios coloniais e circulação de informações (1780-1810).** História, Ciências, Saúde-Manguinhos (Impresso), Rio de Janeiro, v. 1, n.1, p. 109-129, 2004.

LATOUR, Bruno. **Jamais fomos modernos: ensaio de antropologia simétrica.** Tradução de Carlos Irineu da Costa. 1. Ed. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1994.

LATOUR, Bruno; WOOLGAR, Steve. **A vida de laboratório: a produção dos fatos científicos.** Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1997.

LOUREIRO, Violeta Refkalefski. **Amazônia Colônia do Brasil.** Belém: Editora Valer, 2022.

MAIO, M. C. e SÁ, M. R.: **Ciência na periferia: a Unesco, a proposta de criação do Instituto Internacional da Hiléia Amazônica e as origens do Inpa.** História, Ciências, Saúde Manguinhos, vol. VI (suplemento), 975-1017, setembro 2000.

MALDONADO-TORRES, Nelson. **Analítica da colonialidade e da decolonialidade: algumas dimensões básicas.** In: Joaze Bernardino-Costa, Nelson Maldonado-Torres, Ramón Grosfoguel (Orgs.). *Decolonialidade e pensamento afrodiaspórico.* Coleção Cultura Negra e Identidades. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2019. p.27-52.

MASSARANI, Luisa et al. **Como brasileiros e brasileiras veem a Fiocruz: um estudo em 12 cidades do país: Sumário Executivo - Setembro de 2020.** Rio de Janeiro: INCT/CPCT/Fiocruz/COC, 2020. 27p.

MIGNOLO, Walter D. **Colonialidade: o lado mais escuro da modernidade.** Revista Brasileira de Ciências Sociais - Vol. 32 Nº 94, 2017.

MIGNOLO, Walter D. **Histórias locais / projetos globais: colonialidade, saberes subalternos e pensamento liminar**. Tradução de Solange Ribeiro de Oliveira. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

NEVES, Fabrício Monteiro. **A periferização da ciência e os elementos do regime de administração da irrelevância**. Revista Brasileira de Ciências Sociais [online]. 2020, v. 35, n. 104. Acesso em 26 jul 2022. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/3510405/2020>>.

PANZU, Ângela Nascimento dos Santos. **O Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia - INPA: trajetória institucional por meio de suas práticas científicas, 1954-1975**. Dissertação de Mestrado. Manaus, AM: UFAM, 2015.

PLAZA, Julio. **Tradução intersemiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2003.

PLUMEYER, A., Kottemann, P., Böger, D., & Decker, R. (2017). **Measuring brand image: a systematic review, practical guidance, and future research directions**. Review of Managerial Science. doi:10.1007/s11846-017-0251-2

QUIJANO, Aníbal. **Colonialidade do poder, Eurocentrismo e América Latina**. A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais. Perspectivas latino-americanas. Buenos Aires, 2005.

RODARTE, Lídia Carolina de Souza. **A Amazônia Codificada: a configuração narrativa da comunicação institucional**. 150f. Dissertação, Mestrado. Universidade Federal do Pará, Instituto de Letras e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia. 2017

ROSA, Amelia Paes de Andrade Travassos da. **The history of Arbovirology at Instituto Evandro Chagas, Belém, Pará, Brazil, from 1954 to 1998**. Rev Pan-Amaz Saude, Ananindeua, v. 7, n. esp, p. 61-70, dez. 2016. Disponível em <http://scielo.iec.gov.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2176-62232016000500061&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 15 jan. 2022.

RUÃO, Tereza. **As marcas e o valor da imagem: a dimensão simbólica das actividades económicas**. Universidade do Minho, 2003

RUÃO, Teresa. **MARCAS E IDENTIDADES: Guia da concepção e gestão das marcas comerciais**. 2.ª edição: Edições Húmus, 2017.

