



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

Maçonaria, do secreto ao discreto ao secreto: comunicação organizacional e gestão da invisibilidade

Masonry, from secret to discreet: organizational communication and invisibility management

Bruno Garcia Vinhola

Palavras-chave: Comunicação organizacional; Maçonaria; Segredo; Invisibilidade; Informação.

O presente resumo aborda os tensionamentos iniciais de projeto de tese em desenvolvimento na Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Pretende-se apresentar aspectos da problematização em torno da constituição do caso e da pergunta de pesquisa, bem como seus respectivos objetivos, a fim de despertar discussões e consequentes contribuições para a investigação em curso.

Na contramão da enxurrada de estudos orientados pela obrigação de comunicar, de acessar/obter o máximo de informação e de valorizar a visibilidade acima de tudo, propõe-se um olhar direcionado ao segredo e à invisibilidade, questões raramente iluminadas pela produção do conhecimento de ordem comunicacional. No contexto de uma sociedade de informação em abundância e com cada vez mais possibilidades de comunicação, um dos caminhos à produção do conhecimento novo pode estar justamente na problematização dos (raros?) espaços de escassez de informação e, consequentemente, de comunicação.



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

As tensões que envolvem o secreto e o invisível provocam intensamente aspectos da vida social desde a Antiguidade, quando os gregos começaram a separar o *oikos* (a casa) e o *koinon* (o comum), que hoje definimos – após a latinização (*koinon*, por exemplo, se torna *publicus*) - como as noções de privado e público (SODRÉ, 2005).

Sodré (2015) explica que era na instância do *oikos* que se podia manifestar o *idion* (o próprio do indivíduo), algo muito próximo do que se entende hoje por íntimo. Fora do espaço particular da casa, no *koinon*, estava o “espaço das aparências”, onde cada indivíduo apresentava (ou representava) sua exterioridade ao outro, ou a si mesmo. Dessa forma, há muito tempo “[...] os nossos atos mais íntimos só podem acontecer à sombra de um padrão pelo qual nós nos julgamos obrigatoriamente – é o padrão do Outro [...]” (2015, p. 21).

Ainda de acordo com Sodré (2015), o Direito Romano foi responsável pela consolidação da dicotomia público/privado ao apresentar uma perspectiva de oposição entre interesses coletivos e individuais. Chegando à Modernidade, o autor explica que a ascensão burguesa fez surgir na Europa espaços de discussão que atraíam “os espíritos voltados para o igualitarismo da razão, provindos tanto da nobreza humanista quanto da intelectualidade burguesa” (SODRÉ, 2015, p. 15). Eram os salons franceses, banquetes alemães, cafés ingleses, verdadeiros espaços privados que tratavam do “público”. Para Sodré (2015), público e privado deixam de ser espaços fisicamente separados e tornam-se esferas semioticamente realizadas de diferentes maneiras. Com o passar do tempo, cada vez mais o espírito liberal tratou de garantir esse espaço privado que, segundo o autor, sustenta as zonas de sombra do íntimo ou do particular.

Ao longo do tempo, muitas organizações constituíram-se em “zonas de sombra”, aperfeiçoando modos de ser conformados pelo segredo e pela invisibilidade. Bobbio



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

(2015) nos dá alguns exemplos, como o segredo comercial, relacionado à superioridade de um saber especializado inacessível à concorrência, ou o segredo oficial, invenção específica da organização burocrática. Ambos, como todo e qualquer segredo, tem a ver com um poder invisível.

Para Bobbio (2015), esse poder secreto e invisível contempla técnicas. Algumas flertam com a ilicitude, outras não, dependendo de como esse poder se relaciona com o poder visível. Procurar a invisibilidade para tomar decisões; mascarar-se quando obrigado a uma apresentação pública; ocultar-se usando de linguagem compreensível apenas aos que integram o círculo. Todas são técnicas do poder secreto que, segundo o autor, tem a ver com uma questão maior e estratégica para as organizações: a prudência nas relações políticas.

A Maçonaria está entre as organizações que mais se destacam no que se refere a formas de vida social conformadas pelo segredo e pela invisibilidade. No senso comum, os maçons são historicamente conhecidos por não revelarem seu pertencimento à Ordem em público, por identificarem-se a partir de sinais dominados apenas por iniciados, por reunirem-se em locais restritos. Contudo, irrompem alguns indícios de uma espécie de abertura por parte da organização, em que a regulação da (in)visibilidade parece se afastar do secreto, aproximando-se de um caráter “discreto” e, por vezes, até mesmo flertando com a alta exposição, como na Figura 1:

Figura 1 – Site do Grande Oriente do Brasil



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais



Fonte: Grande Oriente do Brasil (2018)

A Figura 1 é um fragmento do site do Grande Oriente do Brasil, uma espécie de associação de Lojas Maçônicas regulares. A página “Como eu posso me tornar maçom”, em destaque, deriva do menu principal e culmina em um botão de registro de interesse, que encaminha a um formulário de preenchimento de dados aos interessados em se tornarem novos iniciados. Imagens como a Figura 1 provocam inquietações sobre o porquê de um regime historicamente fechado adotar essa iniciativa de abertura, aventurando-se para além do espaço de invisibilidade.

Para Baldissera (2017), a visibilidade ampliada é uma das características “conformadas pela” e “conformadoras da” sociedade contemporânea, podendo ser considerada tanto uma potência quanto uma fragilidade. O autor chama atenção para uma naturalização do “estar conectado”, do “estar visível” e do “dizer de si”, que redimensiona valores, crenças, padrões culturais e imaginários. Nesse sentido, há uma década Thompson (2008) já salientava que a sofisticação da comunicação mediática conferia uma importante transformação no regime societário de visibilidade: a liberdade em relação às amarras espaço-temporais do aqui e agora. Para ele, o campo da visão foi dilatado e



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

passou a respeitar outros limites, peculiares aos fatores sociotécnicos de cada (nova) mídia.

O atual regime de visibilidade, segundo Thompson (2008), permitiu o despontar de uma sociedade da auto-promoção. Nesse novo modo de ser, é natural revelar aspectos de si e da vida pessoal a públicos distantes, o que fortalece o que o autor denomina de um outro tipo de intimidade mediada. A necessidade de visibilização da imagem própria, para Bruno (2004), tem a ver com a constituição de uma subjetividade exteriorizada. Para ela, não se trata da exteriorização de uma interioridade constituída, mas de uma subjetividade que se constitui prioritariamente no ato de se fazer visível.

As organizações habitam esse regime de visibilidade ampliada, constituídas por indivíduos que estão em avançado processo de naturalização das lógicas do “estar conectado”, do “estar visível” e do “dizer de si”. Dessa forma, assumir as organizações como construções sociais entre subjetividades implica reconhecer que tais lógicas são naturalmente conduzidas aos processos de comunicação no âmbito das organizações. Como na Figura 2, uma postagem da página do Facebook do Grande Oriente do Brasil, que faz referência à comemoração do aniversário de fundação de uma de suas Lojas filiadas. Mais uma imagem que o senso comum não está acostumado a observar: maçons paramentados assumindo publicamente seu pertencimento à Ordem.

Figura 2 – Página do Facebook do Grande Oriente do Brasil



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais



Grande Oriente Do Brasil

17 de abril · 🌟

Loja "Universitária Ordem, Luz E Amor" comemora 11 anos de fundação

Em 07 de abril, a Loja Maçônica "Universitária Ordem, Luz e Amor", Oriente do Distrito Federal, realizou sessão magna pública comemorativa de 11 anos de fundação.

Leia mais em: www.gob.org.br/loja-universitaria-ordem-luz-e-amor-comemora...



Fonte: Grande Oriente do Brasil (2018)

A capacidade de domínio das técnicas e lógicas das novas mídias comunicacionais confere aos indivíduos maior competência e probabilidade para interferirem nos processos comunicativos das organizações. Baldissera (2014) lembra que cada sujeito é atravessado por diferentes formações culturais e objetivos de vida, que podem ser distantes ou até contrários aos organizacionais. Dessa forma, as experimentações comunicativas desses atores perturbam e (re)dinamizam os processos de visibilidade organizacional, através de seu potencial desviante.

Voltando à Figura 2, ela parece revelar certo afinamento entre a Potência, sua Loja afiliada e seus membros no que se refere ao processo - formal e autorizado - de visibilização do aniversário da Loja. Contudo, tanto nos ambientes online quanto off-line, também podem ser observadas iniciativas de visibilização individuais de maçons. Como exemplos, nas mídias sociais: a exposição de momentos informais entre iniciados;



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Midiatização** e Processos Sociais

discussões políticas com não-iniciados; check-ins por ocasião da presença nas Lojas; selfies no interior dos templos. Nos ambientes off-line: colocação de adesivos de símbolos maçônicos em veículos; exposição do pertencimento à Ordem em conversas informais.

Nesse sentido, há uma espécie de pressão endógena sobre os processos de visibilização organizacionais. A visibilidade planejada estará sempre atravessada pelos desvios das subjetividades. Contudo, há um outro tipo de pressão, exógena (ao menos inicialmente), que vem dos atores individuais não pertencentes à organização e das demais organizações e que costuma cobrar ainda mais visibilidade.