SANJAD, Nelson. **A coruja de Minerva: o Museu Paraense entre o Império e a República: 1866-1907**. 2005. 440 f. Tese (Doutorado em História das Ciências e da Saúde) - Casa de Oswaldo Cruz, Fundação Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro, 2005.

SANJAD, Nelson. **Emílio Goeldi (1859-1917) e a institucionalização das ciências naturais na Amazônia**. Revista Brasileira de Inovação, v. 5, p. 455-477, 2006.

SANJAD, Nelson. **Éden Domesticado: a rede luso-brasileira de jardins botânicos, 1790-1820**. Anais de História de Além-Mar, v. VII, p. 251-278, 2007a.

SANJAD, Nelson; PATACA, E. M. . **As fronteiras do ultramar: engenheiros, matemáticos, naturalistas e artistas na Amazônia, 1750-1820.** In: VII Colóquio Luso-Brasileiro de História da Arte, 2007, Porto. Artistas e artífices e a sua mobilidade no mundo de expressão portuguesa. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 2007b. p. 431-437.

SANJAD, Nelson. **Emílio Goeldi (1859-1917): a ventura de um naturalista entre a Europa e o Brasil.** 1. ed. Rio de Janeiro: EMC Edições, 2009. v. 1. 232p .

SANJAD, Nelson. **O Museu Paraense entre o Império e a República, 1866-1907.** In: Alda Heizer; Antonio Augusto Passos Videira. (Org.). Ciência, Civilização e República nos Trópicos. 1ed.Rio de Janeiro: Mauad/Faperj, 2010, v. 1, p. 305-325.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Introdução a uma ciência pós-moderna.** São Paulo: Graal, 2003.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Um discurso sobre as ciências.** 5. edição. São Paulo : Cortez, 2008.

SANTOS, Claudia Regina Ferreira. **O Instituto Evandro Chagas em busca da preservação patrimonial: estudos preliminares.** Rev Pan-Amaz Saude, Ananindeua: v. 4, n. 1, p. 11-13, mar. 2013. Disponível em: <http://scielo.iec.gov.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2176-62232013000100002&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 21 jun. 2021.

SANTOS, Joice Bispo. **Leituras da Floresta: a construção da Amazônia na mídia impressa brasileira.** Belém: Universidade Federal da Bahia & Universidade Federal do Pará, 2002. 132f. Dissertação (Mestrado Interinstitucional em Comunicação e Culturas Contemporâneas). Orientador: Emiliano José.

SARTORI JUNIOR, Dailor. Colonialidade e o marco temporal da ocupação de terras indígenas: uma crítica à posição do Supremo Tribunal Federal. *Hendu – Revista Latino-Americana de Direitos Humanos*, [S.l.], v. 7, n. 1, ago. 2018. ISSN 2236-6334. Disponível em: <<https://periodicos.ufpa.br/index.php/hendu/article/view/6005>>. Acesso em: 17 out. 2022. doi:<http://dx.doi.org/10.18542/hendu.v7i1.6005>.

SOARES, Manoel do Carmo Pereira. **O Centenário Natalício de Evandro Serafim Lobo Chagas.** Revista Paraense de Medicina, Belém: v. 19, p. 93-95, 2005.

SOARES, Manoel do Carmo Pereira. **O doutor Evandro Chagas na Amazônia: entre a epopeia e a tragédia.** Rev Pan-Amaz Saude, Ananindeua , v. 1, n. 1, p. 13-18, mar. 2010. Disponível em: <http://scielo.iec.gov.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2176-62232010000100003&lng=pt&nrm=iso>. acesso em 20 jan. 2022.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum: notas para o método comunicacional / Muniz Sodré.** – Petrópolis, RJ : Vozes, 2014.

- SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política**. RJ: Vozes, 2006.
- SOKAL, Alan ; BRICMONT, Jean. **Imposturas intelectuais**. Rio de Janeiro: Record, 1999.
- SOUZA, Kelvin Santos de. **O INSTITUTO EVANDRO CHAGAS NA GRANDE IMPRENSA DO PARÁ: 80 anos de história**. 01/12/2021 178 f. Mestrado em Comunicação, Cultura e Amazônia Instituição de Ensino: UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ, Belém.
- SILVA, Giselle Santos. **Gestão de coleções em museus de saúde: proposta para o manual de documentação museológica do Museu do Instituto Evandro Chagas**. 2019. 126 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Preservação e Gestão do Patrimônio Cultural das Ciências e da Saúde) - Fundação Oswaldo Cruz. Casa de Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro, 2019.
- STENGERS, Isabelle. **A invenção das ciências modernas**. Tradução de Max Altman. São Paulo: Editora 34, 2002.
- TYBOUT, A.M.; CALKINS, T. (org.). **Branding**. São Paulo: Atlas, 2006.
- VERÓN, E. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004.
- PEROTTO, E. R. **Conceituando a marca pela enunciação: uma proposta do campo da comunicação**. Dissertação de mestrado — Brasília: Universidade de Brasília — Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 18 dez. 2007.
- MWANGI W, de Figueiredo P, CRISCITIELLO MF (2016) One Health: Addressing Global Challenges at the Nexus of Human, Animal, and Environmental Health. *PLoS Pathog* 12 (9): e1005731. <https://doi.org/10.1371/journal.ppat.1005731>
- NONATO, J. M. D.; PEREIRA, N. M. Histórico da Ciência na Região Norte do Brasil: A ciência em ação na Amazônia Brasileira. *Perspectivas*, São Paulo, v.44, p.93-124,jul./dez. 2013.
- MINISTÉRIO DA SAÚDE. Doenças negligenciadas: estratégias do Ministério da Saúde. *Revista de Saúde Pública*, v. 44, n. 1, p. 200–202, fev. 2010.
- ALVES, J. J. A. **Múltiplas faces da história das ciências na amazônia**. Belém: EDUFPA, 2005.
- MELLO, Ricardo da Silva. **Marca significa? leitura semiótica e pragmática do conceito de marca comercial e princípios da teoria do branding contemporâneo**. 2019. 151 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) - Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2019.
- BARATA, G. Outro pioneiro do Brasil na navegação aérea. *Revista ciência e cultura*, v. 56, n.1, p.58-59, 2004.
- WHEELER, Alina. **Design de Identidade de Marca**. Porto Alegre: Bookman, 2012.
- PARÁ. Lei Estadual nº 59 de 10 de novembro de 1936. Crêa o Instituto de Pathologia Experimental do Norte e define suas atribuições. Belém: Oficinas Graphics do Instituto

Lauro Sodré; 1936.

PENNA, Henrique Azevedo. Leishmaniose visceral no Brasil. Brasil Médico, Rio de Janeiro: n. 46, p. 949-950, 1934. Disponível em: <<https://www.obrasraras.fiocruz.br/media.details.php?mediaID=147>>. Acesso em: 19 mai. 2021.

CASA DE OSWALDO CRUZ. Base Arch. Registro de autoridade: Evandro Serafim Lobo Chagas. Disponível em: <<http://arch.coc.fiocruz.br/index.php/evandro-chagas>>. Acesso em: 19 mai. 2021.

INSTITUTO EVANDRO CHAGAS. **Manual de Identidade Visual**. Ananindeua, 2017. Disponível em: https://www.gov.br/iec/pt-br/canais_atendimento/imprensa/manual-de-identidade-visual-nova-logo-iec_2022.pdf Acesso em: 17 de abril de 2023

FIOCRUZ- Logo tipo Fiocruz normas de utilização
<https://www.fiocruzbrasil.fiocruz.br/wp-content/uploads/2019/05/logotipo-fiocruz-normas-de-utilizacao.pdf>

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.) Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005. 380p.

TAVARES, F. M. B. ; VAZ, P. B. F. . Fotografia jornalística e mídia impressa: formas de apreensão. Revista FAMECOS (Online) , Porto Alegre, v. 27, n.27, p. 125-138, 2005.