Vejamos a figura 3. Trata-se de uma publicação da página no Facebook da Maçonaria Mista Universal do Brasil, uma ordem paralela e não reconhecida como regular pelos maçons, criada por não-iniciados e dissidentes da Maçonaria que desejavam resgatar valores e práticas maçônicas em um novo contexto.

Figura 3 – Maçonaria Mista Universal do Brasil



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais



Fonte: Maçonaria Mista Universal (2018)

Esse é apenas um exemplo em meio à infinidade de produções não oficiais que versam sobre a Maçonaria. Frente à heterogeneidade produtiva, revela-se a disputa por conferência de sentido entre diferentes jogadores. Para Thompson (2008), as disputas por visibilidade assumiram importância substancial nos dias de hoje, pois conquista-la é conseguir reconhecimento e, da mesma forma, a inabilidade em conquistar visibilidade pode levar à obscuridade. Fazer parte dessa sociedade da auto-promoção não parece ser uma escolha. A pressão por abertura e a cobrança por transparência reforçam imperativos de conduta nos processos de comunicação organizacional, especialmente aos que se referem à dimensão da fala auto-orientada e autorizada (BALDISSERA, 2014).

Contudo, não se pode rejeitar o histórico de uma organização fechada e suportada pelo segredo, que ainda atravessa intensamente a Maçonaria e a mantém resistente a muitas lógicas desse atual regime. Um fechamento bem próximo do caráter “total” característico das organizações estudadas por Goffman (2001), nas quais convivem



III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

indivíduos separados da sociedade mais ampla. As chamadas “instituições totais” são locais que restringem frequência, verdadeiros refúgios do mundo e que podem servir como espaços de instrução. O caráter “total” vem da barreira à relação com o mundo externo, construída com base na restrição de informações.

Ocorre que a curiosidade também é consequência do fechamento, pois o segredo provoca o “mundo externo”. O invólucro de uma instituição total favorece a constituição de uma espécie de aura que a envolve, que tem a ver com o caráter único de uma realidade. Conforme Benjamin (1985), a manifestação única de uma “lonjura”, algo que ao mesmo tempo está perto e longe, pois é inacessível a quem está fora desse invólucro, ainda que se saiba de sua existência. E, até então, nas disputas por reconhecimento, a organização exercia seu poder simbólico fazendo uso dessa “aura”.

Então, se por um lado, há uma organização constituída a partir do segredo e da invisibilidade, em sentido oposto, está a visibilidade ampliada como valor central para a cultura. Os indícios sugerem um processo de deslizamento da organização de um lado a outro, como uma nova estratégia de regulação da (in)visibilidade. É essa relação entre informação, segredo e (in)visibilidade que delimita o tema da pesquisa e constitui a problemática a partir de um questionamento sobre como a Maçonaria, uma organização historicamente constituída pelo segredo, gerencia a informação e a (in)visibilidade em seus processos de comunicação, no contexto de um regime societário de visibilidade ampliada.

Referências bibliográficas



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

BALDISSERA, Rudimar. Comunicação organizacional e imagem-conceito: sobre gestão de sentidos no ambiente digital. Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Braga, p. 71-87, 2017.

BALDISSERA, Rudimar. Comunicação organizacional, tecnologias e vigilância: entre a realização e o sofrimento. E-Compós, Brasília, v.17, p. 1-15, 2014.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: Magia e técnica, arte e política: Obras Escolhidas I. São Paulo: Brasiliense, 1985.

BOBBIO, Norberto. Democracia e segredo. São Paulo: Editora Unesp, 2015.

BRUNO, Fernanda. Máquinas de ver, modos de ser: visibilidade e subjetividade nas novas tecnologias de informação e comunicação. Revista Famecos, Porto Alegre, v. 11, n. 24, p 110-124, 2004.

COMO eu posso me tornar maçom. Grande Oriente do Brasil, Brasília, 2018. Disponível em: <<https://www.gob.org.br/como-posso-me-tornar-macom/>>. Acesso em: 20 set. 2018.

GOFFMAN, Erving. Manicômios, prisões e conventos. São Paulo: Perspectiva, 1974.

LOJA Universitária Ordem, Luz e Amor comemora 11 anos de fundação. Página Grande Oriente do Brasil no Facebook, 2018. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/GrandeOrientedoBrasil>. Acesso em: 20 set. 2018.

QUER ser maçom? Página Maçonaria Mista Universal - Brasil no Facebook, 2018. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/MaçonariaMistaUniversal>. Acesso em: 20 set. 2018.

SODRÉ, Muniz. Do segredo ao público/privado. In: CASTRO, Paulo César (Org). **Dicotomia público/privado: estamos no caminho certo?** Maceió: EDUFAL, 2015.

THOMPSON, John B. A nova visibilidade. Matrizes, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 15-38, 2008.