SANJAD, N. Nos jardins de São José: uma história do Jardim Botânico do Grão-Pará, 1796-1873. Dissertação de mestrado. Campinas: DGAE-IG-UNICAMP, 2001.

OLIVEIRA, T. . As políticas científicas na era do conhecimento: uma análise de conjuntura sobre o ecossistema científico global. Perspectivas em Ciência da Informação (on line) , v. 24, p. 191-215, 2019.

SCHNEIDER, C. M. ; TAVARES, M. S. . Quem pode falar sobre ciência e tecnologia? As vozes autorizadas no discurso jornalístico de Galileu e Superinteressante. 105902/2316882X , v. 18, p. 60, 2014.

APÊNDICE

Apêndice A - Roteiro de entrevista com os pesquisadores do Instituto Evandro Chagas

IMAGEM DE MARCA IEC

1. Como pesquisador, de que forma você observa que é a percepção/imagem do IEC pelas comunidades onde são realizadas pesquisas? Como as comunidades amazônicas os recebem para os estudos? (caso o trabalho do pesquisador não envolva trabalho de campo perguntar sobre a interação com as pessoas que vem receber atendimento no IEC)
2. Quando as pessoas conhecem sobre o IEC, quais são os adjetivos (qualidades) que você ouve a respeito do IEC em contato com a comunidade?
3. E quais são as reclamações/cobranças (críticas) que essas mesmas comunidades fazem sobre o trabalho do IEC?
4. Em relação à comunidade como você percebe que a mesma reage sabendo que o IEC é uma instituição de pesquisa da Amazônia? Isso transmite alguma proximidade? E como você percebe que é a recepção dessas comunidades por instituições que não são da Amazônia?
5. É difícil conseguir voluntários para participação nas pesquisas? Se sim, ao que você atribui essas dificuldades?
6. Quando você entra em contato com a comunidade, aqueles que já ouviram falar da instituição, ouviram falar por quais canais, veículos de mídia (Tv, radio, internet) ou por contato com outras pessoas que já conheceram a instituição, ou ainda por contatos anteriores com pessoas do IEC?
7. Em seu contato com a comunidade como você percebe que as pessoas compreendem o trabalho que é realizado pelo IEC? O que na sua percepção as pessoas sabem ou pensam que é realizado/pesquisado no IEC?

-
1. Em seu contato com os jornalistas/veículos de mídia, como você percebe a forma como eles veem o Instituto Evandro Chagas?
 2. Com relação ao tempo de exposição ou profundidade de abordagem, como você avalia os materiais midiáticos publicados sobre o trabalho do IEC?
 3. Como você avalia que a mídia aborda o IEC enquanto instituição de pesquisa na Amazônia? Você percebe alguma diferença de abordagem quando se trata de uma instituição de fora da Amazônia?

4. De uma maneira geral, como você percebe que o trabalho científico desenvolvido por instituições de pesquisa amazônicas é divulgado pela mídia?
5. Como você avalia a frequência com que a mídia chama pesquisadores das instituições amazônicas para falarem sobre a Amazônia, frente a pesquisadores de instituições de fora da Amazônia?
6. Você percebe uma diferença de tratamento do IEC nos veículos regionais frente aos veículos nacionais de mídia?
7. Você percebe que de alguma maneira a mídia local estima maior confiança em instituições do Sul e Sudeste do país, mesmo quando existem cientistas da região Amazônica em condições de falar sobre assuntos de sua especialidade? Por que você acha que isso acontece?
8. Durante a pandemia de COVID-19 você acha que o IEC obteve o destaque na mídia em correspondência à sua importância na rede de enfrentamento? Porque?
9. Na sua opinião, na atualidade quais estudos científicos realizados na Amazônia mais despertam interesse midiático? Porque?
10. Tem mais alguma coisa que eu não tenha mencionado sobre o IEC na mídia que você gostaria de complementar?

1. De acordo com suas tratativas e experiência, como você define a imagem que o Governo Federal/Ministério da Saúde tem do Instituto Evandro Chagas? Se puder, exemplifique com fatos seus apontamentos.
2. Como você avalia o relacionamento do IEC junto das instâncias superiores governamentais? Qual o poder de influência do IEC para alcançar suas reivindicações junto dessas instâncias?
3. O fato do IEC ser uma instituição de pesquisa da Amazônia a seu ver tem quais implicações para instituição em seu relacionamento com as instâncias governamentais?
4. A seu ver qual influência política o IEC tem em sua área de atuação em âmbito nacional? E em âmbito regional (nos estados que compõem a Amazônia)?
5. Recentemente o IEC sofreu uma mudança dentro do organograma do Ministério da Saúde, passando da Secretaria de Vigilância em Saúde para a Secretaria de Ciência, Tecnologia e Insumos Estratégicos em Saúde. Como você avalia essa mudança para instituição? Ela sinaliza um reconhecimento do governo para o trabalho da instituição ou não?

PERCEPÇÃO/IMAGEM DA AMAZÔNIA PELOS PESQUISADORES DO IEC

1. Quais ações você considera serem as mais importantes no sentido do desenvolvimento social, político e econômico da Amazônia?
2. O que você entende por desenvolvimento sustentável? E qual a importância da Amazônia nesse contexto?
3. Como você avalia a maneira que a Amazônia é representada pela mídia?
4. Como você avalia hoje a maneira como vem sendo tratados os impactos ambientais na região amazônica?
5. Como na sua visão é possível conciliar o desenvolvimento de atividades econômicas na região amazônica com atenção ao equilíbrio ambiental?
6. E quais ações você considera importantes para o desenvolvimento das instituições de ciência na região?
7. Ao seu ver porque a Amazônia detém alguns dos piores índices sociais do mundo?
8. Como você compreende assuntos como desenvolvimento sustentável e mudanças climáticas? Você acha que a Amazônia tem um papel importante nesses temas?
9. Qual a sua perspectiva de que a Amazônia possa ocupar um lugar de destaque na produção de ciência nacional e internacional?

QUALIFICAÇÕES SOBRE FAZER CIÊNCIA NA AMAZÔNIA

1. Como você percebe o reconhecimento do trabalho do IEC no campo científico?
2. Em quais perspectivas a condição do IEC estar localizado na região Amazônica se converte como vantagem para o desenvolvimento do trabalho científico? E em quais isso se converte em uma desvantagem?
3. E com relação ao reconhecimento: o fato de o IEC estar localizado na região Amazônica é uma vantagem ou uma desvantagem para uma maior visibilidade do trabalho no campo científico?
4. Em algum momento ser uma instituição de ciência localizada na Amazônia foi motivo para algum tipo de discriminação/desconfiança/exclusão em relação ao trabalho realizado? Pode exemplificar?
5. Como você avalia a credibilidade do IEC enquanto instituição de ciência perante os pares?
6. Como é o relacionamento estabelecido entre o IEC e os grupos de pesquisa internacionais? Esse relacionamento é horizontal ou hierarquizado?

9. Nas publicações de âmbito internacional em revistas de grande impacto, quão importante você considera a presença de parceria com pesquisadores estrangeiros para o aceite e publicação dos trabalhos?

10. Na sua opinião, na atualidade quais estudos científicos realizados na Amazônia mais despertam interesse na comunidade científica?

11. Defina pra você o que é fazer pesquisa científica na Amazônia?

12. Como você julga o poder de influência do IEC hoje dentro de sua área na ciência brasileira? E em âmbito internacional?

14. Quando pesquisadores de fora que nunca visitaram o IEC vem em visita à instituição como eles se manifestam a respeito da estrutura física e técnica?

15. Em sua atuação científica qual seria o maior diferencial que o IEC tem frente a outros institutos de pesquisa?

17. Você acha que Porque a Amazônia enfrenta conflitos/resistências para aparecer como um território produtor de ciência?